

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

ПІЛЮГІН Піліп Вадзімавіч

**ВІЗУАЛЬНЫ ТЭКСТ У РЭКЛАМНАЙ КАМУНІКАЦЫІ
(НА ПРЫКЛАДЗЕ САЦЫЯЛЬНАЙ СЕТКІ ТІКТОК)**

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філасофскіх навук,
дацэнт
А.Я.Сарна

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Аб'ектам дадзенай працы выступае візуальны тэкст. Прадмет працы – візуальны тэкст як відэакантэнт у рэкламнай камунікацыі ў сацыяльных сетках.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца выяўленне пераваг выкарыстання візуальнага тэксту ў рэкламнай камунікацыі, спосабаў яго прымянення для дасягнення маркетынгавых мэт. Метадалагічную аснову працы склалі аналіз і сінтэз, параўнанне і абагульненне, праектны метада.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжаны працэс развіцця інфармацыйна-камунікацыйных сістэм грамадства, выяўлены тэндэнцыі ў трансфармацыі медыяспажывання, выдзелены віды відэакантэнту па прызначэнні, метадах размяшчэння; дадзена характарыстыка этапам развіцця сацыяльных сетак, ахарактарызавана іх сучасная структура, разгледжаны паняцці лідэр меркаванняў і інфлюенсер. Для выяўлення эфектыўных метадаў працы з інфлюенсерамі ў сацыяльнай сетцы TikTok была кампанія па прасоўванні брэнда гатовых салат.

Навуковая навізна даследавання заключаецца ў запатрабаванасці сацыяльнай сеткі TikTok як сродку рэкламнай камунікацыі. Эфектыўнае размяшчэнне рэкламнага кантэнту немагчыма без ведання аб асаблівасцях сацыяльнай сеткі, яе элементаў.

Ключавыя словы: відэакантэнт, сацыяльныя сеткі, TikTok, інфлюенсер, медыяспажыванне.