

**Белорусский государственный университет
Филологический факультет
Кафедра английского языкознания**

Аннотация к дипломной работе

**ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ
ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ**

Султанмырадова Менгли Сердаровна

**Научный руководитель:
старший преподаватель
Лаврентьев Сергей Григорьевич**

2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 52 стр., 2 главы, 50 источников, 1 таблица, 6 рисунков

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ЯЗЫКОВАЯ ИГРА, ПРИЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ, УРОВНИ РЕАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

Объект исследования – языковая игра.

Предмет исследования – механизмы реализации языковой игры в англоязычной рекламе.

Цель данного исследования заключается в рассмотрении особенностей функционирования языковой игры в пространстве англоязычной рекламы.

Методы исследования: методы сравнения, обобщения, метод сплошной выборки при отборе корпуса фактического материала, метод сплошного целостного анализа каждого рекламного текста в единстве формы, содержания и употребления, методы описания, контекстуального анализа.

Полученные результаты и их новизна. В работе рассмотрен рекламный текст как объект лингвистического исследования; выделены походы к определению понятию «языковая игра»; определены приемы реализации языковой игры; выделить и описать уровни реализации языковой игры в англоязычном рекламном тексте: фонетический, лексический, словообразовательный и графический.

Практическая значимость исследования и область применения.

Практическая значимость работы определяется возможностью включать материалы и результаты исследования в вузовской практике по лингвистике, анализу текста, в практической деятельности специалистов по рекламе при составлении рекламных текстов.

Настоящая работа является самостоятельным исследованием, достоверность результатов которого подтверждается научно обоснованной методикой исследования.

ABSTRACT

Thesis 52 pages, 2 chapters, 50 sources, 1 table, 6 figures

Keywords: ADVERTISING, LANGUAGE GAME, METHODS OF IMPLEMENTATION OF LANGUAGE GAME, LEVELS OF IMPLEMENTATION OF LANGUAGE GAME

The object of research is a language game.

The subject of the research is the mechanisms for the implementation of the language game in English-language advertising.

The purpose of this study is to consider the features of the functioning of the language game in the space of English-language advertising.

Research methods: methods of comparison, generalization, the method of continuous sampling when selecting a body of factual material, the method of continuous holistic analysis of each advertising text in the unity of form, content and use, methods of description, contextual analysis.

The results obtained and their novelty. The paper considers the advertising text as an object of linguistic research; approaches to the definition of the concept of 'language game' have been outlined; the methods to reveal the language game have been determined; the levels of implementation of the language game in the English advertising text: phonetic, lexical, derivational and graphic ones have been identified and described.

Practical significance of the study and scope.

The practical significance of the work is determined by the ability to include materials and research results in university practice in linguistics, text analysis, in the practical activities of advertising specialists when compiling advertising texts.

This work is an independent study, the reliability of the results of which is confirmed by a scientifically based research methodology.