

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОМАНО-ГЕРМАНСКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ**

### **ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА МУЖЧИНЫ В РЕКЛАМЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ**

*Аскерко М. В. (УО «МГПУ им. Шамякина»)*

*Научный руководитель – Н. В. Дзюба, преподаватель*

Реклама, являющаяся одним из важных видов современной коммуникации, стала неотъемлемой частью жизни общества. Реклама передает не только информацию о товарах и услугах, но и оказывает значительное влияние на формирование гендерных стереотипов, под которыми принято понимать «культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [1].

Рекламные тексты мужских журналов характеризуются наличием прилагательных оценочной семантики, отражающих положительные мужские качества, создающие образ смелого и одновременно сдержанного мужчины: «Thinkmodern. Bebold. Gobright. Givetime. Movodo». – Думай современно. Будь храбрым. Будь ярким. Дай себе время. Моводо. (часы Моводо) [2].

Использование большого количества прилагательных в превосходной и сравнительной степени говорит о том, что современный мужчина стремится к совершенству и предпочитает товары лучшего качества: «The best of all worlds.BMW». – «Лучший из миров. БМВ» (реклама автомобилей БМВ [2]. «Timberland. Est.1973.Bestthen.Betternow». – «Тимберленд. Основан в 1973 году. Лучший тогда. Еще лучше сейчас» (обувь Тимберленд) [2].

В рекламных текстах широко используются технические термины, а также достоверные факты и точные данные, которые создают образ современного мужчины, интересующегося техническими новинками:

«Real watches for real people. Oris Aquis Depth Cage. Automatic mechanical movement. Patented depth gauge function. Water resistant to 500 metres. Oris. Swiss Made Watch». – Настоящие часы для настоящих людей.

Орис Аквис Деспейдж. Автоматические механические часы. Функция глубиномера. Водонепроницаемые до 500 метров. Орис. Сделано в Швейцарии (швейцарские часы Орис) [2].

#### Литература

1 Кирилина, А. В. Гендерные стереотипы в языке / А. В. Кирилина // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. – М.: Информация XXI век, 2002. – 256 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:// <http://www.owl.ru/gender/>. – Дата доступа: 15.02. 2014.

2 Журналы на английском языке для мужчин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.akyla.net/>. – Дата доступа: 2.03.2014.