

## **Стилистические особенности испаноязычной рекламной журнальной статьи**

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Институт иностранных языков и международного туризма

Кафедра лингвокоммуникативистики и прикладных иностранных языков

**Автор:** Хачатрян Кристина Владиславовна

**Работа состоит из** введения, двух глав, заключения и списка литературы.

**Ключевые слова:** рекламная журнальная статья, стиль, стилистические особенности, стилистические приемы, лексические особенности, морфологические особенности, синтаксические особенности, испанский язык, испаноязычная реклама, испаноязычная статья.

Данная дипломная работа посвящена исследованию проблемы стилистических особенностей испаноязычной рекламной журнальной статьи.

Актуальность темы исследования обусловлена с одной стороны ростом межкультурных связей, и как следствие повышенным интересом к изучению испанского языка, с другой стороны огромной ролью, которую играет в современном обществе реклама как вид массовой коммуникации. Отсюда определяется совокупная необходимость проведения исследования испаноязычной рекламы, где ввиду недостаточной изученности жанра рекламной статьи, актуальным становится проведение комплексного анализа стилистических приемов, используемых в текстах журнальных рекламных статей, позволяющего раскрыть их лексические, морфологические и синтаксические особенности.

Во введении определяются актуальность темы исследования, цель, задачи, теоретические и методологические основы исследования.

В первой главе формулируется определение и рассматриваются виды рекламной журнальной статьи, раскрывается понятие стиля рекламной статьи, исследуются своеобразие и характерные особенности используемых в ней стилистических средств и приемов. Представлен краткий анализ лингвотeorетических исследований в области рекламы и рекламных текстов в отечественной и зарубежной практике. Раскрыты научно-теоретические подходы к исследованию стилистических особенностей испаноязычной рекламной журнальной статьи.

Вторая глава включает в себя исследование текстов журнальных рекламных статей на испанском языке с позиции их стилистического своеобразия. В данной главе представлены стилистические особенности рекламных текстов испанских статей на уровне лексики, морфологии и синтаксиса.

В заключении подводятся итоги исследования и формулируются общие выводы.