**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

КУХАРЕВА

Виктория Андреевна

**РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТАХ И ЖУРНАЛАХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

доцент В.В. Маючий

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ,

кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

Минск, 2017

# **РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ «РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТАХ И ЖУРНАЛАХ»**

Объем дипломной работы – 55 страниц.

Количество иллюстраций – нет.

Количество таблиц – нет.

Количество приложений – нет.

Количество использованных источников – 51.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ТИПОЛОГИЯ, ЖАНР, АНАЛИЗ, СПЕЦИФИКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРОДУКТ, АУДИТОРИЯ.

В дипломной работе представлена структура и классификация рекламных материалов в печатных СМИ, выполнено контент-аналитическое исследование жанрово-типологического аспекта рекламных материалов в ежемесячном журнале «TAXI», проанализированы особенности печатной рекламы и ее отличие от рекламы других источников распространения информации.

**Объект** дипломного исследования – рекламные материалы в современных белорусских печатных СМИ.

**Предмет** – особенности рекламных материалов в печатных масс-медиа и эффективность их использования.

**Цель** – рассмотреть типы и жанры рекламных материалов в прессе, раскрыть особенности и отличия печатной рекламы от материалов в других СМИ и выявить наиболее эффективные варианты создания и размещения рекламного текста.

**Актуальность** темы дипломной работы предопределена степенью востребованности информации и необходимостью совершенствования методов создания и размещения рекламных материалов в печатных СМИ.

Исследование выполнено самостоятельно и носит творческий характер.

**РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ «РЭКЛАМНЫЯ МАТЭРЫЯЛЫ Ў СУЧАСНЫХ ГАЗЕТАХ І ЧАСОПІСАХ»**

Аб'ём дыпломнай працы – 55 старонак.

Колькасць ілюстрацый – няма.

Колькасць табліц – няма.

Колькасць дабавак – няма.

Колькасць выкарыстаных крыніц – 51.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, ТЫПАЛОГІЯ, ЖАНР, АНАЛІЗ, СПЕЦЫФІКА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, ПРАДУКТ, АЎДЫТОРЫЯ.

У дыпломнай працы прадстаўлена структура і класіфікацыя рэкламных матэрыялаў у друкаваных СМІ, выканана кантэнт-аналітычнае даследаванне жанрава-тыпалагічнага аспекту рэкламных матэрыялаў у штомесячным часопісе «TAXI», прааналізаваны асаблівасці друкаванай рэкламы і яе адрозненне ад рэкламы іншых крыніц распаўсюджвання інфармацыі.

**Аб'ект** дыпломнага даследавання – рэкламныя матэрыялы ў сучасных беларускіх друкаваных СМІ.

**Прадмет** – асаблівасці рэкламных матэрыялаў у друкаваных мас-медыя і эфектыўнасць іх выкарыстання.

**Мэта** – разгледзець тыпы і жанры рэкламных матэрыялаў у прэсе, паказаць асаблівасці і адрозненні друкаванай рэкламы ад матэрыялаў у іншых СМІ і выявіць найбольш эфектыўныя варыянты стварэння і размяшчэння рэкламнага тэксту.

**Актуальнасць** тэмы дыпломнай працы наканавана ступенню запатрабаванасці інфармацыі і неабходнасцю удасканалення метадаў стварэння і размяшчэння рэкламных матэрыялаў у друкаваных СМІ.

Даследаванне выканана самастойна і носіць творчы характар.

**ZUSAMMENFASSUNG DIE VORLIEGENDE ARBEIT «WERBEMITTEL IN MODERN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN»**

Das Volumen der Arbeit – 55 Seiten.

Die Anzahl der Abbildungen – nicht.

Anzahl der Tabellen – nicht.

Die Zahl der Anwendungen – nicht.

Die Anzahl der verwendeten Quellenschrift – 51.

Stichwort: REKLAME, TYPOLOGIE, GENRE, ANALYSE, SPEZIFITÄT WIRTSCHAFTLICHKEIT, PRODUKT, ZIELGRUPPE.

Die Forschungsarbeit, die die Struktur und Klassifizierung von Anzeigen in Printmedien präsentiert, führte eine inhaltsanalytischen Untersuchung von Genre-typologische Aspekten von Werbematerialien in der monatlichen «TAXI» Zeitschrift, analysierte die Eigenschaften von Print-Werbung und dessen Unterschied zu anderen Werbe-Informationsverteilungsquellen.

**Objekt** Studium – Werbematerialien in der modernen belarussischen Printmedien.

**Gegenstand** – vor allem Werbematerial in Printmedien und die Wirksamkeit ihrer Verwendung.

**Das Ziel** – die Arten und Gattungen von Anzeigen in der Presse zu betrachten und Unterschiede von Print-Werbematerialien in anderen Medien zu offenbaren, und die effektivstenen Möglichkeiten für die Erstellung und Platzierung von Werbung Text zu identifizieren.

Relevanz des Themas der Arbeit ist vorbestimmten Grad an Nachfrage nach Informationen und die Notwendigkeit, die Verfahren zur Erzeugung und Platzierung in Printmedien zu verbessern.

Die Studie wurde unabhängig durch geführt und ist kreativ.