

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

НЕ
Дань

**НАЦИОНАЛЬНЫЕ И ПАТРИОТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ В РУССКО-
И КИТАЙСКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ:
ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель –
Соловьев Анатолий Иванович,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2025 г.

Зав. кафедрой _____
кандидат филологических наук, доцент Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2025

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Магистерская диссертация содержит 77 страниц и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих семь разделов, заключения и списка использованных источников, включающего 76 наименований, 2 приложений. Объем магистерской диссертации «Национальные и патриотические ценности в русско- и китайскоязычной рекламе: особенности продвижения»

Ключевые слова: НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ПАТРИОТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ, РУССКОЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМА, КИТАЙСКОЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМА И КУЛЬТУРА

Объект исследования – национальные и патриотические ценности в китайско- и русскоязычной социальной рекламе.

Предмет исследования – языковые средства репрезентации национальных и патриотических ценностей в китайско- и русскоязычной социальной рекламе.

Цель исследования состоит в установлении способов представления национальных и патриотических ценностей в социальной рекламе на материале китайского и русского языков.

Полученные результаты: рассмотрены теоретические аспекты продвижения национальных и патриотических ценностей в рекламе; произведен анализ примеров рекламных кампаний, ориентированных на продвижение национальных и патриотических ценностей в Беларуси и России; описан опыт пропаганды национальных и патриотических ценностей в рекламной коммуникации в Китае.

Научная новизна исследования заключается в сравнительном анализе русскоязычной и китайской рекламы в контексте продвижения национальных и патриотических ценностей; предложены рекомендации по повышению эффективности использования национальных и патриотических ценностей в рекламе.

Область возможного практического применения. Практическая значимость работы определяется возможностью использования результатов исследования в вузовской практике, в практической деятельности по использованию спортивных событий и мероприятий в формировании имиджа страны.

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

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

The master's thesis contains 77 pages and consists of a general description, introduction, two chapters, including seven sections, conclusion and a list of references, including 76 titles, 2 appendices. The volume of the master's thesis "National and patriotic values in Russian- and Chinese-language advertising: features of promotion"

Keywords: NATIONAL VALUES, PATRIOTIC VALUES, RUSSIAN-LANGUAGE ADVERTISING, CHINESE-LANGUAGE ADVERTISING, PROMOTION, ADVERTISING AND CULTURE

The Object of the study - national and patriotic values in Chinese- and Russian-language social advertising.

The Subject of the study - linguistic means of representing national and patriotic values in Chinese- and Russian-language social advertising.

The aim of the study is to establish the methods of presenting national and patriotic values in social advertising based on the Chinese and Russian languages.

The obtained results theoretical aspects of promoting national and patriotic values in advertising were considered; examples of advertising campaigns aimed at promoting national and patriotic values in Belarus and Russia were analyzed; the experience of promoting national and patriotic values in advertising communications in China was described.

The scientific novelty of the study lies in the comparative analysis of Russian-language and Chinese advertising in the context of promoting national and patriotic values; recommendations for improving the effectiveness of using national and patriotic values in advertising were proposed.

The area of possible practical application. The practical significance of the work is determined by the possibility of using the research results in university practice, in practical activities on the use of sports events and activities in forming the image of the country.

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

硕士论文摘要

碩士論文的架構包括：这篇硕士论文共77页，包含概述、引言、两章（共七个部分）、结论以及参考文献列表（共76个标题）和两篇附录。硕士论文卷名为“俄汉广告中的民族和爱国价值观：推广特点”。

關鍵字：民族价值观、爱国价值观、俄语广告、汉语广告、推广、广告与文化

研究的對像是汉语和俄语社会广告中的民族和爱国价值观。

研究的主題是汉语和俄语社会广告中民族和爱国价值观的语言表达方式。

研究目的：探索基于汉语和俄语的社会广告中民族和爱国价值观的表达方法。
所得結果：探讨了在广告中弘扬民族和爱国价值观的理论层面；分析了白俄罗斯和俄罗斯旨在弘扬民族和爱国价值观的广告活动的案例；介绍了中国在广告传播中弘扬民族和爱国价值观的经验。

本研究的科学创新之处在于，在弘扬民族和爱国价值观的背景下，对俄语和汉语广告进行了比较分析；并提出了提高在广告中运用民族和爱国价值观效率的建议。

可能的實際應用領域。研究成果的實際意義在於能否應用於大學實踐、體育賽事的實踐活動以及國家形象塑造活動。

作者確認碩士論文資料和結果的可靠性以及論文實施的獨立性。