

План анализа рекламного текста: гендерный аспект

1. **Название** рекламируемого продукта и торговой марки
2. **Слоган** фирмы
3. Приблизительная **целевая аудитория** рекламируемого продукта
4. **Разновидность рекламы** (видео, аудио, интернет, печать)
5. Описание **композиции или сюжета** рекламного текста
6. **Социальная характеристики** персонажей (возраст, пол/гендер, семейное положение, профессия, выполняемые социальные роли и т.д.)
7. **Гендерные стереотипы** в изображении персонажей (внешний вид, манера поведения, речевые характеристики и др.)
8. **Гендерные асимметрии**, актуализированные в тексте
9. Анализ **речевых тактик и стратегий** ведения диалога персонажами
10. Анализ гендерной специфики **паралингвистических средств**
11. Наличие **гендерного конфликта**, пути его устранения или эскалации
12. Наличие и способы создания **языковой игры**
13. Степень успешности **прагматического воздействия**
14. Соответствие **этическим нормам**