

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

КУТЯН Анна Андреевна

**ФОТОГРАФИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМЫ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

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

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Объем дипломной работы составляет 36 страниц и включает 10 иллюстраций, 15 таблиц, 2 приложения и 26 источника информации.

Ключевые слова: реклама, фотография, социальные сети, рекламный креатив, визуальное восприятие.

Объект исследования – рекламная фотография.

Предмет исследования – фотография как ключевой инструмент рекламной коммуникации в социальных сетях.

Цель дипломной работы – выявить особенности использования рекламной фотографии в социальных сетях для влияния на восприятие потребителей бренда.

Методическую основу дипломной работы составили общенаучные методы (анализ и синтез, сравнение, метод индукции и дедукции), а также специальные методы исследования (метод количественного контент-анализа, опрос с применением метода свободных ассоциаций).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрено место фотографии рекламной коммуникации в социальных сетях; рассмотрено понятие фотографии, описана ее роль в рекламной компании в социальных сетях и формировании имиджа бренда.

В рамках данной работы было проведено исследование с использованием метода количественного контент-анализа, где акцентировалось внимание на измерении и количественной оценке элементов контента, также был использован опрос с применением метода свободных ассоциаций. Этот метод позволяет выявить спонтанные, не навязанные внешними факторами ассоциации. В ходе исследования были выявлены особенности восприятия рекламных креативов с использованием фотографий.