

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

КАЗАКЕВІЧ Валерыя Дзмітрыеўна

**МУЖЧЫНСКІЯ І ЖАНОЧЫЯ СТЭРЭАТЫПЫ
Ў КАМЕРЦЫЙНАЙ ВІДЭАРЭКЛАМЕ**

Дыпломная работа
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
старшы выкладчык
О.Е.Дзмітрыева

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, двух раздзелаў і заключэння. Першы раздзел тэарэтычны, у ім раскрываецца паняцце “стэрэатып” і апісваецца сучасная рэклама. Другі раздзел – практычны, у ім апісана спецыфіка мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў і выяўлена стаўленне студэнцкай моладзі БДУ да мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў у камерцыйнай відэарэкламе. Аб'ём дыпломнай работы складае 59 старонак і ўключае 4 прыкладанні і 59 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: рэклама, функцыі рэкламы, відэарэклама, камерцыйная відэарэклама, віды камерцыйнай відэарэкламы, стэрэатыпы, функцыі стэрэатыпаў, мужчынскія і жаночыя стэрэатыпы, стаўленне, студэнцкая моладзь.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы - камерцыйная відэарэклама, якая выкарыстоўвае мужчынскія і жаночыя стэрэатыпы.

Прадмет даследавання дыпломнай працы - мужчынскія і жаночыя стэрэатыпы ў камерцыйнай відэарэкламе.

Мэта дыпломнай работы - раскрыць асаблівасці выкарыстання мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў у камерцыйнай відэарэкламе.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, метады параўнання, апісальны метады, а таксама прыватнавуковыя метады, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (апытальны метады).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжана паняцце "рэклама" як форма масавай камунікацыі; раскрыта паняцце і віды камерцыйнай рэкламы; раскрыта паняцце "стэрэатып", яго віды і мэты; апісана спецыфіка мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў; прааналізавана выява мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў у камерцыйнай відэарэкламе; выяўлена стаўленне студэнцкай моладзі БДУ да мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў у камерцыйнай відэарэкламе.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю актуальнай інфармацыі аб адносінах студэнцкай моладзі БДУ да мужчынскіх і жаночых стэрэатыпаў у камерцыйнай відэарэкламе. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення.

Вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.