

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

БАЛОБИНА
Валерия Глебовна

**СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ: ФУНКЦИИ,
ТЕМАТИКА, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических
наук, кандидат
искусствоведения
профессор Фрольцова Н. Т.

Допущена к защите

«___» _____ 2023 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,
доктор филологических наук, доцент С. В. Харитоновна

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 79 с., 53 единиц источников, 4 приложения.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, ВВС, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ОНТ, БЕЛАРУСЬ, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Объект исследования – социальная реклама.

Предмет исследования – функциональные, тематические особенности и образ целевой аудитории социальной рекламы в эфире белорусского телеканала ОНТ и британского ВВС.

Цель исследования – выявить функциональные, тематические особенности и образ целевой аудитории социальной рекламы в эфире белорусского телеканала ОНТ и британского ВВС.

Методы исследования – описательный, сопоставительный, структурно-системный, аналитический, индукции и дедукции, контент-анализ.

Практическое значение дипломной работы заключается в возможности использования научно-практического опыта производства социальной рекламы за рубежом для адаптации в условиях функционирования рекламной коммуникации в белорусском телеэфире.

Степень самостоятельности. Дипломная работа представляет собой самостоятельно проведенное исследование. Изучена и систематизирована соответствующая научная литература, имеющая отношение к теме дипломной работы. Охарактеризованы и обобщены функциональные и тематические особенности рекламной продукции, разработан подход к проектированию образа целевой аудитории социальной рекламы на телевидении.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае 79 с., 53 адзінкі крыніц, 4 прыкладанняў.

САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛАМА, ВВС, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, АНТ, БЕЛАРУСЬ, ВЯЛІКАБРЫТАНІЯ

Прадмет даследавання – функцыянальныя, тэматычныя асаблівасці і вобраз мэтавай аўдыторыі сацыяльнай рэкламы ў эфіры беларускага тэлеканала ОНТ і брытанскага ВВС.

Мэта даследавання – выявіць функцыянальныя, тэматычныя асаблівасці і вобраз мэтавай аўдыторыі сацыяльнай рэкламы ў эфіры беларускага тэлеканала ОНТ і брытанскага ВВС.

Метады даследавання – апісальныя, супастаўляльныя, структурна-сістэмныя, аналітычныя, індукцыі і дэдукцыі, кантэнт-аналіз.

Практычнае значэнне дыпломнай работы заключаецца ў магчымасці выкарыстання навукова-практычнага вопыту вытворчасці сацыяльнай рэкламы за мяжой для адаптацыі ва ўмовах функцыянавання рэкламнай камунікацыі ў беларускім тэлеэфіры.

Ступень самастойнасці. Дыпломная праца ўяўляе сабой самастойна праведзенае даследаванне. Вывучана і сістэматызавана адпаведная навуковая літаратура, якая мае дачыненне да тэмы дыпломнай работы. Ахарактарызаваны і абагульнены функцыянальныя і тэматычныя асаблівасці рэкламнай прадукцыі, распрацаваны падыход да праектавання вобраза мэтавай аўдыторыі сацыяльнай рэкламы на тэлебачанні.

ABSTRACT

The thesis contains 79 s., 53 units of sources, 4 applications.

SOCIAL ADVERTISING, BBC, ADVERTISING TEXT, TARGET
AUDIENCE, ONT, BELARUS, UK

The subject of the study is the functional, thematic features and the image of the target audience of social advertising on the air of the Belarusian TV channel ONT and the British BBC.

The purpose of the study is to identify functional, thematic features and the image of the target audience of social advertising on the air of the Belarusian TV channel ONT and the British BBC.

Research methods – descriptive, comparative, structural-systemic, analytical, induction and deduction, content analysis.

The practical significance of the thesis lies in the possibility of using the scientific and practical experience of producing social advertising abroad for adaptation in the conditions of functioning of advertising communication on Belarusian television.

The degree of independence. The thesis is an independent research. The relevant scientific literature related to the topic of the thesis has been studied and systematized. The functional and thematic features of advertising products are characterized and summarized, an approach to designing the image of the target audience of social advertising on television is developed.