**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА**

**(на материале русского и французских языков)**

**Баскакова Е.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Федорова И.А.***

Современное информационное пространство насыщенно сообщениями рекламного характера. Своеобразие рекламных текстов обусловлено его функционированием в сфере коммуникации для разных целевых аудиторий.

Рекламное сообщение правомерно также рассматривать как социально и эстетически значимый текст с его цельностью, связностью его элементов и формально-содержательным единством. Реклама отражает в себе не только лингвистические стороны страны изучаемого языка, но и делает отсылку к ее культурным и историческим традициям. С этой точки зрения реклама представляет интерес в лингвокультурологии - комплексной области научного знания о взаимосвязи и взаимовлиянии языка и культуры.

Данная работа выполнена с целью выявления, анализа и сопоставления лингвокультурологических особенностей текстов коммерческой рекламы на материале русского и французского языков.

Дипломная работа состоит из двух частей: теоретической и практической. На данном этапе работы были отобраны примеры рекламных объявлений коммерческой сферы деятельности на русском и французском языке.

В ходе исследования были использованы интернет сайты: [www.ideeslogan.com](http://www.ideeslogan.com), <https://psyfactor.org>. Методом сплошной выборки было выявлено 70 рекламных текстов.

В теоретической части работы анализируются такие научные работы как «Лингвистический аспект рекламы» (С.Н. Должикова), «Рекламный дискурс: стратегии и тактики» (Э. А. Лазарева), «Язык и стиль рекламного текста во французском и русском языках» (Л. А. Пушина, И.А. Федорова).

В практической части рассмотрены:

1. **Лингвистические особенности текстов рекламы на обоих языках**(в качестве самого распространенного приема привлечения внимания адресата можно отметить разного рода игры слов). «Вольному — Volvo» - игра слов с использованием названия бренда / «Жевать — не пережИвать» - двойной смысл *пережевать – переживать* */ Seb: C’est bien -* замещение части слова на созвучное название фирмы, в данном случае банка / *" La Chaîne ABsolument 1dispensable " (AB1) -* графическое выделение, создающее возможность двойного прочтения фразы*).*
2. **Экстралингвистические факторы** (сопровождающая визуальная картинка, видеоряд). Рекламное объявление лингвистического центра «Талисман», слоганом которого является выражение: «Выбери свой язык». На картинке мы можем увидеть двойное прочтение слова «уважение»: сидящий на корточках мужчина в спортивном костюме («респектос») и деловой мужчина в костюме (*«respect*»).
3. **Культурологические особенности** (отсылки к высказываниям исторических личностей, литературным произведениям, пословицам и поговоркам). Например, *Rivella vert: je pense, donc j’ai soif* - изречение Декарта *“Je pense, donc je suis”* / Мы не храним картофель в долгом ящике (Азбука вкуса) – отсылка к фразеологизму «откладывать дела в долгий ящик».

На перспективу предполагается завершить сопоставительный анализ текстов коммерческой рекламы русского и французского языков с целью выявления общих и частных явлений.

**ЛЕКСИКА ЦВЕТОВОЙ НОМИНАЦИИ ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ А. ГАВАЛЬДА «ПРОСТО ВМЕСТЕ» И**

**Э. ЗОЛЯ «СТРАНИЦЫ ЛЮБВИ»**

**Бердникова М.О.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Федорова И.А.***

Одной из особенностей сознания является способность человека классифицировать окружающие его явления. Эта черта человеческого мышления нашла проявление в употреблении цветовых прилагательных, заключающемся в том, что, на основании сопоставления различных ощущений, человек характеризует предметы и явления различными номинациями цвета. Актуальность нашей работы мы отмечаем в том, чтобы уделить особое внимание выявлению различий семантических наполнений концепта «цвет» в романах Анны Гавальда «Просто вместе» и Эмиля Золя «Страницы любви».

Целью дипломной работы является сопоставительный анализ цветовых прилагательных в романе А. Гавальда «Просто вместе» и Э. Золя «Страницы любви» и выявление специфики их употребления.

Для реализации данной цели необходимо решить ряд исследовательских задач:

1. Изучить труды отечественных и зарубежных ученых по данной проблематике.
2. Описать структуру, аспекты, влияющие на формирование отдельных колорономинаций во французской языковой картине мира.
3. Провести сравнительный анализ романов А. Гавальда «Просто вместе» и Э. Золя «Страницы любви» на предмет колоронимов и выяснить, какие цвета преобладают в данных романах.

Структура работы включает в себя: введение, две главы, заключение и список использованной литературы. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты изучения концепта «цвет» на основе работ А. Х. Мерзляковой, С. В. Дворниковой, Г. И. Капниной, И. Б. Коротяевой и др., а также особенности цветообразования во французском языке. Во второй главе представлен качественный и количественный анализ цветовых прилагательных на основе двух романов.

