

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

**МИХОВИЧ**  
Наталья Михайловна

**ОБРАЗ РЕБЁНКА В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель:  
кандидат социологических наук,  
доцент Н.А. Елсукова

Минск, 2018

## АННОТАЦИЯ

Цель дипломной работы – определить особенности использования образа ребёнка в коммерческой и социальной телевизионной рекламе.

Объект исследования дипломной работы – образ ребёнка в телевизионной рекламе. Предмет исследования дипломной работы – использование образа ребёнка в телевизионной коммерческой и социальной рекламе. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа, синтеза, метод индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые в социальных науках (контент-анализ, фокус-групповое интервью).

В ходе написания дипломной работы рассмотрено определение рекламы, основные характеристики коммерческой и социальной рекламы, рассмотрены функции коммерческой и социальной рекламы; определены и рассмотрены гендерные образы в рекламе, транслируемой на территории Республики Беларусь; определены юридические аспекты использования образа ребёнка в рекламе, определена специфика репрезентации образа ребёнка в телевизионной коммерческой и социальной рекламе, транслируемой на территории Республики Беларусь; выявлено отношение женщин-мам к образу ребёнка в телевизионной рекламе.

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики репрезентации образа ребёнка в телевизионной рекламе. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться при планировании рекламной кампании с использованием образа ребёнка.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

*Ключевые слова: реклама, телевизионная реклама, функции рекламы, образ ребёнка, гендерные образы, отношение к образу ребёнка, юридические аспекты.*