

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

Крачава Настасся Аляксандраўна

**СТЭРАТЫПНЫЯ ЎЯЎЛЕННІ
СТУДЭНЦКАЙ МОЛАДЗІ АБ РОЛЯХ МУЖЧЫН І ЖАНЧЫН
У КАМЕРЦЫЙНАЙ РЭКЛАМЕ Ў САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ
(НА ПРЫКЛАДЗЕ СТУДЭНТАЎ БДУ)**

Дыпломная работа
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філасофскіх навук,
дацэнт
Ю. Ю.Гафарава

Мінск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура дыпломнай работы складаецца з увядзення, трох раздзелаў і заключэння. Першы раздзел з'яўляецца тэарэтычным, у ім раскрываецца паняцце, сутнасць і сацыякультурны характар стэрэатыпаў, выяўляюцца стэрэатыпныя ўяўленні аб мужчынах і жанчынах. Другі раздзел таксама з'яўляецца тэарэтычным, у ім апісваецца паняцце і роля камерцыйнай рэкламы ў сацыяльных сетках, раскрываецца спецыфіка стэрэатыпных уяўленняў аб мужчынах і жанчынах, вызначаюцца стратэгіі пераадолення стэрэатыпных уяўленняў аб ролях мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе. Трэці раздзел - практычны, у якой апісана спецыфіка студэнцкай моладзі як аўдыторыі і выяўлена стаўленне студэнцкай моладзі БДУ да стэрэатыпізацыі роляў мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе ў сацыяльных сетках. Аб'ём дыпломнай працы складае 54 старонкі і ўключае 4 дадаткі і 39 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: стэрэатыпы, стэрэатыпныя ўяўленні, ролі мужчын і жанчын, студэнцкая моладзь, камерцыйная рэклама, сацыяльныя сеткі.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы - стэрэатыпныя ўяўленні аб ролях мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе, якая размяшчаецца ў сацыяльных сетках.

Прадмет - стэрэатыпныя прадстаўленні студэнцкай моладзі (на прыкладзе студэнтаў БДУ) аб ролях мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе, якая размяшчаецца ў сацыяльных сетках.

Мэтай работы з'яўляецца выяўленне стэрэатыпных уяўленняў студэнцкай моладзі аб ролях мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе, якая размяшчаецца ў сацыяльных сетках.

Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, метады параўнання і апісальны метады. Для правядзення сацыялагічнага даследавання ўжываўся прыватнавуковы апытальны метады.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: дыферэнцыраваны паняцці стэрэатыпу; выяўлены стэрэатыпныя ўяўленні пра мужчын і жанчын; ахарактарызаваны феномен камерцыйнай рэкламы; выяўлена спецыфіка стэрэатыпных уяўленняў аб мужчынах і жанчынах у камерцыйнай рэкламе; вызначаны стратэгіі пераадолення стэрэатыпных уяўленняў аб ролях мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе; ахарактарызавана спецыфіка студэнцкай моладзі як аўдыторыі; выяўлены адносіны студэнцкай моладзі БДУ да стэрэатыпізацыі роляў мужчын і жанчын у камерцыйнай рэкламе ў сацыяльных сетках.

Атрыманыя вынікі характарызуюцца тэарэтычнай значнасцю, паколькі спрыяюць разуменню таго, як стэрэатыпы ўплываюць на паводзіны і адносіны паміж людзьмі, а таксама практычнай значнасцю, якая заключаецца ў магчымасці далейшага выкарыстання вынікаў і высноў у навукова-даследчай дзейнасці.

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