

# 女性在当代广告中的角色



告中,做好丈夫的贤妻,孩子的良母。

## (二)性感美女型——男性决定女性价值的结果

以年轻漂亮,身材妖娆、面貌俊美的美女形象为诱导因素,吸引更多受众尤其是男性的注意。

## (三)整形减肥美女——当代女性依附男性的表现

如亚韩整容和著名美女主持李湘、yoyo代言的减肥产品。

## (四)被物化的美女——性别歧视在广告中的体现

通过将女性身体比喻商品或用女性身体特征做招牌,增加男性的好感和注意,以增加销售量。如洋河大曲的广告,将女性的身体曲线与酒瓶的线条联系在一起,暗示着美女和美酒一样值得去收藏、品尝、装饰。

## (五)成为成功男人的陪衬附属——男权中心文化的产物

如濮存昕和李湘代言的恒基伟业商务通广告中,女性虽然也是以一种职业女性形象出现,但实际上只是起到成功男人走向成功的陪衬作用而已。

这些形象折射出女性社会角色在当代广告中的定位,她们被模式化、固定化,并且为大众所接受、认可。

## 如何塑造健康的女性广告形象

### (一)应该充分体现女性社会角色的丰富内涵,诉求女性内在美

男人和女人的生理、心理差异导致社会对两者的角色期望大相径庭。传统的观念意识里要求男性独立、果敢、坚毅、聪明,是事情的决定者和问题的解决者;而女性则被要求漂亮、温柔、贤惠,是命令的服从者和规则的接受者。当代广告一直是迎合和加深这种严格区分的性别角色规范和期盼的。

然而,我们越来越发现,相对完美的性格是“双性人格”,最受大家欢迎、更易取得成功的人也是具备双性性格的人。把视线转移到媒体广告上来,我们可以窥测到,广告表达双性性格女性的市场前景,它应该是受大众欢迎与青睐的。如一则广告被评选为当年十佳广告之一,它描述的是一堂课上,老师提出问题等待着同学们的回答,一个女生鼓起勇气举起了左手,全班同学瞠目结舌,连老师也讶异地看着她,这个平时文静的女生今天怎么这么勇敢、自信!全体师生顿时对这个女生刮目相看。

### (二)多塑造公益、绿色女性广告员形象

绿色广告是以绿色产品和绿色消费观为推广主题,宣扬生态保护、资源节约、适度消费的绿色消费观。意在满足人的精神需求,引导人们积极向上的精神需求,杜绝利用消费者在诸如健康、金钱、名誉、美丽、地位等方面的渴望,发布虚假欺骗广告,误导消费者。公益广告是以公众谋利益和福利待遇而设计的广告,属于非商业广告,它通过展现社会道德观引导人们树立正确的人生观、世界观、价值观,促进人与自然的和谐发展。

公益广告、绿色广告销售社会正义、宣扬社会道德、塑造人类心灵,具有社会教化、公共服务、生态保护、慈善救助、政府政治的功能。当代广告越来越重视公益绿色广告的地位与作用,越来越多的制作这类型广告。它充分了解并尊重消费者需求,融入绿色元素、人文元素,倡导真、善、美,达成与消费者的默契。女性可以说是真善美的化身,她们纯洁、善良、美丽,视觉上给人以美感,心理上带给人温暖、舒适的感觉,是十分适合代言公益、绿色广告的。

“中国公益广告第一人”张曦,“把拥有冷漠和封闭的心摆在一旁,让我们共同分享,这个世界就会充满希望。”这个清清爽爽的女孩,用诗一般的希望之歌,用智慧和爱心,撑

起了中国公益广告的一片蓝天。公益广告《生命离不开水》主题是节约用水。广告画面从哗哗流淌的水突然浓缩为从女广告员眼睛中掉下的一滴眼泪,如果当这一天真的到来的时候,也是人类快要完结之时。广告画面极其简洁,却令人回味无穷。还有一则六福珠宝获奖广告,两位年龄相仿的女性广告员是主角,主题是“爱很美”。然而此爱非男女之爱,而是友谊之爱好姐妹之间相互关爱、诚挚祝福。

