

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

ЗАХАРОВ
Дмитрий Александрович

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В БЕЛОРУССКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
доктор исторических наук,
профессор кафедры
доцент И.И. Калачёва

Минск, 2016

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем данной дипломной работы составляет 48 страниц и включает 75 источника информации, 4 приложения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, САМОИНДИФИКАЦИЯ, СМИ, ИНФОРМАЦИЯ, РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ, СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, СЕМЬЯ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ.

Объект работы: белорусская социальная реклама.

Предмет: репрезентация семейных ценностей в белорусской социальной рекламе.

Цель: определить особенности репрезентации семейных ценностей в белорусской социальной рекламе.

Полученный в ходе дипломной работы анализ социальной рекламы семьи в Беларуси может быть использован при организации общественно значимых кампаний, направленных на эффективное внедрение рекламными агентствами технологии социальной рекламы семейной тематики в работу с молодежью.

Определение цели, объекта и предмета позволило сформулировать следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты становления и развития социальной рекламы семейной тематики;
2. Выявить значение социальной рекламы, раскрывающей потенциал семейных ценностей в жизни современного человека;
3. Исследовать репрезентацию проблем материнства в белорусской социальной рекламе;
4. Исследовать репрезентацию проблем детства в белорусской социальной рекламе;
5. Исследовать репрезентацию проблем рождаемости в белорусской социальной рекламе;
6. Разработать методические рекомендации рекламным агентствам по внедрению социальной рекламы семейной тематики в работу с молодежью.

В первой главе рассмотрены понятия социальной рекламы, опыт Республики Беларусь в данной области. Во второй главе дипломной работы были представлены описания кейсов по социальной тематике, даны рекомендации для рекламных агенств.

База исследования: наружная социальная реклама в г. Минске.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрена сущность социальной рекламы и белорусской в частности; охарактеризованы понятие и сущность социальной рекламы и социальной рекламы семьи; рассмотрено значение и роль социальной рекламы семьи для воспитания молодежи; представлены методические рекомендации по внедрению социальной рекламы семейной тематики в работу с молодежью.

В рамках дипломной работы был использован теоретический анализ литературы по исследуемой проблеме, сбор информационного материала, репрезентирующего проблемы материнства, детства и рождаемости в белорусской социальной рекламе, наблюдение, изучение нормативных документов, фотофиксация наружной социальной рекламы и систематизация социальной рекламы, размещенной на билбордах г. Минска.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных исследований.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дадзенай дыпломнай працы складае 48 старонак і ўключае 75 крыніцы інфармацыі, 4 прыкладанні.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛЯМА, САМОИНДИФИКАЦІЯ, СМІ, ІНФАРМАЦЫЯ, РЭСПУБЛІКА БЕЛАРУСЬ, САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛЯМА У РЭСПУБЛІЦЫ БЕЛАРУСЬ, РЭПРЭЗЕНТАЦЫІ СЯМЕЙНЫЯ КАШТОЎНАСЦІ, СЯМ'Я У САЦЫЯЛЬНАЙ РЭКЛАМЕ.

Тэма: Рэпрэзентацыя сямейных каштоўнасцяў у беларускай сацыяльнай рэкламе.

Аб'ект працы: беларуская сацыяльная рэклама.

Прадмет: рэпрэзентацыя сямейных каштоўнасцяў у беларускай сацыяльнай рэкламе.

Мэта: вызначыць асаблівасці рэпрэзентацыі сямейных каштоўнасцяў у беларускай сацыяльнай рэкламе.

Атрыманы ў ходзе дыпломнай працы аналіз сацыяльнай рэкламы сям'і ў Беларусі можа быць выкарыстаны пры арганізацыі грамадска значных кампаній, накіраваных на эфектыўнае ўкараненне рэкламнымі агенцтвамі тэхналогіі сацыяльнай рэкламы сямейнай тэматыкі ў працу з моладдзю.

Навуковая навізна працы вызначаецца недастатковай распрацаванасцю тэмы. Вызначэнне мэты, аб'екта і прадмета дазволіла сфармуляваць наступныя задачы:

1. Ахарактарызаваць паняцце і сутнасць сацыяльнай рэкламы і сацыяльнай рэкламы сям'і.

2. Пазначыць вопыт сацыяльнай рэкламы ў РБ.

