

*МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью*

*АЛЕКСАНДРОНОК
Екатерина Александровна*

**НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ В БЕЛОРУССКОЙ
РЕКЛАМЕ: ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ,
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
доцент И. В. Сидорская

Допущена к защите

«__» _____ 2021 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

и связей с общественностью

кандидат филологических наук, доцент Ю. Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 60 страниц, 40 источников, 3 рисунка, 3 таблицы, 10 приложений.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ,
КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Объект исследования – национальные традиции в белорусской рекламе.

Предмет исследования – особенности интерпретации и оценка эффективности национальных традиций в белорусской рекламе.

Цель работы – на основе анализа отечественных кейсов коммерческой рекламы, в которых использованы национальные традиции белорусов, выявить особенности интерпретации национальных традиций в структуре рекламной коммуникации и оценить эффективность их воздействия на потребителя.

Методы исследования: описание, классификация, анализ, синтез, обобщение; анализ документов; экспертное интервью, глубинное интервью.

Полученные результаты и их новизна: в результате проведенного исследования были выведены следующие функции различных групп национальных традиций в рекламной коммуникации: трансляция в общество ценностей и установок, способствование формированию стереотипов, помощь индивиду адаптироваться в обществе, формирование идеологии; проанализированы цели, аудитории, сюжеты, вербальные и невербальные средства белорусской коммерческой рекламы, в которой использованы национальные традиции; выделены особенности использования и интерпретации национальных традиций в рекламе на основе конструкционистского подхода; была доказана высокая коммуникативная эффективность использования национальных традиций в белорусской рекламе на основе проведения глубинного интервью по следующим параметрам: распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила; на основе проведенных экспертных интервью и собственных рассуждений были предложены рекомендации по повышению эффективности рекламной деятельности.

Область возможного практического применения: реклама, маркетинг, связи с общественностью, учебный процесс.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Е.А. Александронк

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 60 старонак, 40 крыніц, 3 малюнка, 3 табліцы, 10 прыкладанняў.

НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ ТРАДЫЦЫІ, ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ, КАМЕРЦЫЙНАЯ РЭКЛЯМА, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ.

Аб’ект даследавання – нацыянальныя традыцыі ў беларускай рэкламе.

Прадмет даследавання – асаблівасці інтэрпрэтацыі і ацэнка эфектыўнасці нацыянальных традыцый у беларускай рэкламе.

Мэта работы – на аснове аналізу айчынных кейсаў камерцыйнай рэкламы, у якіх выкарыстаныя нацыянальныя традыцыі беларусаў, выявіць асаблівасці інтэрпрэтацыі нацыянальных традыцый у структуры рэкламнай камунікацыі і ацаніць эфектыўнасць іх уздзеянне на спажыўца.

Метады даследавання: апісанне, класіфікацыя, аналіз, сінтэз, абагульненне; аналіз дакументаў; экспертнае інтэрв’ю, глыбіннае інтэрв’ю.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у выніку праведзенага даследавання былі выведзены наступныя функцыі розных груп нацыянальных традыцый у рэкламнай камунікацыі: трансляцыя ў грамадства каштоўнасцяў і установак, спрыянне фармаванню стэрэатыпаў, дапамога індывіду адаптавацца ў грамадстве, фарміраванне ідэалогіі; прааналізаваныя мэты, аўдыторыі, сюжэты, вербальныя і невербальныя сродкі беларускай камерцыйнай рэкламы, у якой выкарыстаны нацыянальныя традыцыі; вылучаныя асаблівасці выкарыстання і інтэрпрэтацыі нацыянальных традыцый у рэкламе на аснове канструкцыянісцкага падыходу; была даказаная высокая камунікатыўная эфектыўнасць выкарыстання нацыянальных традыцый у беларускай рэкламе на аснове правядзення глыбіннага інтэрв’ю па наступных параметрах: распазнавальнасць, запамінаемасць, прыцягальная сіла, агітацыйная сіла; на аснове праведзеных экспертных інтэрв’ю і ўласных разваг былі прапанаваны рэкамендацыі па павышэнні эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: рэклама, маркетынг, сувязі з грамадскасцю, навучальны працэс.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

К. А. Александронак

RESUME

Thesis contains: 60 pages, 40 sources, 3 figures, 3 tables, 10 appendices.

NATIONAL TRADITIONS, INTERPRETATION, COMMERCIAL ADVERTISING, EFFICIENCY ASSESSMENT.

The object of the research is national traditions in Belarusian advertising.

The subject of the research is the peculiarities of interpretation and assessment of the effectiveness of national traditions in Belarusian advertising.

The purpose of the work is based on the analysis of domestic cases of commercial advertising in which the national traditions of Belarusians are used to identify the peculiarities of the interpretation of national traditions in the structure of advertising communication and to assess the effectiveness of their impact on the consumer.

Research methods: description, classification, analysis, synthesis, generalization; analysis of documents; expert interview, in-depth interview.

The results obtained and their novelty: as a result of the study the following functions of various groups of national traditions in advertising communication were derived: transmission of values and attitudes into society, promoting the formation of stereotypes, helping an individual adapt in society, forming an ideology; the goals, audiences, plots, verbal and non-verbal means of Belarusian commercial advertising in which national traditions are used have been analyzed; the features of the use and interpretation of national traditions in advertising on the basis of the constructionist approach are highlighted; the high communicative efficiency of using national traditions in Belarusian advertising was proved on the basis of in-depth interviews on the following parameters: recognizability, memorability, attractive power, agitation power; on the basis of expert interviews and own reasoning, recommendations were made to improve the effectiveness of advertising.

Possible practical applications: advertising, marketing, public relations, educational process.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the thesis as well as the independence of its implementation.

K.A. Aleksandronok