

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра международной журналистики

Сюй Фанюэ

**СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА КИТАЙСКОМ И  
БЕЛОРУССКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ  
ТЕЛЕКАНАЛОВ ССТV И БЕЛАРУСЬ 1)**

Дипломная работа

Научный руководитель  
доцент, кн. ист. наук  
Е. И. Кононова

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

«\_\_\_»\_\_\_\_\_2021 г.

Заведующая кафедрой  
международной журналистики  
\_\_\_\_\_О. В. Луцинская

МИНСК 2021

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 52 страниц, 89 ист., 2 прилож.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, АНАЛИЗ, ОЦЕНКА, КАНАЛ, ТЕЛЕКАНАЛ

**Объект** исследования – рекламная индустрия в аудиовизуальных средствах массовой информации.

**Предмет** исследования – социальная реклама на китайском телеканале CCTV и белорусском телеканале Беларусь 1.

**Цель** данной работы – анализ социальной рекламы на китайском и белорусском телевидении (на примере телеканалов CCTV и Беларусь 1).

**Методы исследования:** диалектический и аналитический. Для реализации данных методов применён системный подход. Использована нормативная и справочная литература, а также статистические сведения.

**Полученные результаты и их новизна:** изучена рекламная индустрия и деятельность средств массовой информации; проанализирована организация рекламной деятельности на телевидении Китая и Беларуси; предложено совершенствование рекламной деятельности в СМИ.

Новизна работы заключается в исследованных предложениях совершенствование рекламной деятельности в СМИ.

Область возможного практического применения: результаты данного исследования и разработанные рекомендации могут быть применены для семинарских и лекционных занятий.

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

# REPORT

The thesis contains: 58 pages, 89 ist. , 2 appendices.

SOCIAL ADVERTISING, TELEVISION, ANALYSIS, EVALUATION,  
CHANNEL, TV CHANNEL

The object of the research is the advertising industry in the audiovisual media.

The subject of the study is social advertising on the Chinese TV channel SSTV and the Belarusian TV channel Belarus 1.

The purpose of this work is to analyze social advertising on Chinese and Belarusian television (using the example of CCTV and Belarus 1 TV channels).

Research methods: dialectical and analytical. A systematic approach is used to implement these methods. We used normative and reference literature, as well as statistical information.

The results obtained and their novelty: the advertising industry and the activities of the mass media are studied; the organization of advertising activities on television in China and Belarus is analyzed; the improvement of advertising activities in the media is proposed.

The novelty of the work lies in the studied proposals for improving advertising activities in the media.

Scope of possible practical application: the results of this study and the developed recommendations can be applied to seminars and lectures.

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

