

«Гендерные аспекты коммуникации в глянцевах журналах»

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

Лисиченкова Юлия Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: 9629461330@mail.ru

Тема выступления посвящена рассмотрению гендерных аспектов в современной коммуникации. Основной акцент уделяется глянцевым изданиям.

Реклама - такая сфера общественной культуры, которая регулярно изменяется. Необходимо постоянно идти в ногу со временем, чтобы целевая аудитория оставалась с теми или иными изданиями, если мы говорим о печатной рекламе, и не уходила к конкурентам.

Печатная реклама отличается от всех других направлений рекламы, так как имеет свои привилегии, которых нет у других способов рекламирования.

Глянцевые журналы особенно популярны у рекламодателей из-за возможности найти именно своего покупателя благодаря сегментации аудитории по возрасту, половой принадлежности, профессиональной деятельности и даже уровню заработка. Всё это играет важную роль в актуализации печатной рекламы.

Тема моего выступления обусловлена тем, что спрос на глянец не уменьшается последнее время, а вопрос феминизма и сексизма, наоборот, растет с каждым годом.

Своим выступлением я хочу поднять и обсудить такие темы как глянцевый журнал как носитель информации и гендерные стереотипы в современной коммуникации.

Источники и литература

- 1) Акопов А.И. К вопросу формирования функций журнала как типа периодического издания [Текст] / А.И. Акопов // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: материалы 52-й международной научно-практической конференции. 17–19 апреля 2013 г. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Филол. ф-т СПбГУ, 2013. – С. 9-12.
- 2) Аникина М.Е., Баранов В.В., Воронова О.А. Типология периодической печати : учеб. пособие для вузов [Текст] / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 236.
- 3) Витлицкая Е. В. Лингвистическая репрезентация гендерных стереотипов рекламе (на материале англоязычных и русскоязычных текстов) [Текст] / Е. В. Витлицкая // Теория языка. Тамбов – М., 2005. – С. 21.
- 4) Клецина И. С. Самореализация личности и половые стереотипы [Текст]/ И. С. Клецина // Психологические проблемы самореализации личности / Под ред. А. А. Крылова, Л. А. Коростылевой. – СПб.: Изд-во С. – Петерб. гос. ун-та, 1998. – Вып. 2. – С. 188-202.