

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

ЧУХРАЙ
Полина Ивановна

ЮМОР В КОММЕРЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
кандидат философских наук,
доцент А. Я. Сарна

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – юмор как смысловой механизм в коммерческой и социальной рекламе. Предмет исследования дипломной работы – особенности использования юмористических приемов и техник для привлечения внимания аудитории. Цель дипломной работы – выявить особенности использования юмора в коммерческой и социальной рекламе. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, описательный метод, метод сравнения, индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (метод фокус-групп).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделен ряд ключевых характеристик юмора, которые положительно либо отрицательно влияют на восприятие рекламы с его использованием.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к изучению эффективности использования юмористических техник в рекламе. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке рекламной продукции коммерческими и некоммерческими организациями.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: юмор, коммерческая реклама, социальная реклама, восприятие юмора, юмористические образы в рекламе.