**Maria Poljanskaja**

**Fachrichtung: „Interlinguale Kommunikation:**

**Deutsch-Russischer Dialog“**

**Resumé zur Masterarbeit „Genderaspekte in der Untersuchung sprachlicher Besonderheiten der Werbespots (an Material der russischen und deutschen Sprachen)**

Die vorliegende Masterarbeit untersucht sprachliche Besonderheiten der frauen- und männerorientierten Werbespots aus der Sicht des interkulturellen Aspekts der heutigen Sprachwissenschaft.

Das vorgeschlagene Thema ist heute von hoher Aktualität, weil in den entsprechenden Bereichen der Sprachwissenschaft bis jetzt grundsätzliche Arbeiten fehlen, die eine linguistische Analyse der Werbetexte in den deutschen und russischen Kultur und Sprache vornehmen sowie eine systematische Beschreibung der Besonderheiten auf den verschiedenen sprachlichen Ebenen anbieten.

In der Arbeit werden die Fragen der modernen Werbe- und Genderforschung hervorgehoben. Es werden die Begriffe „Werbung“, „Gender“ erläutert und ihre Besonderheiten bestimmt.

Besondere Bedeutung kommt dem Aspekt der Analyse sprachlicher Mittel in geschlechterbezogenen deutschen und russischen Werbetexten zu. Die Untersuchung wird auf dem lexikalischen, morphologischen und syntaktischen Niveau realisiert; die sprachlichen Besonderheiten der Frauen- und Männerrede werden ausgesondert und interpretiert.

Die vorliegende Masterarbeit (125 Seiten) besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, der Zusammenfassung, dem Quellenverzeichnis (80 Positionen) und drei Anhängen, die Transkriptionen der deutschen und russischen Werbetexte darstellen.