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

КОБОТ Дарья Павловна

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Ефимова Надежда Викторовна
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Объект дипломной работы – гендерные образы в современной рекламе. Предмет дипломной работы – восприятие гендерных образов в современной рекламе молодёжной аудиторией. Цель дипломной работы – описать основные характеристики гендерных образов в современной коммерческой рекламе и определить особенности их восприятия молодёжной аудитории. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы (анализ и синтез, сравнение, метод индукции и дедукции), а также специальные методы исследования (семантический дифференциал, визуальный анализ).

В результате исследования был собран материал, который даёт практическое руководство по применению гендерных образов при разработке рекламы. Были изучены характеристики и виды рекламы, проанализированы гендерные стереотипы и образы в рекламе, а также выявлены особенности их восприятия целевой аудиторией. Работа позволила выявить различия в восприятии мужчин и женщин одних и тех же рекламных образов.

Новизна полученных результатов обусловлена недостатком знания о гендерных особенностях восприятия рекламы, а также недостаточным количеством проводимых исследований на тему влияния гендерного фактора на восприятие рекламных образов именно молодёжной аудиторией. В гендерной рекламе используется множество приёмов влияющих на подсознание женщин и мужчин. Поэтому для того, чтобы понимать, какой именно должна быть реклама для определённой целевой аудитории, нужно обязательно учитывать особенности гендерного восприятия рекламы, отсюда и возникает необходимость их изучения.

Полученные результаты могут являться ценными сведениями для создателей рекламы, а также применимы в учебном процессе.

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

Ключевые слова: реклама, гендер, гендерные стереотипы, гендерные образы, гендерные особенности, восприятие, анализ гендерных различий, целевая аудитория.