

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

КОЗАК
Анастасия Андреевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В БЕЛОРУССКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
доктор исторических наук,
доцент, профессор
кафедры социальной
коммуникации И. И. Калачева

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 51 страницу и включает 2 приложения и 32 использованных источника.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, ВИДЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, ФУНКЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ. СЕМЬЯ, СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ.

Объект исследования дипломной работы – семейные ценности. Предмет исследования дипломной работы – продвижение семейных ценностей посредством социальной рекламы. Цель данной дипломной работы – анализ продвижения семейных ценностей посредством социальной рекламы. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: дано определение понятию социальная реклама; рассмотрены разновидности социальной рекламы выявлены функции социальной рекламы; дано определение понятию семейные ценности; изучены наиболее важные ценности семьи; выявлены функции семьи; определены причины актуальности продвижения семейных ценностей с помощью социальной рекламы; рассмотрены наиболее яркие примеры белорусской социальной рекламы, репрезентирующей семейные ценности.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к продвижению семейных ценностей посредством социальной рекламы разработки подобного руководства. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке рекламной кампании по продвижению семейных ценностей.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельном проведении опроса.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 51 старонку і ўключае 2 прыкладанні 32 выкарыстаных крыніцы.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: РЭКЛАМА, САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛАМА, ВІДЫ САЦЫЯЛЬНАЙ РЭКЛАМЫ, ФУНКЦЫІ САЦЫЯЛЬНАЙ РЭКЛАМЫ.СЯМ'Я, СЯМЕЙНЫЯ КАШТОЎНАСЦІ, РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ СЯМЕЙНЫХ КАШТОЎНАСЦЕЙ У САЦЯЛЬНАЙ РЭКЛАМЕ.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы – сямейныя каштоўнасці. Прадмет даследавання дыпломнай работы – прасоўванне сямейных каштоўнасцяў з дапамогай сацыяльнай рэкламы. Мэта дадзенай дыпломнай работы – аналіз прасоўвання сямейных каштоўнасцяў з дапамогай сацыяльнай рэкламы. Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, а таксама апытальны метады, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: дадзена вызначэнне паняцця сацыяльнай рэкламы; разгледжаны разнавіднасці сацыяльнай рэкламы; выяўлены функцыі сацыяльнай рэкламы; дадзена вызначэнне паняцця сямейных каштоўнасцяў; вывучаны найбольш важныя каштоўнасці сям'і; выяўлены функцыі сям'і; выяўлены прычыны актуальнасці прасоўвання сямейных каштоўнасцяў з дапамогай сацыяльнай рэкламы, разгледжаны найбольш яркія прыклады беларускай сацыяльнай рэкламы, якая рэпрэзентуе сямейныя каштоўнасці.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу да прасоўвання сямейных каштоўнасцяў з дапамогай сацыяльнай рэкламы. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы рэкламнай кампаніі па прасоўванні сямейных каштоўнасцяў.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойным правядзенні апытання.

GRADUATE THESIS SUMMARY

The amount of the thesis is 51 pages and includes 2 applications and 32 used sources.

KEYWORDS: ADVERTISING, SOCIAL ADVERTISING, TYPES OF SOCIAL ADVERTISING, FUNCTIONS OF SOCIAL ADVERTISING. FAMILY, FAMILY VALUES, REPRESENTATION OF FAMILY VALUES IN SOCIAL ADVERTISING.

The object of research of the thesis is family values. The subject of the research work is the promotion of family values through social advertising. The purpose of this thesis is to reveal the essence of the concept of family values as one of the notions promoted by social advertising. The methodological basis of the thesis was made by general scientific methods: the method of analysis and synthesis, the method of induction and deduction, and also the particular scientific methods used in carrying out sociological research (the survey method).

In the process of writing the thesis, the following results were obtained: the definition of social advertising was defined; The types of social advertising are considered, the functions of social advertising are revealed; The definition of family values is given; The most important values of the family are studied; Family functions are revealed; Certain reasons for the urgency of promoting family values through social advertising; The most vivid examples of Belarusian social advertising, representing family values, are considered.

The novelty of the results is due to the lack of an integrated approach to the promotion of family values through social advertising for the development of such a guide. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical application. Materials of the thesis can be used in the educational process, as well as in the development of an advertising campaign to promote family values.

The materials and the results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and an independent survey.