

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Рекламный поликодовый текст через призму прецедентности и игры

Автор ВКР: Дорошенко О.А.

Научный руководитель ВКР: Петренко Т.Ф.

Сведения об организации-заказчике: ИРГЯИГТ ПГУ

Актуальность темы исследования: интерес ученых к изучению закономерностей использования прецедентных феноменов и способов воплощения языковой игры в рекламных текстах, а также важность изучения приемов эффективного воздействия рекламы на адресата.

Цель работы: выявление особенностей использования языковой игры и прецедентных феноменов в составе рекламного поликодового текста как средства, усиливающего прагматическое воздействие на аудиторию.

Задачи: – проанализировать теоретические подходы к исследованию прецедентности и языковой игры;

– определить сущность интертекстуальности и интериконичности;

– изучить сферы-источники прецедентности в рекламных поликодовых текстах;

– выявить вербальные и невербальные средства выражения прецедентности в рекламных поликодовых текстах;

– выявить средства выражения языковой игры в рекламных поликодовых текстах.

Теоретическая и практическая значимость исследования: возможность использования результатов в курсах по семиотике, межкультурной коммуникации и спецкурсе по анализу поликодового текста.

Результаты исследования

Использование прецедентных феноменов в рекламных текстах имеет форму языковой игры, при которой на первый план выходят различные трансформации прецедентного высказывания, а также аллюзии на ситуации или события.

Наиболее популярным источником визуальной прецедентности являются произведения живописи. За каждым прецедентным визуальным текстом стоит своя уникальная система ассоциаций, вызываемых им в сознании носителей языка.