

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ГО Пэньюй

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В БЕЛОРУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Калачёва Ирина Ивановна
доктор исторических наук,
профессор

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – выявить основные тенденции развития социальной рекламы, транслирующей семейные ценности в белорусском и китайском обществе, сравнить нормативно-правовую базу рекламной коммуникации, функции социальной рекламы, ее тематическое и видовое разнообразие.

Объект исследования – социальная реклама.

Предмет исследования – репрезентация семейных ценностей в белорусской и китайской социальной рекламе.

Задачи исследования:

1. изучить процессы институализации социальной рекламы как технологии коммуникации, показать суть социальной рекламы как социально-культурного феномена, ее роль и значение для укрепления семьи как в Беларуси и так и в Китае.

2. разработать программу исследования и провести сравнительный анализ основных тенденций развития социальной рекламы семейных ценностей в Беларуси и Китае в современных условиях.

3. предложить рекомендации для государственных структур, регулирующих процессы продвижения социальной рекламы семейных ценностей в обществе, а также для пиар-агентств, на основании сравнительного анализа в разных странах.

Ключевые слова: социальная реклама, семейные ценности.