

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

ЦАРЕВА
Алина Викторовна

**ТЕХНОЛОГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕМОВ В
КОММУНИКАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
И. П. Шибут

Допущена к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 60, таблиц – 1, рисунков – 22, источников – 44, приложений – 16.

МЕМ, КОММУНИКАЦИЯ, КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНТЕРНЕТ, РЕКЛАМА, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ, КОМПАНИИ, АУДИТОРИЯ, СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ.

Объект исследования: мемы в коммуникации.

Предмет исследования – технологии создания и возможности использования мемов в коммуникации.

Цель работы: проанализировать основные возможности использования мемов в различных сферах деятельности на примере использования мемов как инструментов коммуникации в Беларуси и зарубежных странах, а также вывести основные рекомендации по созданию и использованию мемов.

Методы исследования: эмпирический, общелогический, социологический.

Полученные результаты и их новизна: мемы нужно использовать в зависимости от ситуации, так как есть опасность, что мем может оттолкнуть, если его использовать неправильно, если он не будет уместным. Тогда поставленные цели и задачи не будут достигнуты.

Новизна темы заключается в систематизации знаний по технологиям использования мемов в коммуникации.

Область возможного практического применения: в белорусских государственных учреждениях при коммуникации с аудиторией, при коммуникации белорусских брендов с потребителями.

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

Царева А.В.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 60, табліц – 1, крыніц – 44, малюнкаў – 22, дадаткаў – 16.

МЕМ, КАМУНІКАЦЫЯ, КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ІНТЭРНЭТ, РЭКЛАМА, ДЗЯРЖАЎНЫЯ ЎСТАНОВЫ, КАМПАНІІ, АЎДЫТОРЫЯ, САЦЫЯЛЬНАЯ РЭАЛЬНАСЦЬ, СПАЖЫВЕЦКІЯ ПЕРАВАГІ.

Аб’ект даследавання – мемы ў камунікацыі.

Прадмет даследавання – тэхналогіі стварэння і магчымасці выкарыстання мемаў у камунікацыі.

Мэта працы: прааналізаваць асноўныя магчымасці выкарыстання мемаў у розных сферах дзейнасці на прыкладзе выкарыстання мемаў як інструментаў камунікацыі ў Беларусі і замежных краінах, а таксама вывесці асноўныя рэкамендацыі па стварэнні і выкарыстанні мемаў.

Метады даследавання: эмпірычныя, агульналагічныя, сацыялагічныя.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: мемы трэба выкарыстоўваць у залежнасці ад сітуацыі, паколькі ёсць небяспека, што мем можа адштурхнуць, калі яго выкарыстоўваць няправільна, калі ён не будзе дарэчным. Тады пастаўленыя мэты і задачы не будуць дасягнуты.

Навізна тэмы заключаецца ў сістэматызацыі ведаў па тэхналогіях выкарыстання мемаў у камунікацыі.

Галіна магчымага практычнага прымянення: у беларускіх дзяржаўных установах пры камунікацыі з аўдыторыяй, пры камунікацыі беларускіх брэндаў са спажыўцамі.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылкаў на крыніцы, што былі выкарыстаны ў працы.

Царова А.В.

THE ABSTRACT

Diploma thesis: pages – 60, tables – 1, sources of information – 44, pictures – 22, applications – 16.

MEME, COMMUNICATION, COMMUNICATION ACTIVITY, INTERNET, ADVERTISING, PUBLIC INSTITUTIONS, STATE INSTITUTIONS, COMPANIES, AUDIENCE, SOCIAL REALITY, CONSUMER PREFERENCES.

Object of research: memes in communication.

Subject of research: technologies of creation and possibilities of use of memes in communication.

Aim of research: to analyze main possibilities of use of memes in different fields of activity, based on their use as a communication tool in Belarus and abroad, and also to conclude main recommendations of creation and use of memes.

Methods of research: empirical, general-logical, sociological.

Obtained results and their novelty: memes should be used depending on the situation, because there is a risk, that meme could be repulsive, if it is used incorrectly or inappropriately. In this case goals and objectives won't be achieved.

Novelty of this thesis is also in systematization of knowledge in technologies of use of memes in communication.

Area of potential practical use: Belarusian state institutions can use it in its communication with the audience, Belarusian brands with can use it in its communication with consumers.

Author of the study confirms the reliability of research and objectivity of links to the sources used in this work.

Tsaryova A.V.
