

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Структурные и содержательные особенности французского рекламного туристического текста в межкультурном аспекте

Автор ВКР: Меликянц Мушег Мушегович

Научный руководитель ВКР: канд. филол. наук, доцент кафедры французской филологии и межкультурной коммуникации И.Ю. Котляревская

Сведения об организации-заказчике: ИРГЯИГТ ПГУ

Актуальность темы исследования: Активное развитие индустрии туризма во Франции, которая занимает лидирующие позиции по количеству туристов стало стимулом к созданию сопровождающих эту деятельность текстов рекламного и информативно-справочного характера. Появилась потребность в осмыслении лингвистических феноменов такой сферы деятельности как туризм. Эти факторы не могли не привлечь внимания специалистов и ученых, в частности, лингвистов к рекламному туристическому дискурсу, что и определило **Актуальность** выбранной темы ВКР.

Цель работы: выявление лингвистических особенностей рекламного туристического проспекта.

Задачи:

- 1) рассмотреть понятие рекламного текста;
- 2) рассмотреть понятие рекламного туристического текста,
- 3) изучить виды французского рекламного туристического текста.

Теоретическая и практическая значимость исследования работы заключается в том, что ее результаты способствуют углублению теоретических представлений о рекламном туристическом дискурсе, а также в возможности использовать сделанные в ней выводы в практике преподавания французского языка, в курсе «Французский язык в сфере туризма», в курсовых работах. Некоторые положения работы могут быть непосредственно использованы при подготовке к изданию проспектов и другой литературы туристической направленности на французском языке

Результаты исследования:

В работе был подробно рассмотрен жанр рекламного туристического проспекта, выделены его особенности. Туристическим проспектам, в связи с их малым объемом, свойственна своя структура, включающая как вербальные, так и невербальные средства. Проанализировано употребление местоимений *on* и *vous*, маркирующих адресанта, местоимений *on* и *vous*, представляющих адресата, а также использование глагольных времен для реализации информативной функции. По результатам исследования подготовлена брошюра на французском языке о достопримечательностях городов КМВ.