

## 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.