Tiếng Anh

1. Thành phần cơ bản trong bài báo
   1. Tiêu đề, tác giả
   2. Tóm tắt (abstract): tóm tắt ngắn gọn về nội dung của bài báo, bao gồm mục tiêu của nghiên cứu, phương pháp tiếp cận, kết quả chính và những kết luận chính.
   3. Giới thiệu (introduction): giới thiệu đề tài của bài báo, nhấn mạnh vấn đề nghiên cứu và lý do tại sao chủ đề này quan trọng, giới thiệu về ngữ cảnh của các quảng cáo trực tuyến và vai trò của phụ nữ trong chúng.
   4. Tổng quan về nghiên cứu trước đây (literature review): đưa ra bối cảnh xã hội trước và hiện tại xoay quanh khuôn mẫu của phụ nữ để đánh giá những nghiên cứu trước đó liên quan đến chủ đề, cho thấy sự tiến bộ, hạn chế và khoảng trống trong kiến thức hiện tại liên quan đến vấn đề.
   5. Phương pháp nghiên cứu (methodology): mô tả cụ thể về cách thức thực hiện nghiên cứu. Bao gồm việc chọn mẫu quảng cáo, phân tích nội dung, phương pháp thu thập dữ liệu và cách tiến hành phân tích.
   6. Những phát hiện (findings): trình bày chi tiết về các kết quả thu được sau khi thực hiện phân tích, đưa ra các số liệu, dữ liệu thu thập dưới dạng bảng số liệu, dữ liệu
   7. Thảo luận (disscussion): phân tích và diễn giải kết quả của nghiên cứu, liên kết kết quả với mục tiêu ban đầu của nghiên cứu và so sánh với những tìm kiếm trước đó, về những hạn chế của nghiên cứu và hướng phát triển tiếp theo.
   8. Kết luận (conclusion): tóm tắt lại các điểm quan trọng nhất từ nghiên cứu và rút ra kết luận chính từ nghiên cứu này.
   9. Tài liệu tham khảo (references): liệt kê các nguồn tài liệu tham khảo được tác giả sử dụng để nghiên cứu và viết bài.
2. Khung lý thuyết? Ngành?
   1. Khung lý thuyết:
      1. Nghiên cứu truyền thông và quảng cáo
      2. Nhân văn học và xã hội học về giới tính
      3. Nghiên cứu về giới tính và tư duy bình đẳng
   2. Ngành: Truyền thông quảng cáo.
3. Phương pháp nghiên cứu (methodology)
   1. Phương pháp chính: phương pháp phân tích nội dung (content analysis)
   2. Lý do: tác giả trích dẫn từ Kassarjian rằng: phương pháp này là phù hợp nhất cho việc cung cấp "một mô tả khoa học, định lượng và có khả năng tổng quát về nội dung truyền thông" (‘‘a scientific, quantitative and generalizable description of communications content’’). Để mở rộng, phân tích tuyền thông về quảng cáo trực tuyến, tác giả áp dụng phương pháp phân tích tích hợp vào phân tích nội dung (applied the intergrative approach to content analysis). Nhóm tác giả truy cập và phân tích hàng trăm web có gắn banner quảng cáo và lấy ra những mẫu dữ liệu, nhóm tác giả thuê 2 lập trình viên (coders) và đưa ra những các khái niệm cần tập trung (key concepts) phân tích trên các mẫu quảng cáo online để sử dụng chúng một cách tập trung nhất vào đề tài nghiên cứu.
4. Nhận xét văn phong