

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

ВОЛОДЬКО
Алеся Сергеевна

ВОСПРИЯТИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:
старший преподаватель
М.А. Кизима

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

Цель дипломной работы – выявить особенности восприятия аудиторией визуальных компонентов рекламных обращений на примере рекламы бренда «BonGenie».

Объект исследования дипломной работы – визуальные компоненты рекламного обращения. Предмет исследования дипломной работы – особенности восприятия аудиторией визуальных компонентов рекламных обращений на примере рекламы бренда «BonGenie». Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, исторический метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод семантического дифференциала).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: были проанализированы различные подходы к определению понятия восприятия, рассмотрены теории, виды, феномены и законы восприятия. Были изучены особенности восприятия цвета, шрифта и образа в рекламе и проведено исследование по восприятию данных визуальных аспектов на примере рекламных обращений шоколада «BonGenie».

Новизна полученных результатов обусловлена недостатком данных о восприятии цветовых сочетаний, шрифтов и образов рекламных обращений, в частности, рекламы шоколада. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке визуальной составляющих рекламных обращений.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и прикладных исследований.

Ключевые слова: реклама, рекламное обращение, визуальные компоненты рекламы, цвет, цветовое сочетание, шрифт, образ, восприятие, восприятие рекламы, восприятие цвета, восприятие шрифтов, восприятие образов, исследование восприятия.