

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

ХЛЕБЦЕВИЧ
Полина Геннадьевна

ЦВЕТ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ: СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
старший преподаватель
М.С.Терещенко

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – социальная реклама. Предмет исследования дипломной работы – восприятие цвета в социальной рекламе. Цель дипломной работы – анализ восприятия цвета в социальной рекламе. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы (анализ и синтез, дедукция и индукция) и частнонаучные методы исследования (семантический дифференциал).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: был рассмотрен феном восприятия цвета в истории, была рассмотрена специфика восприятия цвета в социальной рекламе, был изучен метод семантического дифференциала, было изучено восприятия цвета в социальной рекламе МЧС.

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики восприятия цвета в социальной рекламе. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоритического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при создании социальной рекламной компании.

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

Ключевые слова: социальная реклама, цвет в социальной рекламе, восприятие цвета социальной рекламы, семантический дифференциал.