

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

**ЩЁЛКОВА**  
Анастасия Артуровна

**ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ  
В ВОСПРИЯТИИ ОБРАЗОВ МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ  
В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

Магистерская диссертация  
АННОТАЦИЯ

специальность 1-23 81 03 «Коммуникативный менеджмент»

Научный руководитель  
Ольга Викентовна Терещенко  
кандидат социологических наук,  
доцент, профессор кафедры  
социальной коммуникации

Минск, 2018

## АННОТАЦИЯ

Цель магистерской диссертации – раскрытие особенностей использования гендерных стереотипов в рекламных образах.

Гендерный стереотип способен изменяться со временем вследствие изменения ролей женщин и мужчин в обществе, но, следует учитывать, что гендерные стереотипы, как и социальные, характеризуются устойчивостью и долговременностью существования в массовом сознании. Именно поэтому реклама играет большую роль в трансляции гендерных стереотипов.

Объект исследования магистерской диссертации – коммерческая реклама. Предмет исследования магистерской диссертации – гендерные стереотипы, используемые в рекламных образах.

В процессе написания магистерской диссертации были получены следующие результаты: выявлена сущность гендерных стереотипов в современной культуре; определены особенности мужских и женских стереотипов в современном обществе; исследованы основные гендерные стереотипы в рекламе с помощью семиотического анализа; проведен сравнительный анализ стереотипных характеристик мужских и женских образов; исследованы рекламные образы мужчины и женщины в пространстве семантического дифференциала; выявлены идеальные образы мужчины и женщины в коммерческой рекламе.

*Ключевые слова: гендер, гендерные стереотипы, мужские стереотипы, женские стереотипы, гендерные образы, рекламные образы, образы мужчины в рекламе, образы женщины в рекламе.*