## 简要叙述塑造健康的女性广告形象的切实可行的途径

大众传媒在现代社会无处不在,无时无刻,它对女性公众形象的推介和倾向性宣传已经起到了举足轻重的作用。广告中有关女性的题材不胜枚举,由于传统的社会性别文化的影响,广告传媒强化了对女性公众形象的认定,而传统的女性公众形象不外乎是:正面的——贤妻良母;反面的——“祸水”、“尤物”。无论是正面还是反面的女性公众形象,都是对妇女形象的贬低,都是与先进的社会性别文化相违背的。随着社会经济、文化日新月异的发展,女性在当代广告中的地位却没有得到真正的、相应的提高,这应当引起我们的严肃反思与绝对重视。因此,为改变与减少女性在当代广告中地位“失重”的窘况,笔者建议可以从以下方面入手:

### (一)意识形态:构建先进的性别文化,为男女两性和谐发展营造良好的社会环境

先进的性别文化是一种平等型的性别文化,指的是与社会发展相适应,有利于性别平等、公正、和谐发展的文化。构建先进的社会性别文化要求重塑男女平等文化,其核心是男女平等,着力点是批判传统的社会性别文化。先进的社会性别文化不仅能唤起人们对传统的社会性别文化的反思,改变社会对男女两性的刻板成见、角色期待和价值评判,且利于促进女性主体自我意识的觉醒和社会责任感的激发。

### (二)管理教育方面:要加强和开展对广告商、广告监督管理部门和受众的管理和教育,树立平等意识

1.充分发挥媒介自律  
媒介应该牢牢把握正确的舆论导向,充分发挥自律。一是对媒体人员进行社会性别意识教育和培训;二是建立并完善监督机制。广告监管的作用是加强广告管理,规范广告行为,保护广告员与消费者利益,促进广告市场顺利运行。因此,要实现广告中女性形象的文化重塑,塑造健康的女性广告形象,广告监管将是不可或缺的一个有力保障。

2.改革教材体系和课程设置  
在小、中、大学开设女性学、马克思主义妇女观等课程,培养男女平等意识。

## 四川广元:着力推进安全社区建设见成效

四川省广元市坚持认为:安全生产时经济持续健康发展的前提和基础,是促进经济转型升级的重要抓手;坚持在强化领导、夯实基础、治标和治本相结合上下功夫;坚持科学发展,安全发展,不断总结经验、探索新路,把安全生产工作作为建设“美丽广元、幸福家园”的重要工作来抓,连年抓出了好成绩,位列全省前茅。

今年,在国务院和四川省安全生产电视电话会议后,广元市委、市政府、市安监局对全市安全生产工作作了全面认真的总结,并强力实施“三防”、“三抓”、“三推”工作。尤以推进“安全社区建设”工作在利州区雪峰办事处取得明显成效。

雪峰街道省级安全社区建设工作即于2012年。该地区农村、居民、企业、商业、事业单位总人口达5.2万余人。地处广巴高速出入必经之地,区域内自然人文景观众多,车流量大,流动人口多,加之属新区建设,交通等基础设施设施落后,其安管理的难度不言而喻。在这样一个区域内实施省级安全社区建设确有普通指导意义。

在利州区委、区府的坚强领导下,在市区安监局的指导下,很快形成了以街道办事处为主导,凝聚各经营单位、大中学校、派出所、交警、消防等社会各方面职能部门构建上下共通、条块结合的社区安全“网路”体系的大格局,同时形成了家家齐参与,户户创平安的可喜局面。硬是以一万的努力,避免了一万的损失,连续在利州区和广元市范围内享有盛誉。

今年8月,雪峰街道安全社区建设工作促进委员会又以街道办事处概况、安全社区建设机构与职委、信息交流与全员参与、事故与伤害风险辨识及其评价、事故与伤害预防目标及计划、安全促进项目、宣传教育与培训、应急预案与响应等十二个方面,系统地完成了安全社区项目建设的编制任务,使安全管理工作步入了科学化、系统化、常态化,为全市安全社区建设工作提供了宝贵的经验。

雪峰街道办事处辖区从2011年以来,无一较大事故发生。真正打造了一个经济持续发展、人民安居乐业的“生态文明和谐新天地”。为“美丽广元、幸福家园”增添了锦绣。事实证明,只要踏实工作,就会大有作为。实现省级“安全社区建设目标”的美梦就会变为现实。

(陈德兴)



