

Реферат

Выпускной квалификационной работы

(Бакалавриат)

Тема выпускной квалификационной работы: Национально-культурные особенности выражения концепта «красота» в испанской рекламе.

Автор ВКР: Тащилина Наталья Владимировна.

Научный руководитель ВКР: канд. филол. наук, доц. кафедры испанистики и межкультурной коммуникации Потапенко Андрей Сергеевич.

Сведения об организации-заказчике: ИРГЯИГТ ФГБОУ ВО «ПГУ»

Актуальность темы исследования: связана с растущей ролью средств массовой информации (рекламы) в формировании таких концептов как «красота», «успех», «счастье» и их (концептов) влиянии на человека. В настоящее время реклама выступает фактором, определяющим особенности речеупотребления и динамики лингвистических процессов, являясь комплексом приемов и средств (как лингвистических, так и экстралингвистических), цель которых - воздействие на реципиента, убеждение в необходимости приобретения того или иного продукта либо услуги.

Цель работы: рассмотрение национально–культурных особенностей испанской рекламы на основе анализа реализации концепта «красота».

Задачи: дать определение понятию «концепт», назвать его свойства и признаки, а также определить его структуру;

- 1.произвести анализ культурологического смысла концепта;
- 2.определить связь концепта «красота» с другими концептами;
- 3.произвести анализ вербальных способов выражения концепта «красота»;
- 4.произвести анализ невербальных способов выражения концепта «красота»;
- 5.выявить отличия в репрезентации концепта «красота» в испанской рекламе в сравнении с рекламой других стран.

Теоретическая и практическая значимость исследования: Теоретическая значимость определяется тем, что исследование вносит вклад в изучение национально-культурных особенностей выражения концепта «красота» в испанской рекламе.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования материалов в качестве вспомогательного лекционного материала в курсе теории и практики межкультурной коммуникации.

Результаты исследования: Анализ теоретической базы по теме данной работы продемонстрировал, что существует большое количество различных подходов к изучению концепта. В работе мы использовали лингвокультурологический подход к изучению концепта, поскольку рассматривали влияние языка и культуры друг на друга.

В практической части данной работы было проведено исследование лексических и грамматических характеристик слов, выражающих данный концепт. Были проведены этимологический и дефиниционный анализы слов, представляющих ядро концепта «красота», приведены синонимический и антонимический ряды лексемы «красота» в испанском языке, а также были рассмотрены различия в реализации данного концепта по гендерному признаку. Мы также рассмотрели различия выражения концепта «красота» в испанской и российской рекламе.

На основании проведенного анализа можно сказать, что концепт «красота» и испанской рекламе состоит из огромного количества компонентов, как входящих в синонимический ряд слова «красота», так и далеко выходящих за его пределы. Концепт «красота» тесно связан с иными концептами и иногда выражается через них (например, такими, как «здоровье», «эффективность», «успех»).

Рекомендации: материалы могут быть использованы в качестве вспомогательного лекционного материала в курсе теории и практики межкультурной коммуникации. Целевая аудитория – студенты лингвистических вузов и школьники, изучающие испанский язык.

