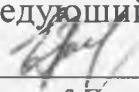


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра маркетинга и
международного менеджмента

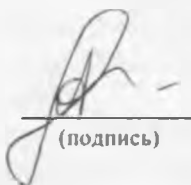
Допущено к защите
Заведующий кафедрой

Е.А. Гречишкина
28.01 2023

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

“Гендерные стереотипы в англо- и русскоязычных рекламных текстах:
лингвокультурные и прагматические особенности (на материалах ОАО
“Полесье”)”

Студент
Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций,
5 курс, группа 18ЛМК-1


(подпись)

Адам Васильевич Мацкевич

25.01 2023

Научный руководитель
Старший преподаватель
кафедры маркетинга и
международного менеджмента


(подпись)

Людмила Николаевна Селюжицкая

25.01.2023

ПИНСК 2023

52
26.01.2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 61 с., 16 рис., 36 источников, 8 прил.

РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СТРАТЕГИЯ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, ТАРГЕТИНГ, КУЛЬТУРНЫЙ ПОДТЕКСТ, КОНЦЕПЦИЯ, ГЕНДЕР, СТЕРЕОТИП

Объектом исследования являются гендерные стереотипы в англо- и русскоязычных рекламных текстах (на материалах ОАО “Полесье”).

Предметом исследования является русско- и англоязычные рекламные тексты.

Цель работы: анализ специфики употребления гендерных стереотипов в англо- и русскоязычных рекламных текстах с учетом лингвокультурных и прагматических особенностей (на материалах ОАО “Полесье”).

Методы исследования: методы теоретического анализа, метод сплошной выборки, метод сопоставительного анализа оригиналов и переводов.

Исследования и разработки: исследована частота употребления гендерных стереотипов в русско- и англоязычных рекламных текстах, проведен тщательный анализ материалов ОАО “Полесье”, в частности, описание изделий, тканей, способов производства верхнего трикотажа.

Научная новизна: ряд частных наблюдений и выводов, полученных в результате анализа конкретного материала ОАО “Полесье”.

Область возможного практического применения: профессиональная русско- и англоязычная литература в области рекламы верхнего трикотажа и иных изделий, сфера легкой промышленности и предприятия, занимающиеся производством трикотажных изделий, тканей и нитей.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также то, что все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

SUMMARY

Diploma work: 61 pages, 16 drawings, 36 sources, 8 applications

SPEECH COMMUNICATION, STRATEGY, ADVERTISING, ADVERTISING TEXT, TARGETING, CULTURAL SUBTEXT, CONCEPT, GENDER, STEREOTYPE

The object of the study: gender stereotypes in English- and Russian-language advertising texts (on the materials of JSC “Polesie”).

The subject of the study: Russian- and English-language advertising texts.

The purpose of the work: analysis of the specifics of the use of gender stereotypes in English- and Russian-language advertising texts according to linguocultural and pragmatic features (using the materials of JSC “Polesie”).

Research methods: methods of theoretical analysis, the method of continuous sampling, the method of comparative analysis of originals and translations.

Research and development: the frequency of the use of gender stereotypes in Russian- and English-language advertising texts was investigated, a thorough analysis of the materials of JSC “Polesie”, in particular, a description of products, fabrics, methods of production of upper knitwear.

Scientific novelty: a number of private observations and conclusions obtained as a result of the analysis of specific material of JSC “Polesie”.

The field of possible practical application: professional Russian- and English-language literature in the field of advertising of upper knitwear and other products, the sphere of light industry and enterprises engaged in the production of knitwear, fabrics and threads.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the fact that all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.



