

ФИЛОЛОГИЯ

М.Н. Моргунова, Е.А. Лазарева

(Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)

Современная англоязычная гендерно ориентированная реклама: лексико-семантический анализ

Проводится лексико-семантический анализ англоязычной гендерно ориентированной рекламы. Классифицируются стереотипные фемининные и маскулинные образы, транслируемые современной англоязычной рекламой на вербальном уровне, и выявляются лексико-семантические особенности их репрезентации. Определяются регулярные лексические маркеры «женской» и «мужской» рекламы на материале текстов популярных гендерно адресованных журналов и рекламных роликов. Выявляются сходства и различия лексических особенностей рекламных текстов, рассчитанных на женскую и мужскую целевую аудиторию.

Ключевые слова: гендерный стереотип, лексический маркер, фемининность, маскулинность, рекламный текст.

22 июня 2015