

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

МОРОЗОВА Мария Морозова

**ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЗОВ В ИНДУСТРИИ МОДЫ
(на примере модного дома Prada)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Купчинова Татьяна Владимировна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Цель дипломной работы – выявить тенденции трансформации рекламного образа в индустрии моды на примере модного дома Prada.

Объект дипломной работы – рекламный образ в индустрии моды.

Предмет дипломной работы – тенденции трансформации рекламного образа в индустрии моды.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, а также частнонаучные методы, используемые при проведении социального исследования (контент-анализ).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрено понятие и сущность моды, а также направления исследований данного феномена. Изучена история развития индустрии моды. Рассмотрено понятие рекламного образа, а также описаны мужские и женские рекламные образы. Изучены визуальные коммуникации в репрезентации моды. Исследована трансформация мужских и женских рекламных образов в рекламных сообщениях одного дома Prada, а также проведен сравнительный анализ полученных результатов.

Научная новизна исследования состоит в определении тенденций трансформации женских и мужских рекламных образов в индустрии моды на примере одного из самых известных модных домов: переход к образам более «сильных» женщин, переход к более натуральным образам женщины, зарождение тенденции перехода от маскулинных и клишированных образов мужчины к более усреднённым и «жизненным» образам.

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

Ключевые слова: мода, индустрия моды, рекламный образ, трансформация рекламного образа, модный дом Prada, визуальные коммуникации.