## 兰蔻圣诞臻选限量缤纷礼盒

立即查看

LANCÔME PARIS

王竹良 邓思

随着时代的发展,尽管两性广告在数量上日趋持平,结构上渐趋合理,但是在当代浩如烟海的广告中,女性广告仍然多如牛毛,而男性广告屈指可数。

## 女性在当代广告中的角色类型

### (一)贤妻良母型——封建礼教的产物

这种一般出现在洗衣机、饮具、洗洁剂等家具广告或者是牛奶、米粉、调和油等食品广

## 根据白酒行业发展形势,河套酒业提出的“36字工作方针”,正是贯彻自治区“8337”发展思路的具体实践。

# 浅析河套酒业“36字工作方针”

2013年,复杂的宏观形势对白酒行业的稳步发展构成严峻挑战。前十年,白酒行业一直都是以快速发展的高调姿态前行的,直至2012年,“勾兑门”、塑化剂等事件影响以及限制“三公”消费、禁酒令等一系列政策调控让整个白酒行业发展增速明显放缓,以数量型主导的高速扩张传统模式、以高端扩张为主要份额的商业模式受到冲击。行业现状总体表现为产能过剩、消费需求呈现多样性,消费观念趋于理性、行业整体竞争加剧。因此,白酒行业进入了全面的调整和变革时期。

面对白酒行业的拐点,张庆义董事长运筹帷幄,审时度势,及时分析内外环境,调整公司战略,坚决果断地应对市场变化,鼎故革新,以实现企业的改革创新,转型升级。在2013年8月6日召开的营销工作视频会议上,董事长提出了“36字工作方针”,即“认清形势、理清思路、找准问题、制定对策、坚定信心、改革创新、调整结构、转型升级、再创辉煌”。这一方针的提出,对公司战略结构调整、营销工作变革、制度建设完善产生了深远的影响。这一方针将成为目前乃至今后公司各项工作的指导思想,员工的行动指南。如何解读董事长提出的“36字工作方针”,笔者粗浅地认为,公司上下应认真研读方针内容,凝练方针精髓,将方针的思想贯彻到具体计划的部署中,具体工作的落实中,具体问题的整改中。

认清形势。认清形势是目前开展各项工作的基础,对宏观经济形势和公司内部情况的准确把握才能做到心中有数,遇事不乱。据行业分析,从1988年白酒行业开放的24年来,巧合地经历了三个8年:1988—1996年的上升、1996—2004年的下降和2005年至今的上升。白酒行业是具有波峰性的递进周期的,基本上是8—10年一个周期。因此,2013年的白酒寒冬也不足为奇。行业周期性调整是客观经济发展的必然要求,公司的调整变革是适应行业发展规律的必然选择。白酒行业



的黄金十年已然过去,高利润的时代已渐行渐远。目前公司上下齐心,深入推进市场变革,积极应对市场变化,妥善解决市场问题,整体形势趋向良好。形势决定行动,行动创造未来。认清行业与公司现状才能不断推动公司的各项改革,才能使公司在这场激烈的淘汰赛中胜出。

理清思路。河套酒业在这场变革中究竟怎样制定战略、理清思路、找准出路以求得企业发展?这不仅是摆在公司高层领导面前的问题,更是关乎员工切身利益的问题。张庆义董事长多次召开经理办公会议、营销工作会议、干部工作会议等深入研究公司形势,理清公司今后发展思路。“改革创新、转型升级”的发展思路已初现端倪。不改革没有出路,不转型没有发展。只有改革创新才能实现企业的良性运行,只有转型升级才能实现企业的快速发展。在理清思路的过程中,必然要进行

改革调整,全体员工应树立一切从公司的角度出发,一切从工作的角度出发,一切从个人利益服从集体利益的角度出发的思想,在公司确定思路找出路的过程中给予最大的维护与支持。

找准问题。毛主席曾鲜明地指出:“问题就是事物的矛盾。哪里有没有解决的矛盾,哪里就有问题。”当前,公司正处于转型升级的关键阶段,矛盾和问题相互交织,挑战和风险在所难免。在公司发展的过程中,及时发现问题不是自我否定和自我批评,而是自我警醒和自我鞭策。目前,营销工作依然是公司发展的短板,产品结构乱、价格体系乱、成本高、管理粗放、执行力不强。在这些问题面前,我们应做到:不回避矛盾,不掩盖问题,积极应对,敢抓善管,锐意进取,攻坚克难,充分体现出雷厉风行的工作作风和勇于担当的职业素养,把不断寻找问题、不断解决问题作为履职尽

