МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ

ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ

Кафедра медыялінгвістыкі і рэдагавання

**Кажадуб Лізавета Уладзіміраўна**

**Структура і стыль сацыяльнай рэкламы: рэдактарскі аспект**

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік: кандыдат філалагічных навук, дацэнт Хромчанка А. Р.

Дапушчана да абароны: “\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 г.

Заг. кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання доктар філалагічных навук, прафесар В. І. Іўчанкаў

Мінск

 2021

**Рэферат**

Агульны аб'ём дыпломнай працы: 51 старонка камп'ютэрнага набору. Колькасць выкарыстаных крыніц-25.

**Ключавыя словы:** сацыяльная рэклама, вонкавая рэклама, гісторыя сацыяльнай рэкламы, аналіз рэкламы.

**Актуальнасць:** дадзеная праца з'яўляецца актуальнай, таму што стварэнне сацыяльнай рэкламы – вельмі працаёмкі і складаны працэс, цесна звязаны з многімі сферамі жыцця грамадства. Дыпломная праца прысведчана з працэсам стварэння сацыяльнай рэкламы, а таксама рэдагаваннем тэкстаў сацыяльнай рэкламы.

**Аб'ект** даследавання дыпломнай працы – тэксты сацыяльнай рэкламы на сайце МНС і ў газеце “Звязда”.

**Мэта даследавання:** прааналізаваць з рэдактарскага аспекту структуру і стыль тэкстаў сацыяльнай рэкламы.

Для дасягнення гэтай мэты вырашаюцца наступныя **задачы:**

1) пазнаёміцца з навуковай літаратурай па тэме даследавання;

2) сабраць і класіфікаваць фактычны матэрыял;

3) вызначыць сутнасць асноўных паняццяў, якія належаць да сацыяльнай рэкламы;

4) апісаць з рэдактарскага гледжання структуру тэкстаў сацыяльнай рэкламы на сайце МНС і ў газеце “Звязда”;

5) выявіць моўна-стылёвыя характарыстыкі тэкстаў сацыяльнай рэкламы на сайце МНС і ў газеце “Звязда”.

Метадалагічная аснова дыпломнай работы ўключае: аналіз навуковай літаратуры па тэме даследавання, метад бесперапыннай выбаркі і апісання.

Практычная значнасць дыпломнай працы заключаецца ў магчымасці выкарыстання фактычнага матэрыялу для правядзення даследаванняў, а таксама напісання навуковых прац. Дыпломная праца ўяўляе сабой самастойнае аўтарскае даследаванне.

**Реферат**

Общий объем дипломной работы – 51 страницы компьютерного набора. Количество использованных источников – 25.

**Ключевые слова:** социальная реклама, наружная реклама, история социальной рекламы, анализ рекламы.

**Актуальность:** Данная работа является актуальной, потому что создание социальной рекламы – очень трудоемкий и сложный процесс, тесно связанный со многими сферами жизни общества. Дипломная работа посвящена с процессам создания социальной рекламы, а также редактированием текстов социальной рекламы.

**Объект** исследования дипломной работы – тексты социальной рекламы на сайте МЧС и в газете «Звязда».

**Цель** исследования: анализировать с точки зрения редакции структуру и стиль текстов социальной рекламы.

Для достижения этой цели решаются следующие **задачи:**

1) ознакомиться с научной литературой по теме исследования;

2) собрать и систематизировать фактический материал;

3) определить суть основных понятий, относящихся к социальной рекламе;

4) описать с редакторской точки зрения структуру текстов социальной рекламы на сайте МЧС и в газете «Звязда»;

5) выявить лингвистические и стилистические особенности текстов социальной рекламы на сайте МЧС и в газете «Звязда».

Методологическая основа дипломной работы включает: анализ научной литературы по теме исследования, метод непрерывной выборки и описания.

Практическая значимость дипломной работы заключается в возможности использования фактического материала для проведения исследований, а также написания научных работ. Дипломная работа представляет собой самостоятельное авторское исследование.

**Report**

The total volume of the thesis is 51 pages of computer typing. The number of sources used is 25.

**Keywords:** social advertising, outdoor advertising, history of social advertising, advertising analysis.

**Relevance:** This work is relevant, because the creation of social advertising is a very time-consuming and complex process, closely related to many areas of society. The thesis is devoted to the processes of creating social advertising, as well as editing the texts of social advertising.

**The object** of research of the thesis is social advertising: texts of social advertising on the website of the Ministry of Emergency Situations and in the newspaper "Zvyazda".

**The purpose of the study:** the need to consider and analyze examples of print media, as well as to identify ways and means of organizing an effective media text.

To achieve this goal, the following tasks are solved:

1) get acquainted with the scientific literature on the topic of the study;

2) collect and organize the actual material;

3) determine the essence of the main concepts related to social advertising;

4) describe from the editorial point of view the structure of the texts of social advertising on the website of the Ministry of Emergency Situations and in the newspaper " Zvyazda»;

5) identify the linguistic and stylistic features of the texts of social advertising on the website of the Ministry of Emergency Situations and in the newspaper "Zvyazda".

The methodological basis of the thesis includes: analysis of the scientific literature on the research topic, the method of continuous sampling and description.

The practical significance of the thesis is the possibility of using the actual material for research, as well as writing scientific papers. The thesis is an independent author's research.