

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра медиалогии и веб-журналистики

ЕЛЬКО
Наталья Геннадьевна

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ
БЕЛАРУСИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЙ
АСПЕКТ

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор Г. К. Тычко

Допущена к защите

«___» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики
кандидат филологических наук, доцент В.П.Воробьев

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 62 страницы. Количество использованных источников – 70.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ, ИНТЕРНЕТ-СРЕДА БЕЛАРУСИ, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, БЕЛОРУССКИЕ БРЕНДЫ, ЗАРУБЕЖНЫЕ БРЕНДЫ.

В дипломной работе проанализированы рекламные тексты белорусских и зарубежных брендов в интернет-среде Беларуси, выявлены жанровые и стилистические особенности рекламных текстов в белорусской интернет-среде.

Цель исследования – исследование интернационального и национального аспектов в рекламных текстах белорусской интернет-среды.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- проанализировать рекламные тексты белорусских интернет-СМИ и корпоративных сайтов брендов, выявить их особенности;
- определить особенности написания рекламных текстов в белорусских интернет-СМИ;
- исследовать наиболее популярные в Беларуси зарубежные и отечественные бренды;
- выявить основные тенденции текстовой рекламы в белорусской интернет-среде.

Объектом дипломной работы являются рекламные тексты белорусских интернет-СМИ (Relax.by, TUT.BY citydog.by, koko.by, marketing.by) и корпоративных сайтов отечественных и зарубежных брендов (mcdonalds.by, mts.by, markformelle.by, oz.by, savushkin.by и др.), представленных в Республике Беларусь опубликованные за период сентябрь 2015 – май 2016 г.

Предметом исследования выступают интернациональный и национальный аспекты в рекламных текстах белорусских интернет-СМИ.

Актуальность исследования: в современном обществе влияние рекламных текстов на современные массовые коммуникации увеличивается, меняется модель взаимодействия рекламного объекта с целевой аудиторией. Следовательно, исследование представляет в первую очередь практический интерес.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 62 старонкі. Колькасць выкарыстаных крыніц - 70.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, НАЦЫЯНАЛЬНЫ АСПЕКТ, ІНТЭРНЭТ-АСЯРОДДЗЕ БЕЛАРУСІ, РЭКЛАМНЫЯ ТЭКСТЫ, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, БЕЛАРУСКІЯ БРЭНДЫ, ЗАМЕЖНЫЯ БРЭНДЫ.

У дыпломнай працы аналізуюцца рэкламныя тэксты айчынных і замежных брэндаў у інтэрнэт-асяроддзі Беларусі, выяўляюцца жанравыя і стылістычныя асаблівасці рэкламных тэкстаў.

Мэта дыпломнай працы - даследаванне інтэрнацыянальнага і нацыянальнага аспектаў у рэкламных тэкстах беларускага інтэрнэт-асяроддзя.

Для дасягнення мэты былі пастаўлены наступныя задачы:

- прааналізаваць рэкламныя тэксты беларускіх інтэрнэт-СМІ і карпаратыўных сайтаў брэндаў, выявіць іх асаблівасці;
- даследаваць найбольш папулярныя ў Беларусі замежныя і айчынныя брэнды;
- вызначыць асаблівасці напісання рэкламных тэкстаў у інтэрнэт-СМІ;
- выявіць асноўныя тэндэнцыі тэкставай рэкламы ў інтэрнэце;

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляюцца рэкламныя тэксты беларускіх інтэрнэт-СМІ (Relax.by, TUT.BY, citydog.by, koko.by, marketing.by) і карпаратыўных сайтаў айчынных і замежных брэндаў (mcdonalds.by, mts.by, markformelle.by, oz.by, savushkin.by і інш.), прадстаўленых у Рэспубліцы Беларусь, апублікаваныя за перыяд студзень 2015 - май 2016 г.

Прадметам даследавання выступаюць інтэрнацыянальны і нацыянальны аспекты ў рэкламных тэкстах беларускіх інтэрнэт-СМІ.

Актуальнасць даследавання. У сучасным грамадстве роля рэкламных тэкстаў на сучасныя масавыя камунікацыі павялічваецца, змяняецца мадэль узаемадзеяння рэкламнага аб'екта з аўдыторыяй. Такім чынам, даследаванне ўяўляе, у першую чаргу, практычную цікавасць.

ESSAY

The volume of the thesis is 62 pages. The number of sources used - 70.

Tags: INTERNET MARKETING, NATIONAL ASPECT, THE INTERNET ENVIRONMENT OF BELARUS, ADVERTISING TEXTS, SOCIAL MEDIA, THE BELARUSIAN BRANDS, FOREIGN BRANDS.

In the these work by a detailed research of the advertising texts of national and foreign brands in the Internet environment in Belarus revealed the presence of the national aspect in advertising texts.

The purpose of research - the study of international and national aspects of advertising texts Belarusian online environment.

To achieve the goal the following tasks:

- analyze the advertising texts of Belarusian online media sites and corporate brands to identify their characteristics;
- Identify features of the writing of advertising texts in online media;
- explore the most popular in the Belarusian foreign and domestic brands;
- identify the main trends of text advertising on the Internet;

The object of the thesis are the advertising texts of Belarusian online media (Relax.by, TUT.BY citydog.by, koko.by, marketing.by) and the corporate sites of domestic and foreign brands (mcdonalds.by, mts.by, markformelle.by, oz.by, savushkin.by i, etc.) represented in the Republic of Belarus published over the period January 2015 -. May 2016

The subject of research are the international and national aspects of advertising texts of Belarusian online media.

The relevance of the study is conditioned by the fact that in modern society, the influence of advertising texts on contemporary mass communication increases, changes the interaction model of the advertising object with the target audience. Consequently, research is primarily practical interest.