

Тема выпускной квалификационной работы
ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ КРЕОЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТЫ В РЕКЛАМЕ
НА МАТЕРИАЛАХ АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

Автор ВКР: Отарова Элина Арслановна

Научный руководитель ВКР: канд. филол. н., доц. каф. Калинцева М. О.

Сведения об организации-заказчике: ИРГЯИГТ ФГБОУ ВО «ПГУ»

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время креолизованные тексты в рекламе являются одной из преобладающих форм представления информации в средствах массовой коммуникации, а наличие юмористической составляющей способствует облегчению восприятия информации потребителем.

Цель исследования – выявить и изучить главные свойства и особенности юмористического креолизованного текста в рекламе, а также то, что является отражением её лингвокультурных особенностей.

Задачи исследования. Для достижения вышеупомянутой цели были поставлены следующие задачи: 1) определить главные текстовые характеристики; 2) выявить место креолизованных текстов и их структурные специфики в системе текстов; 3) дать характеристику юмора как лингвокультурного явления; 4) выявить предпосылки появления юмористического эффекта, а также средства, необходимые для действенного извлечения заложенной в текст информации; 5) выявить характерные особенности юмористических креолизованных рекламных текстов, а также стилистические приемы, используемые при их создании.

Теоретическая и практическая значимость выполненной работы заключается, с нашей точки зрения, в том, что это исследование вносит вклад в развитие лингвистики, лингвокультурологии, прагмалингвистики и теории дискурса в области структуры, семантики и прагматики юмористического креолизованного сообщения, актуализированного в тексте рекламы. А ее результаты могут найти использование в лекционных спецкурсах по

лингвокультурологии, прагмалингвистике, лингвистике текста, а также могут быть полезны в преподавании испанского языка как иностранного.

Результаты исследования: Язык рекламы развивается, базируясь на всех распространенных функциональных стилях речи. Зачастую в рекламных текстах успешно используются компоненты многообразных функциональных стилей.

Современные исследователи проявляют интерес к юмористическим креолизированным рекламным текстам, так как в сформировавшемся на сегодняшний день капиталистическом обществе без рекламы не обходится практически никто.

На данный момент креолизированные тексты являются одной из доминирующих форм представления информации в средствах массовой коммуникации, вследствие чего исследование свойств юмористических креолизированных рекламных текстов имеет не только теоретическое, но и практическое значение. Данная выпускная квалификационная работа посвящена изучению юмористического креолизованного текста в испаноязычной и англоязычной рекламе. Мы исследовали языковые средства, которые используются в тексте рекламы. Нами были проанализированы лексические, грамматические и стилистические особенности испаноязычных и англоязычных рекламных слоганов. Мы сравнили языковые особенности испаноязычной и англоязычной рекламы и пришли к следующим выводам: в обеих рекламах используются различные тропы, такие как метафора, эпитет, олицетворение, повторы, сравнения, риторический вопрос. Разработчики реклам также предпочитают использовать игру слов, как в испаноязычной, так и в англоязычной рекламах, так как это один из действенных методов воздействия на реципиента.

Также мы проанализировали юмористический эффект в рекламных слоганах. Из чего мы сделали вывод, что юмористическая реклама крайне действенная в привлечении внимания, нежели реклама, в которой юмор отсутствует.

Что же касается испаноязычной рекламы в целом, то можно сказать,

что данная реклама яркая, метафоричная, так как для испанцев характерно образное мышление и своеобразие мировосприятия. Англоязычная же реклама напротив, сдержанная, интеллигентная, в ней можно почувствовать английский дух. Ей свойственно выгодное сочетание текстов и образов.

Рекомендации:

В настоящей выпускной квалификационной работе мы попытались проанализировать юмористические креолизованный текст в испаноязычной и англоязычной рекламе, а также выявить своеобразие английского и испанского дискурса. Дальнейшая перспектива исследования видится в исследовании креолизованного текста в рекламе печатных изданий, таких как газеты, журналы и т.д.