

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

ПИЛЮГИН Филипп Вадимович

**ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕКСТ В РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТІКТОК)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

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

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Объектом данной работы выступает визуальный текст. Предмет работы – визуальный текст как видеоконтент в рекламной коммуникации в социальных сетях.

Целью дипломной работы является выявление преимуществ использования визуального текста в рекламной коммуникации, способов его применения для достижения маркетинговых целей. В качестве методологической основы работы выступил анализ и синтез, сравнение и обобщение, проектный метод.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрен процесс развития информационно-коммуникационных систем общества, выявлены тенденции в трансформации медиапотребления, выделены виды видеоконтента по назначению, методам размещения; дана характеристика этапам развития социальных сетей, охарактеризована их современная структура, рассмотрены понятия «лидер мнений» и «инфлюенсер». Для выявления эффективных методов работы с инфлюенсерами в социальной сети TikTok была рассмотрена и проанализирована рекламная кампания по продвижению бренда готовых салатов.

Научная новизна исследования заключается в востребованности социальной сети TikTok как средства рекламной коммуникации. Эффективное размещение рекламного контента невозможно без знания об особенностях социальной сети, ее элементов.

Ключевые слова: видеоконтент, социальные сети, TikTok, инфлюенсер, медиапотребление.