

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра международной журналистики

**Социальная реклама на телевидении
Соединенных Штатов Америки: сопоставительный аспект на
примере «NBC Universal», «Warner Media» и «Viacom»**

Дипломная работа

Охотниковой Екатерины
Руслановны
студентки 4 курса, специальности
«журналистика международная»

Научный руководитель:
доцент Дударёнок Антон
Сергеевич

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА?	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Знаменитости в социальной рекламе	6
1.2 История и проблематика социальной рекламы в США.....	7
1.3 Социальная реклама и пропаганда.....	10
1.4 Позитивное и негативное настроение социальной рекламы	12
1.5 Крупнейшие медиаконгломераты США.....	13
1.5.1 NBCUniversal	13
1.5.2 WarnerMedia.....	14
1.5.3 Viacom	15
ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА АМЕРИКАНСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ	17
2.1 Социальная реклама WarnerMedia	17
2.2 Социальная реклама на NBCUniversal.....	21
2.2 Социальная реклама на Viacom.....	28
ГЛАВА 3. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМЫ НА WARNERMEDIA, NBCUNIVERSAL И VIACOM	35
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	50
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	52