责的重要内容,作为推进工作的原动力,千方百计帮助企业排忧解难,多措并举推进企业改革,努力实现企业发展的新突破、新跨越。

制定对策。根据行业形势和企业存在的实际问题,公司积极调整战略目标,制定相应对策。将今后的发展目标调整为“3+2+5”战略规划,即用三年时间实现30亿元销售目标,用五年时间实现50亿元销售目标,用十年时间实现100亿元销售目标。调整营销指挥中心组织架构,助推企业营销变革;改进渠道建设,突出重点产品,逐步理顺价格体系,优化资源配置,突出重点市场,形成“聚焦内蒙,拓展周边,借力南下”的市场新战略;实施降本增效,推进企业“精兵简政”工程,降低企业运营成本,提高工作效率;导入卓越绩效管理模式,建立健全公司管理体系,提高公司整体执行力等等。一系列政策的制定实施,是公司高层领导立足当下、着眼未来的充分体现。对于公司制定实施的各类政策,我们应鼎力支持,坚决贯彻,狠抓落实。

坚定信心。目前的形势是暂时的,当前的问题是可以解决的,未来的目标是可以实现的。白酒行业作为我国的传统产业,从古至今,绵延发展,生生不息,仍然具有旺盛的生命力和良好的发展前景。公司作为自治区酿酒行业的龙头企业,尤其是公司领导具有开拓性、前瞻性、稳健性和创新性以及公司在民营化的基础上引进战略投资者,体制优于行业内其他企业,基础设施日趋完善,整体规模实力强大,产品风格独特,生产、质量优势明显,品牌知名度日益提高,技术技能装备行业领先,员工团队稳定,政企关系良好等诸多优势,增强了我们干事创业的信心,奠定了公司走向卓越、赢得未来的基础。只要我们鼓足干劲,力争上游,坚定信心,齐心协力,发挥河套酒业人吃苦耐劳、勇往直前的精神,任何问题都可以解决,任何困难都可以克服,任何寒冬都可以度过,公司的战略目标也必能实现。

改革创新。创新是民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭源泉,也是中华民族最深沉的民族禀赋,正所谓“苟日新,日日新,又日新”。目前,几乎所有的酒企都在寻求改革,不断创新。公司的改革创新是大势所趋,不改革创新就跟不上行业的发展速度,不改革创新将实现不了公司的战略目标,不改革创新将被历史所淘汰。我们应牢固树立“以改革求生存,以创新求发展”的观念,认真思考总结公司发展存在的问题,积极转变观念,

找到适合公司发展的创新思路和措施,不断增强公司发展的动力和活力。要本着有利于公司发展、市场拓展、最大程度调动员工工作积极性和管理工作全面提升的原则,在原有销售、管理等工作基础上进行有效的整合、探索、突破。要努力营造鼓励创新、不求全责备、宽容失误的良好企业创新环境,用新思路推进新发展,用新举措打开新局面。

调整结构。调整结构是适应行业发展的要求,同时也是适应自治区“8337”发展战略中“三个着力”的工作要求。首先是产业结构的调整。继续做强做大白酒主业,适度发展与主业配套的相关产业,淘汰不适应公司发展的相关产业;其次调整公司组织架构,充分发挥营销指挥中心自主决策的能力,设立营销专业化部门强化市场运作;再次是产品结构的调整。加快产品升级换代步伐,明确产品定位,理顺产品体系和价格体系;最后是人力资源的调整。由总经理直管营销工作,集中资源倾向市场营销;引进营销高端复合型人才,调动员工主观能动性,使其在其位、司其职、尽其责,以充分发挥员工的最大价值。

转型升级。近期,“贯彻自治区8337发展思路,实现企业转型升级”的标语在厂区内随处可见。公司集中力量,聚焦资源,将转型升级作为公司的重中之重。那么如何实现企业的转型升级?一是由生产型向市场型转变,坚持以市场为导向,以顾客为中心,凡是不符合市场规律的坚持整改,凡是不满足顾客需求的尽量满足;二是由规模效益型向质量效益型转变,生产出高质量、低成本的产品;三是由生产驱动型向销售拉动型转变,在不影响质量的前提下,降低产品设计、营销费用等,将销售作为企业生产的基础,发力的牵引,制胜的关键;四是由粗放型向精细型、经验型向科学型、传统型向现代系统型转变,实现管理精细,组织科学,向现代大型企业集团转变。

再创辉煌。“一个地方,一季好粮,一瓶好酒,一生相伴”。河套酒业,内蒙古人民的骄傲,行业机械化的楷模。回顾过去,六十年的风雨兼程她成绩斐然,贡献卓越;展望未来,百年的企业使命她整装待发,斗志昂扬。重任在肩,我们不敢丝毫懈怠,矢志改革,我们更需要马加鞭。全体河套酒业人凝聚心聚力,共同探索企业科学发展的新思路,新举措,新招数,不负重托,共同绘就企业科学发展的新图景!

(闫磊)