3. Адзначыць значэнне і ролю сацыяльнай рэкламы сям'і для выхавання моладзі

4. Прааналізаваць:

4.1 Рэпрэзентацыі праблем мацярынства ў беларускай сацыяльнай рэкламе сям'і;

4.2 Рэпрэзентацыі праблем дзяцінства ў беларускай сацыяльнай рэкламе сям'і;

4.3 Рэпрэзентацыі праблем нараджальнасці ў беларускай сацыяльнай рэкламе сям'і;

5. Уявіць метадычныя рэкамендацыі для рэкламных агенстаў па ўкараненні сацыяльнай рэкламы сямейнай тэматыкі ў працу з моладдзю.

Метады даследавання: сістэмны і агульны аналіз абранай тэмы і атрыманых падчас працы, вынікаў, а таксама іх сінтэз.

У першай частцы разгледжаны паняцці сацыяльнай рэкламы, вопыт Рэспублікі Беларусь у дадзенай галіне. У другой частцы дыпломнай працы былі прадстаўлены апісанні кейсаў па сацыяльнай тэматыцы, дадзены рэкамендацыі для рэкламных агенстаў.

База даследавання: беларуская сацыяльная рэклама ў г. Мінску.

У працэсе напісання дыпломнай працы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжана сутнасць сацыяльнай рэкламы і беларускай у прыватнасці; ахарактарызаваны паняцце і сутнасць сацыяльнай рэкламы і сацыяльнай рэкламы сям'і; разгледжана значэнне і ролю сацыяльнай рэкламы сям'і для выхавання моладзі; прадставіць метадычныя рэкамендацыі па ўкараненні сацыяльнай рэкламы сямейнай тэматыкі ў працу з моладдзю.

У рамках дыпломнай працы быў выкарыстаны тэарэтычны аналіз літаратуры па доследнай праблеме, збор інфармацыйнага матэрыялу, рэпрэзентуе праблемы мацярынства, дзяцінства і нараджальнасці ў беларускай сацыяльнай рэкламе сямейнай тэматыкі, назіранне, вывучэнне нарматыўных дакументаў, фотофіксацыя навуковай сацыяльнай рэкламы і сістэматызацыя сацыяльнай рэкламы.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

The volume of this thesis is 48 pages and includes 75 sources, 4 applications.

KEYWORDS: SOCIAL ADVERTISING, SELF-IDENTIFICATION, THE MEDIA, INFORMATION, REPUBLIC OF BELARUS, SOCIAL ADVERTISING IN BELARUS, REPRESENTATION of FAMILY VALUES, FAMILY IN SOCIAL ADVERTISING.

The subject: Representation of family values in Belarusian social advertising.

The object: Belarusian social advertising.

The target: Representation of family values in the Belarusian social advertising.

Objective: To determine the particular qualities of the representation of family values in Belarusian social advertising. Obtained during the course of the thesis analysis of social family advertising in Belarus can be used in the organization of socially significant campaigns aimed at effective implementation of the family theme in social advertising technology to work with young people. The scientific novelty of

the work is determined by the insufficient development of the topic. Defining goals, object and subject allowed to formulate the following tasks:

1. To describe the concept and essence of social advertising and family inn social advertising.
2. To note the experience of social advertising in the Republic of Belarus.
3. To note the value and the role of social advertising for the family education of youth.
4. To analyze:
 - 4.1 The issue of representation of motherhood in Belarusian social advertising of family;
 - 4.2 The representation of the problems of childhood in Belarusian social advertising of family;
 - 4.3 the representation of childbirth problems in Belarusian social advertising of family;
5. Provide guidelines for advertising agenst for the implementation of social advertising of family themes in work with young people.

Methods: systematic and global analysis of the chosen topic and the results received during the research, as well as their synthesis.

The first chapter deals with the concept of social advertising and the experience of the Republic of Belarus in this field. In the second chapter of the abstract were presented the description of case studies on social issues, recommendations for advertising agencies.

Research database: Belarusian social advertising in Minsk. While writing the abstract following results were obtained: The essence of social advertising, and Belorussian social advertising in particular; the notion and essence of social advertising and social advertising of the family are characterized; the importance and role of family social advertising in the education of youth are considered; to submit guidelines for the implementation of social advertising of family themes in work with young people.

Within the confines of abstract was used the theoretical analysis of the literature on the researched topic, collection of informational data that represents the problems of motherhood, childhood and the childbirth in Belarusian social advertising of family theme, observation and contemplation of regulatory documents, the photofixation of extern social advertising and systematization of social advertising.

The materials and the results of the abstract were obtained from reliable sources and own studies.