

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра медиалогии и веб-журналистики**

**ЖОРОВА**  
Екатерина Александровна

**РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ БЕЛАРУСИ**

Дипломная работа

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

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики

кандидат филологических наук, доцент В. П. Воробьёв

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц — 59, рисунков — 1, таблиц — 1, источников — 65, приложений — 5.

РЕКЛАМА, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИНТЕРНЕТ-СМИ, ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКА, НАТИВНАЯ РЕКЛАМА, МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, ВИДЕОРЕКЛАМА, МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.

Объект исследования: реклама в интернет-СМИ Беларуси (на примере TUT.by, Onliner.by, Citydog.by, КУКУ.org, kaktutzhit.by и др. за период 2015-2017 гг.).

Предмет исследования — рекламные технологии в интернет-СМИ Беларуси.

Цель работы: изучение развития рекламных технологий в интернет-СМИ Беларуси и за рубежом, перспектив взаимодействия интернет-СМИ, рекламодателя и аудитории.

Методы исследования: исторический, системный, наблюдение, анализ, сравнение, обобщение, описание, интервью, анализ документов.

Полученные результаты: определены признаки, отличающие Интернет от других рекламных площадок; изучена история развития отечественной и зарубежной рекламы в Интернете; рассмотрены исторические этапы развития Байнета и рекламы в белорусских интернет-СМИ; проанализирован опыт теоретиков и практиков рекламы в Интернете на примере белорусской медиасферы. Выделены основные виды и средства интернет-рекламы, охарактеризовано современное состояние белорусского рынка рекламы в Интернете, выделены его новейшие тенденции.

Новизна темы заключается в систематизации знаний по применению рекламных технологий в интернет-СМИ Беларуси и доказательстве преимуществ нативной рекламы перед другими рекламными форматами.

Область возможного практического применения: предложенные в дипломной работе исследования рекламного рынка Беларуси могут быть использованы в практике работы рекламных отделов белорусских интернет-СМИ, а также в учебном процессе в Институте журналистики БГУ.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Жорова Е. А.

---

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак — 59, малюнкаў — 1, табліц — 1, крыніц — 65, дадаткаў — 5.

РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, ГІСТОРЫЯ РЭКЛАМЫ, РЭКЛАМНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, ІНТЭРНЭТ-СМІ, ВЭБ-ЖУРНАЛІСТЫКА, НАТЫЎНАЯ РЭКЛАМА, МЕДЫЙНАЯ РЭКЛАМА, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, ВІДЭАРЭКЛАМА, МАБІЛЬНАЯ РЭКЛАМА, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ.

Аб'ект даследавання: рэклама ў інтэрнэт-СМІ Беларусі (на прыкладзе TUT.by, Onliner.by, Citydog.by, КУКУ.org, kaktutzhit.by і інш. за перыяд 2015-2017 гадоў).

Прадмет даследавання: рэкламныя тэхналогіі ў інтэрнэт-СМІ Беларусі.

Мэта даследавання: вывучэнне развіцця рэкламных тэхналогій у інтэрнэт-СМІ Беларусі і за мяжой, перспектывы узаемадзеяння інтэрнэт-СМІ, рэкламадаўца і аўдыторыі.

Метады даследавання: гістарычны, сістэмны, назіранне, аналіз, параўнанне, абагульненне, апісанне, інтэрв'ю, аналіз дакументаў.

Атрыманыя вынікі: вызначаны прыкметы, якія адрозніваюць Інтэрнэт ад іншых рэкламных пляцовак; вывучана гісторыя развіцця айчыннай і замежнай рэкламы ў Інтэрнэце; разгледжаны гістарычныя этапы развіцця Байнэту і рэкламы ў беларускіх інтэрнэт-СМІ; прааналізаваны вопыт тэарэтыкаў і практыкаў рэкламы ў Інтэрнэце на прыкладзе беларускай медыясферы. Вылучаны асноўныя віды і сродкі інтэрнэт-рэкламы, ахарактарызаваны сучасны стан беларускага рынку рэкламы ў Інтэрнэце, вылучаны яго найноўшыя тэндэнцыі.

Навізна тэмы заключаецца ў сістэматызацыі ведаў па ўжыванні рэкламных тэхналогій у інтэрнэт-СМІ Беларусі і доказе пераваг натывунай рэкламы перад іншымі рэкламнымі фарматамі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя ў дыпломнай працы даследаванні беларускага рэкламнага рынку могуць быць выкарыстаны ў практыцы рэкламных аддзелаў беларускіх інтэрнэт-СМІ, а таксама ў навучальным працэсе ў Інстытуце журналістыкі БДУ.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Жорава К. А.

---

## THE ABSTRACT

Diploma work: pages — 59, illustrations — 1, tables — 1, sources of information — 65, appendices — 5.

ADVERTISING, ONLINE ADVERTISING, HISTORY OF ADVERTISING, ADVERTISING TECHNOLOGIES, MASS MEDIA, ONLINE MEDIA, ONLINE JOURNALISM, NATIVE ADVERTISING, MEDIA ADVERTISING, CONTEXTUAL ADVERTISING, VIDEO ADVERTISING, MOBILE ADVERTISING, SOCIAL NETWORKS.

The object of the research: advertising in the Belarusian online media (evidence from TUT.by, Onliner.by, Citydog.by, KYKY.org, kaktutzhit.by, etc. for the period of 2015-2017).

The subject of the research: advertising technologies in the Belarusian online media.

The target of the research: analysis of the development of advertising technologies in the online media in Belarus and abroad, prospects of interaction between the online media, the advertiser and the audience.

The methods of the research: historical, systematic, observation, analysis, comparison, generalization, description, interviewing, document analysis.

The obtained results: the identification of the distinguishing characteristics of the Internet in comparison to other advertising platforms; a study on the history of domestic and international online advertising development; a review of the historical stages of the development of the Belarusian online mass media space and advertising in the Belarusian online media; the analysis of the experience of theoreticians and practitioners of online advertising through the example of the Belarusian media sphere. The classification of the main types and methods of Internet advertising, the characteristics of the current state of the Belarusian online advertising market, the identification of the latest trends.

The novelty of the research is in systematizing the knowledge of advertising technologies usage in the Belarusian online media and in proving the advantages of native advertising over the other advertising formats.

The area of the potential practical usage: the proposed researches of the Belarusian advertising market can be used in the practice of the advertising departments of the Belarusian online media, as well as in the educational process at the Institute of Journalism of the Belarusian State University.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.

Zhorova E.