

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

КУЛИКОВА
Ксения Викторовна

**Восприятие в рекламной коммуникации: гендерный аспект (на примере
рекламных кампаний УП «Велком»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент Л.Г. Дуктова

Допущена к защите

« ___ » _____ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

и связей с общественностью

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: страниц – 53, таблиц – 2, источников – 42.

РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, РЕКЛАМА, КОММУНИКАЦИЯ, ГЕНДЕРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, ФЕМИННОСТЬ, МАСКУЛИННОСТЬ, ВОСПРИЯТИЕ, РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ВИЗУАЛЬНЫЙ РЯД, ВЕРБАЛЬНЫЙ ТЕКСТ, ЗВУЧАНИЕ.

Объект исследования – восприятие в рекламной коммуникации.

Предмет – особенности восприятия феминных и маскулинных образов и символов в рекламной коммуникации оператора сотовой связи *velcom*.

Цель – проанализировать особенности восприятия феминных и маскулинных образов и символов в рекламной коммуникации оператора сотовой связи *velcom*.

Методы исследования: сравнение, анализ, синтез, мониторинг СМИ, классификация, сопоставительный, теоретико-познавательный метод исследования.

Новизна дипломной работы заключается в том, что на примере рекламных кампаний *velcom* можно проследить, как представлены феминные и маскулинные символы в рекламе, как функционируют женские и мужские образы и какие гендерные стереотипы закладываются в рекламные сообщения. Мы пришли к выводу, что в большинстве рекламных роликов компании *velcom* задействованы гендерные стереотипы, которые, безусловно, влияют на воспринимающего субъекта. В своем рекламном творчестве компания придерживается следующей схемы: утверждение (в котором имплицитно заложено предложение) – аргументация (с помощью образов и символов, как словесных, так и визуальных) – предложение. Таким образом, компания *velcom* выработала свою индивидуальную стратегию рекламной коммуникации.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены в деятельности организаций, заинтересованных в создании грамотных с точки зрения гендерного аспекта рекламных сообщений.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Куликова К.В.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа змяшчае: старонак – 53, табліц – 2, крыніц – 42.

РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, РЭКЛАМА, КАМУНІКАЦЫЯ, ГЕНДЭРНЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, ГЕНДЭРНЫЯ СТЭРЭАТЫПЫ, ФЕМІННАСЦЬ, МАСКУЛІННАСЦЬ, ЎСПРЫМАННЕ, РЭКЛАМНАЕ ПАВЕДАМЛЕННЕ, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, ВІЗУАЛЬНЫ ШЭРАГ, ВЕРБАЛЬНЫ ТЭКСТ, ГУЧАННЕ.

Аб’ект даследавання – ўспрыманне ў рэкламнай камунікацыі.

Прадмет – асаблівасці ўспрымання фемінных і маскулінных вобразаў і сімвалаў у рэкламнай камунікацыі аператара сотавай сувязі *velcom*.

Мэта – прааналізаваць асаблівасці ўспрымання фемінных і маскулінных вобразаў і сімвалаў у рэкламнай камунікацыі аператара сотавай сувязі *velcom*.

Метады даследавання: параўнанне, аналіз, сінтэз, маніторынг СМІ, класіфікацыя, супастаўляльны, тэарэтыка-пазнавальны метады даследавання.

Навізна дыпломнай працы заключаецца ў тым, што на прыкладзе рэкламных кампаній *velcom* можна прасачыць, як прадстаўлены фемінныя і маскулінныя сімвалы ў рэкламе, як функцыянуюць жаночыя і мужчынскія вобразы і якія гендарныя стэрэатыпы закладваюцца ў рэкламныя паведамленні. Мы прыйшлі да высновы, што ў большасці рэкламных ролікаў кампаніі *velcom* задзейнічаны гендарныя стэрэатыпы, якія, безумоўна, уплываюць на ўспрыманне суб’екта. У сваёй рэкламнай творчасці кампанія прытрымліваецца наступнай схемы: зацвярджанне (у якім імпліцытна закладзена прапанова) – аргументацыя (з дапамогай вобразаў і сімвалаў, як слоўных, так і візуальных) – прапанова. Такім чынам, кампанія *velcom* выпрацавала сваю індывідуальную стратэгію рэкламнай камунікацыі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнай работы могуць быць ужытыя ў дзейнасці арганізацый, зацікаўленых у стварэнні пісьменных з пункту гледжання гендарнага аспекту рэкламных паведамленняў.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў рабоце.

Кулікова К.В.

ABSTRACT

Diploma work contains: pages – 53, tables – 2, sources – 42.

ADVERTISING COMMUNICATION, ADVERTISING, COMMUNICATION, GENDER STUDIES, GENDER STEREOTYPES, FEMININITY, MASCULINITY, PERCEPTION, ADVERTISING CAMPAIGN, VISUALS, VERBAL TEXT, SOUND.

The **object** of research is perception in advertising communication.

Subject – features of perception of feminine and masculine images and symbols in advertising communication of *velcom* mobile operator.

The **aim** is to analyze the peculiarities of perception of feminine and masculine images and symbols in advertising communication of *velcom* mobile operator.

Research methods: comparison, analysis, synthesis, media monitoring, classification, comparative, theoretical and cognitive research method.

The **novelty** of the diploma work lies in the fact that the example of advertising campaigns *velcom* can be traced as represented by feminist and masculine symbols in advertising, how women and men's images function and what gender stereotypes are laid in advertising messages. We have come to the conclusion that most of *velcom*'s commercials involve gender stereotypes, which, of course, affect the perceiving subject. In its advertising work, the company adheres to the following scheme: statement (which implicitly includes a proposal) – argumentation (using images and symbols, both verbal and visual) – proposal. Thus, *velcom* has developed its own individual strategy of advertising communication.

Scope of possible practical application: the results of the diploma work can be applied in the activities of organizations interested in creating gender-literate advertising messages.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to the sources used in the work.

Kulikova K.V.
