

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

ХВІСЮК Полина Вячеславовна

**ВОБРАЗЫ МУЖЧЫН І ЖАНЧЫН
У РЭКЛАМНЫХ ПАВЕДАМЛЕННЯХ
(на прыкладзе банкаўскай сферы)**

Дыпломная работа
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат сацыялагічных навук
І.В.Пінчук

Мінск, 2025

АНАТАЦЫЯ

Дыпломная работа на тэму «Вобразы мужчын і жанчын у рэкламных паведамленнях (на прыкладзе банкаўскай сферы)». Першая глава і першы параграф другой главы з'яўляюцца тэарэтычнымі: у іх раскрываюцца паняцці рэкламы, рэкламадаўцы, віруснай рэкламы, псіхалагічнага ўплыва. Другі параграф другой главы мае практычны характар і прысвечаны аналізу візуальнага і тэкставага прадстаўлення мужчынскіх і жанчых вобразаў у допісах банкаў у Instagram, а таксама разгляду асаблівасцей успрымання гэтых вобразаў аўдыторыяй. Аб'ём дыпломнай працы складае 36 старонак і ўключае 15 ілюстрацый, 12 табліц, 3 дадатку і 28 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: вобразы мужчын і жанчын, культура, рэклама, сацыяльная полавая прыналежнасць, мэтавая аўдыторыя, стэрэатыпы, кантэнт-аналіз, успрыманне.

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца аналіз вобразаў мужчын і жанчын у рэкламе беларускіх банкаў і выяўленне іх уплыву на фарміраванне сацыяльных уяўленняў аб ролях мужчын і жанчын.

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляюцца рэкламныя паведамленні беларускіх банкаў.

Прадмет дыпломнай працы – вобразы мужчын і жанчын, а таксама ўплыў гэтых вобразаў на фарміраванне сацыяльных уяўленняў пра мужчын і жанчын. Метадалагічнай асновай дыпломнай работы з'яўляюцца агульнанавуковыя метады (аналіз і сінтэз, параўнанне, метады індукцыі і дэдукцыі), а таксама спецыяльны метады даследавання – кантэнт-аналіз.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: разгледжаны тэарэтычныя падыходы да вывучэння вобразаў мужчын і жанчын у медыяпрасторы, прааналізаваны гендарныя стэрэатыпы і асаблівасці іх адлюстравання ў рэкламных паведамленнях, а таксама вывучаны функцыі і механізмы рэпрэзентацыі ў рэкламе. Асабліва ўвага была нададзена візуальнай камунікацыі ў сацыяльных сетках. У практычнай частцы даследавання быў праведзены кантэнт-аналіз допісаў у Instagram афіцыйных акаўнтаў банкаў з мэтай выяўлення вобразаў мужчын і жанчын і іх тыповых характарыстык. На падставе аналізу былі вызначаны ключавыя тэндэнцыі ў рэпрэзентацыі мужчын і жанчын у банкаўскай рэкламе, а таксама выяўлены адрозненні ў візуальным і зместавым афармленні паведамленняў, скіраваных на розную аўдыторыю.