(student's signature)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ	8
1.1 Понятие о “гендере” в современных лингвистических исследованиях	8
1.2 Исследование гендерных стереотипов в англоязычной литературе: лингвистические и прагматические особенности	13
1.3 Рекламный текст и его основные особенности	15
1.4 Виды гендерных стереотипов в рекламе	17
1.5 Методология исследования гендерных стереотипов	22
Выводы по главе 1	23
ГЛАВА 2 РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИ ОБУСЛОВЛЕННАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ	25
2.1 Лингвокультурные особенности рекламных текстов, репрезентирующие мужской гендерный стереотип	25
2.2 Лингвокультурные особенности рекламных текстов, репрезентирующие женский гендерный стереотип	29
2.3 Рекламные тексты, разрушающие мужской и женский гендерный стереотипы	35
Выводы по главе 2	37
ГЛАВА 3 АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ОАО “ПОЛЕСЬЕ”, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ	38
3.1. Анализ рекламных текстов, репрезентирующих мужской гендерный стереотип (на материалах ОАО “Полесье”)	38
3.2 Анализ рекламных текстов, репрезентирующих женский гендерный стереотип, на материалах ОАО “Полесье”	41
Выводы по главе 3	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	51
ПРИЛОЖЕНИЕ А	54
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	55
ПРИЛОЖЕНИЕ В	56
ПРИЛОЖЕНИЕ Г	57
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	58
ПРИЛОЖЕНИЕ Е	59
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж	60
ПРИЛОЖЕНИЕ З	61

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бывшева, Ю.П. Исследование женских образов в рекламе парфюмерии / Ю.П. Бывшева. – Тольятти, 2012. – 77 с.
2. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы: Методика для рекламодателей и рекламистов / И.Л. Викентьев. – Новосибирск, 1993. – 42 с.
3. Гаран, Е.П. Основные особенности рекламного текста [Электронный ресурс] / Основные особенности рекламного текста. – Режим доступа: <http://ekoncept.ru/2016/56891.htm>. – Дата доступа: 18.12.2022.
4. Гиталов, С.В. Гендерный аспект языковых средств, используемых в рекламе продуктов питания / С.В. Гиталов. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2015. – 26 с.
5. Горошко, Е.А. Гендерная проблематика в языкознании: введение в гендерные исследования / Е. А. Горошко. – СПб: Алетейя, 2001. – 542 с.
6. Горошко, Е.И. Функциональная асимметрия мозга, язык, пол: аналитический обзор / Е.И. Горошко. – Харьков: ИД Инжэк, 2005. – 285 с.
7. Жарникова, А.В. Гендерные стереотипы в рекламном дискурсе (на материале английского языка) / А. В.Жарникова. – Улан-Удэ, 2016. – 89 с.
8. Земская, Е.А. Особенности мужской и женской речи / Е.А. Земская. – М., 1993. – 136 с.
9. Информационный портал Owl [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко Гендерная проблематика в языкознании. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm>. – Дата доступа: 29.12.2022.
10. Кирилина, А.В. Гендерные аспекты массовой коммуникации / А.В. Кирилина. – Рудомино, 2000. – 85 с.
11. Кирилина, А.В. Гендерный аспект языка и коммуникации / А.В.Кирилина. – Рудомино, 2000. – 20 с.
12. Кирилина, А.В. Категория gender в языкознании / А.В. Кирилина.– Рудомино, 1996. – 19 с.
13. Лингвистика онлайн [Электронный ресурс] / Морозова И. Слагая слоганы. – Режим доступа: http://linguistics-online.narod.ru/morozova_ishlagaja_slogany-2003.pdf. – Дата доступа: 29.12.2022.
14. Мартиросьян, Е.Г. Журнальная реклама через призму гендерных различий / Е.Г. Мартиросьян. – М., 2011. – 30 с.
15. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Женский трикотаж. Аксессуары. – Режим доступа: <https://polesie.by/zhenskij-trikotazh/aksessuary>. – Дата доступа: 18.12.2022.

16. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Женский трикотаж. Брюки, рейтузы, леггинсы. – Режим доступа: <https://polesie.by/zhenskij-trikotazh/bryuki-rejtuzy-legentsy>. – Дата доступа: 18.12.2022.
17. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Женский трикотаж. Жакеты. – Режим доступа: <https://polesie.by/zhenskij-trikotazh/zhakety>. – Дата доступа: 18.12.2022.
18. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Женский трикотаж. Платья. – Режим доступа: <https://polesie.by/zhenskij-trikotazh/platyua>. – Дата доступа: 18.12.2022.
19. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Каталог. – Режим доступа: <https://polesie.by/katalog>. – Дата доступа: 18.12.2022.
20. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Коммерческие предложения. – Режим доступа: <https://polesie.by/images/komer-predlozeniya/klassik-1.pdf>. – Дата доступа: 18.12.2022.
21. ОАО “Полесье” [Электронный ресурс] / Подарки. – Режим доступа: <https://polesie.by/images/komer-predlozeniya/podarki.pdf>. – Дата доступа: 18.12.2022.
22. Общие вопросы языкознания [Электронный ресурс] / Гендер в современной лингвистике. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/25298/1/avfn_2013_02.pdf. – Дата доступа: 28.12.2022.
23. Овчинникова, И.Т. Социо- и психолингвистический анализ языка рекламы как вида массовой коммуникации / И.Т. Овчинникова. – М.: Наука, 1996. – 69 с.
24. Островая, Ю.С. К вопросу о способах выражения категории гендерности в русском языке. Профессиональное лингвообразование / Ю. С. Островая. – Новосибирск, 2020. – 383 с.
25. Пилатова, В.Н. Экспрессивное отрицание в современном английском языке / В. Н. Пилатова. – СПб, 2002. – 190 с.
26. Рябов, О.В. Женщина и женственность в философии серебряного века/ О.В. Рябов. – Иваново: Ивановский государственный университет, 1997. – 159 с
27. Рябов, О.В. “Женственность” и “мужественность” как категории русской историософии / О.В. Рябов. – Иваново: Ивановский государственный университет, 1996. – 31 с.
28. Сбермаркетинг [Электронный ресурс] / Гендерная реклама. – Режим доступа: https://sbermarketing.ru/news/gender_advertising/. – Дата доступа: 30.12.2022.
29. Электронный архив РГППУ [Электронный ресурс] / История становления гендерной теории в контексте социолингвистики. – Режим доступа:

https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/19361/1/fld_2010_10.pdf. – Дата доступа: 29.12.2022.

30. Электронный архив РГППУ [Электронный ресурс] / Немецкая грамматика Я. Гримма. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/84664/1/978-5-8295-0708-4_2020_021.pdf. – Дата доступа: 29.12.2022.

31. Bosch [Электронный ресурс] / LikeaBosch. – Режим доступа: https://stories.bsh-group.com/en_DE/article/how-to-tackle-a-serious-topic-like-sustainability-with-flare-think-sustainable-likeabosch-44048. – Дата доступа: 30.12.2022.

32. Kantar [Электронный ресурс] / Advertisers may not be avoiding gender stereotypes. – Режим доступа: <http://www.kantar.com/inspiration/advertising-media/kantar-adreaction-2019-advertisers-may-not-be-avoiding-gender-stereotypes>. – Дата доступа: 29.12.2022.

33. The Baltimore Sun [Электронный ресурс] / A stereotype that's all talk. – Режим доступа: <https://www.baltimoresun.com/news/bs-xpm-2007-07-06-0707060171-story.html>. – Дата доступа: 29.12.2022.

34. UKFinance [Электронный ресурс] / Buzz Unilever top line growth. – Режим доступа: <https://uk.finance.yahoo.com/news/buzz-unilever-top-line-growth-075319511.html>. – Дата доступа: 30.12.2022.

35. Wikipedia [Электронный ресурс] / Гендер. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Гендер>. – Дата доступа: 27.12.2022.

36. World Health Organization [Электронный ресурс] / Gender and Health. – Режим доступа: https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1. – Дата доступа: 28.12.2022.