

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

**МАРТИНКЕВИЧ**  
Полина Дмитриевна

**ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель  
доктор исторических наук,  
доцент И.И. Калачёва

Минск, 2019

## АННОТАЦИЯ

Объектом дипломной работы являются женские образы в коммерческой рекламе.

Предмет – восприятие женского образа потребителями.

Целью дипломной работы является определение роли женского образа в коммерческой рекламе и особенностей использования его в практике.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, описательный метод и метод сравнения, метод анкетного опроса и анализ посредством карт восприятия.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, описательный метод и метод сравнения, метод анкетного опроса и анализ посредством карт восприятия.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрено понятие рекламы, её функции и виды. Рассмотрены понятия женского образа, его становления в историческом аспекте, выявлены особенности иллюстрации женских образов, изучено восприятие женских образов в коммерческой рекламе посредством построения карт восприятия. В дипломной работе было произведено исследование методом анкетного опроса, проведённый по методике семантического дифференциала.

Опрос проводился среди женщин среднего возраста города Минска. Всего было опрошено 68 человек от 20 до 25 лет и от 35 до 45 лет.

Результаты проведённого исследования позволили определить особенности восприятия женского образа в коммерческой рекламе целевыми аудиториями.

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики женских образов в коммерческой рекламе. Полученные результаты имеют практическое применение. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, дисциплинах изучения рекламного дела. Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных практических исследований.

*Ключевые слова: реклама, функции рекламы, виды рекламы, женский образ, конструирование женского образа, гендерные стереотипы, воздействие на потребителя.*