

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ  
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ  
ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ  
Кафедра стылістыкі і літаратурнага рэдагавання**

ГУДАВА  
Ірына Міхайлаўна

**РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ ЯК АБ'ЕКТ РЭДАКТАРСКАГА  
АНАЛІЗУ**

Дыпломная праца

навуц

Навуковы кіраўнік:  
кандыдат філалагічных

дацэнт А.У. Дуброўскі

Дапушчана да абароны  
праколам №10 ад 04 мая 2016 г.

Заг. кафедры стылістыкі  
і літаратурнага рэдагавання,  
доктар філалагічных навук, прафесар \_\_\_\_\_ В.І. Іўчанкаў

Мінск, 2016

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з уводзін, 3 глаў, заключэння, спіса выкарыстанай літаратуры, 1 дадатка. Агульны аб'ём дыпломнай работы – 75 старонак. Колькасць выкарыстаных крыніц – 61.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, РЭДАКТАРСКІ АНАЛІЗ, РЭДАКТАРСКАЯ ПРАЎКА, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ.

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляюцца рэкламныя тэксты беларускіх СМІ (газеты, радыё і тэлебачанне), прадметам – аспекты рэдагавання і аналізу такога тыпу тэкстаў.

Мэта дыпломнай работы – вывучыць маўленчыя і псіхалагічныя сродкі ўздзеяння на адрасата, неабходныя для стварэння эфектыўнай рэкламы, асаблівасці рэдактарскага падыходу да такога роду тэкстаў.

Для рашэння пастаўленых задач выкарыстаны наступныя метады даследавання: рэдактарскі аналіз выбраных рэкламных тэкстаў, апрацоўка атрыманых даных.

У тэарэтычнай частцы работы разглядаюцца сутнасць, мэты і задачы рэкламы, псіхалагічныя аспекты яе ўспрымання, а таксама фундаментальныя прынцыпы рэдагавання тэкстаў. Распрацоўваецца комплексны план аналізу рэкламных матэрыялаў, які дапамагае ацаніць тэкст з пункту гледжання як мовы, так і маркетынгавай эфектыўнасці. Практычная частка змяшчае аналіз матэрыялаў, выкананы адпаведна з распрацаваным планам.

З праведзенага аналізу рэкламных тэкстаў беларускіх СМІ вынікае, што не ўся беларуская рэклама ствараецца на высокім прафесійным узроўні. Нярэдка матэрыялы пішуцца з парушэннем базавых правіл стылістыкі і маркетынгу. Часта такім тэкстам не хапае прафесійнай рэдактарскай апрацоўкі.

Праца ўяўляе сабой самастойна выкананае даследаванне і мае тэарэтычна-прыкладны характар. Навізна дыпломнай працы палягае ў тым, што асаблівасці вербальнага складніка беларускай рэкламы з пункту гледжання літаратурнага рэдагавання дагэтуль амаль не вывучаліся.

Практычнае значэнне дадзенай працы заключаецца ў тым, што выкладзеныя ў ёй тэарэтычныя матэрыялы і атрыманыя звесткі могуць быць выкарыстаны ў практычнай дзейнасці: пры літаратурнай апрацоўцы тэкстаў рэкламных матэрыялаў СМІ і аналізе іх эфектыўнасці.

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, 3 глав, заключения, списка использованной литературы, 1 приложения. Общий объем дипломной работы – 75 страниц. Количество использованных источников – 61.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, РЕДАКТОРСКИЙ АНАЛИЗ, РЕДАКТОРСКАЯ ПРАВКА, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Объектом дипломной работы являются рекламные тексты белорусских СМИ (газеты, радио и телевидение), предметом – аспекты редактирования и анализа такого типа текстов.

Цель дипломной работы – изучить речевые и психологические средства воздействия на адресата, необходимые для создания эффективной рекламы, особенности редакторского подхода к текстам такого типа.

Для решения поставленных задач использованы следующие методы исследования: редакторский анализ выбранных рекламных текстов, обработка полученных данных.

В теоретической части работы рассматриваются суть, цели и задачи рекламы, психологические аспекты ее восприятия, а также фундаментальные принципы редактирования текстов. Разрабатывается комплексный план анализа рекламных материалов, помогающий оценить текст с точки зрения языка и маркетинговой эффективности. Практическая часть содержит анализ материалов, исполненный в соответствии с разработанным планом.

По итогам проведенного анализа рекламных текстов белорусских СМИ можно сделать вывод о том, что не вся белорусская реклама создается на высоком профессиональном уровне. Нередко материалы пишутся с нарушением базовых правил стилистики и маркетинга. Зачастую таким текстам не хватает профессиональной редакторской обработки.

Работа представляет собой самостоятельно выполненное исследование и имеет теоретико-прикладной характер. Новизна дипломной работы заключается в том, что особенности вербальной составляющей белорусской рекламы с точки зрения литературного редактирования до этого практически не изучались.

Практическое значение данной работы заключается в том, что изложенные в ней теоретические материалы и полученные данные могут быть использованы в практической деятельности: при литературной обработке текстов рекламных материалов СМИ и анализе их эффективности.

## **ABSTRACT**

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion, bibliography and annex 1. The total volume of the thesis is 75 pages. The number of sources used is 61.

**Keywords:** ADVERTISING, ADVERTISING TEXT, EDITORIAL ANALYSIS, EDITORIAL CORRECTION, MASS MEDIA.

The objects of the thesis are texts of the Belarusian media outlets (newspapers, radio and television), the subject – aspects of editing and analysis of these types of texts.

The aim of the thesis is to research verbal and psychological tools of influencing the recipient, required to create an effective advertisement and peculiarities of an editorial approach to these types of texts.

To solve the tasks the following research methods have been used: analysis of selected editorial advertising texts and data processing.

The theoretical part of the work reviews the essence, aims and tasks of advertising, psychological aspects of perception, as well as the fundamental principles of text editing. Comprehensive plan for analyzing promotional materials is being developed to help assess the text in terms of language and marketing effectiveness. The practical part contains analysis of the materials performed in accordance with the developed plan.

According to the results of the analysis of advertising texts in Belarusian mass media, we can draw a conclusion that Belorussian advertising is sometimes not created on a high professional level. Often the materials contain a violation of basic rules of literary style and marketing. In fact those materials lack professional editorial processing.

This work is a self-made research and has theoretical and practical importance. The novelty of the thesis lies in the fact that the characteristics of a verbal component of the Belarusian advertising have not been studied from the point of literary editing.

The practical significance of this work is in it's contained theoretical and practical materials and obtained data which can be used on practice: for literary editing of advertising texts media and their effectiveness analysis.