На данном этапе работы всего было выявлено 647 колоронимов в романе «Страницы любви», чаще из которых повторяются такие прилагательные, как *«blanc»* – 120, *«noir»* – 68, *«pâlir»* – 12. В романе «Просто вместе» материал исследования составил 174 прилагательных цвета, наиболее повторяющимися прилагательными являются *«noir»* – 35, *«blanche»* – 25, *«rouge»* –21, *«sombres»* – 12. Выявленные нами прилагательные, являются неотъемлемым компонентом индивидуально-авторской картины мира. Цветовой компонент выполняет, номинативную, предметно-изобразительную функцию. Следует отметить традиционность авторов в выборе цветовой гаммы: цветовая палитра в анализируемых романах представлена десятью колоронимами: «*blanc*», «*noir*», «*rouge*», «*bleu*», «*rose*», «*vert*», «*gris*», «*jaune*», «*brun*». Это совпадает с общеязыковой гаммой, которая находит отражение в произведениях большинства писателей.

В ходе работы было установлено, что семантическая структура имен прилагательных, обозначающих различные ощущения, может содержать семантические компоненты, обобщенно названные «высокая степень признака», например *infrarouges,* *épais-noir*; «низкая степень признака»: *grisatre*; «отрицательная оценка признака»: *sales rougeaudes,* «положительная оценка признака»: *bariolé, bleues,* с помощью которых выражается уровень цветовой интенсивности описываемого признака и оценка этого признака.

Перспективой исследования является выявление сходств и различий употребления прилагательных цвета двух романов о любви в диахронном аспекте, так как выбранный материал для работы относится к разным эпохам.

**МЕТАФОРИКА ВЫРАЖЕНИЙ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА В РУССКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ, АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

**Давлятова Л.Р.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Пушина Л.А.***

Актуальность темы нашей работы обусловлена тем, что в настоящее время лингвистическая теория ищет ответы на вопросы о постижении процессов концептуализации, категоризации и описании средств и способов языковой интерпретации. К одним из основных задач современной когнитивной лингвистики относится определение роли концептуальной метафоры как способа познания, концептуализации и категоризации мира в системе языка и речевой деятельности.

Мы выбрали тему «Метафорика выражений физического состояния человека» в связи с тем, что в развитии человечества главенствовал принцип антропоцентризма – потребность в более основательном анализе одной из существенных сторон жизни человека – физического состояния, определяющее работоспособность человека, качество его жизни, особенности психики и поведения. Благосостояние человека и общества в целом зависит от физического состояния людей.

Основная цель работы – определение метафорических моделей, характеризующих понятийную сферу «Физическое состояние человека».

Для достижения поставленной цели нам необходимо решить следующие задачи:

1. Выяснить значение терминов: метафора, концептуальная метафора, метафорическая модель;

2. Выявить устойчивые словосочетания, определяющие физическое состояние человека на материале фразеологических словарей;

3. Определить метафорические модели внутри понятийной сферы «Физическое состояние человека»;

4. Проанализировать полученные результаты.

В практической части работы мы проанализировали выражения с семантикой «Физическое состояние человека». Методом сплошной выборки лексического материала из фразеологических словарей русского, английского и французского языка нами было выявлено 335 устойчивых словосочетаний с метафорическим компонентом.

Итак, в ходе нашего исследования мы выявили 15 метафорических моделей, характеризующих физическое состояние. Метафорическая модель «От обозначения частей тела, органов, процессов в организме к обозначению физического состояния человека» отличается самой большой наполненностью – всего 64 устойчивых словосочетаний с метафорическим компонентом, что составляет 24%. Данный факт позволяет установить, что при описании своего физического состояния людям свойственно использовать перенос названия с частей тела на свое физическое состояние. Это объясняется тем, что каждый человек лучше знает свое тело, чем окружающий ему мир. Следовательно, метафоры, которыми мы оперируем, являются антропоцентричными. Используя данные метафорические модели, мы формируем множество альтернатив разрешения проблемной ситуации в процессе коммуникативного взаимодействия. Из этого следует заключить, что именно концептуальная метафора является ключом к пониманию основ мышления и процессов создания не только национально-специфического видения мира, но и его универсального образа.

**НОРМА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ**

**В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ**

**Заволжских П.М.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Ильина Ю.Н.***

Актуальность. В связи с большим влиянием англосаксонских стран на культуру и язык Испании, использование англицизмов воспринимается как угроза национальному языку некоторыми официальными институтами языка Испании. Тем не менее не существует достаточно исследований, отражающих разницу между рекомендациями учреждений и реальным использованием англицизмов обществом.

