

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

**УСОВСКИЙ**  
Никита Андреевич

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СТЕРЕОТИПНЫХ  
ЖЕНСКИХ И МУЖСКИХ ОБРАЗОВ  
В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:  
кандидат социологических наук,  
доцент, профессор кафедры  
О.В.Терещенко

Минск, 2019

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования работы – стереотипные женские и мужские образы. Предмет исследования дипломной работы – стереотипные женские и мужские образы в современной рекламе. Цель дипломной работы – выявление и оценка репрезентации стереотипных мужских и женских образов, используемых современной рекламой.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: структурно-функциональный, типологический, аксиологический, метод визуального анализа образа в коммерческой рекламе, фокусированное групповое интервью.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: была выведена типология женских и мужских стереотипных образов, исходя из использованных источников; определено содержание женских и мужских стереотипных образов в обществе; была проведена репрезентация и анализ женских и мужских стереотипных образов, с помощью метода визуального анализа рекламных сообщений; при помощи фокусированного интервью, была оценена репрезентация женских и мужских стереотипных образов в современной рекламе.

Новизна полученных результатов состоит в применении визуального анализа рекламных сообщений, который направлен на выявление социального и ценностного содержания стереотипных женских и мужских образов. Предложена типология стереотипных женских и мужских образов. Результаты применения методики фокусированного интервью показали, что в выбранных рекламных сообщениях до сих пор используется шаблонные и стереотипные образы, которые аудитория воспринимает в большинстве случаев негативно, чаще всего негативной оценки подвергался биологический тип стереотипных образов. При имеющейся тенденции к эгалитарности, в обществе сохраняются традиционные гендерные стереотипы, которые используются в рекламе.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований

*Ключевые слова: биологический тип, гендер, гендерные стереотипы, женщина, маскулинность, мужчина общество, реклама, социальный тип, стереотипные женские образы, стереотипные мужские образы, стереотипы, типология женских стереотипов, типология мужских стереотипов, феминность.*