Цель работы – изучение противоречий между нормами, установленными институтами языка Испании, и фактическим использованием англицизмов носителями испанского языка на примере прессы.

В соответствии с поставленной целью определяются следующие задачи:

* Определить языковую политику Испании по отношению к английскому языку в прошлом и настоящем;
* проанализировать актуальную информацию о роли англоязычных лексем в словарном фонде современного испанского языка, используя словарь неологизмов NEOMA;
* выделить наиболее популярные тематические группы англицизмов, составить корпус; изучить предлагаемые Fundéu BBVA испаноязычные эквиваленты англицизмам;
* определить разницу между фактическим использованием англицизмов и их эквивалентов на примере цифровых изданий, соответствующих по тематике каждой группе слов;
* провести семантический анализ предлагаемых эквивалентов.

На основании проведенного исследования, были получены следующие результаты:

* Была определена языковая политика учреждений, придерживающихся строгой политики в отношении использования англицизмов в испанском языке: RAE и Fundéu BBVA;
* основываясь на данных словаря NEOMA, было установлено, что 73% заимствований составляют заимствования из англ. яз., где самые популярные тематические группы: информационно-коммуникационные технологии, спорт, мода и красота и т.д.;
* методом случайной выборки был выделен корпус из 60 слов (10 слов из каждой тематической группы). Для 48 из 60 слов были установлены эквиваленты, предлагаемые Fundéu BBVA. Больше всего эквивалентов было найдено в тематических группах информационно-коммуникативные технологии и общество (9 из 10 слов), в то время как наименьшее количество в группе музыка (6 из 10);
* на основании данных 6 цифровых изданий, соответствующих каждой тематической группе, было зафиксировано преобладание использования англицизмов во всех группах, кроме категории “общество”;

В перспективе работы предстоит провести семантический анализ.

**Выводы.** Наличие пуристической языковой политики не означает, что носители языка придерживаются той же позиции или же то, что такая политика может ограничивать использование англицизмов в обществе. Предстоит провести анализ различий между семантическими значениями англицизмов и эквивалентов.

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ И ПАРЕМИИ С ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ**

**В РУССКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

**Столбов М.А.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Пушина Л.А.***

Актуальность нашего исследования обусловлена необходимостью исследования фразеологических единиц с именами собственными с точки зрения отражения в них линвокультурологических особенностей. Мы уверены, что анализ этих фразеологизмов на материале русского, английского и французского языков позволит получить интересные результаты о национальной специфике, обусловленной традициями и жизнью социума, а также об универсальных явлениях, объединяющих европейские культуры. Новизна нашей работы заключается в том, что сравниваются сразу три языка, принадлежащих к разным языковым группам.

Наша работа выполнялась с целью проведения лингвокультурологического анализа фразеологических единиц с именами собственными, раскрытия их лингвокультурной специфики во французской, английской и русской лингвокультурах на основе сопоставления.

Для реализации поставленной цели было необходимо выполнить следующие задачи:

1. дать общую характеристику фразеологических единиц, определив их сущность и характерные особенности;
2. изучить классификации фразеологических единиц в русском, английском и французском языках;
3. методом сплошной выборки отобрать фразеологические единицы с именами собственными в сопоставляемых языках из ряда отечественных и зарубежных фразеологических словарей и словарей личных имен;
4. сравнить данные фразеологические единицы, найти совпадающие единицы в языках, либо их аналоги, выявляя при этом их семантические и функциональные особенности, объясняющие их схожесть/отличие.

В результате, нами было отобрано и рассмотрено порядка 500 фразеологических единиц, а также составлена классификация фразеологизмов с именами собственными. Мы выделили следующие общие группы фразеологических единиц: ФЕ библейского происхождения; ФЕ, связанные с античной мифологией; ФЕ с названиями географических объектов; ФЕ с компонентом этнонимом; ФЕ с традиционными мужскими и женскими именами и именами реально существовавших людей; ФЕ, взятые из литературных источников.

В ходе лингвокультурологического сопоставительного анализа, мы пришли к следующим выводам: поскольку во фразеологических единицах имя собственное восходит к определенному денотату, который может быть известен только носителям рассматриваемого языка, во всех сопоставляемых нами языках выделены безэквивалентные единицы. В тоже время наблюдается большое количество межъязыковых соответствий. В основном это касается ФЕ, источником которых является Библия и античная мифология. Методом количественного анализа выявлено, что во французском языке наибольшую группу составляют ФЕ с названиями географических объектов (56 ФЕ). Прежде всего это связано особенностями французского языка. Большое количество ФЕ данной группы образованы при помощи стилистического приема - каламбура или игры слов Что касается ФЕ, заимствованных из литературных источников, было обнаружено что в английском преобладают ФЕ, обозначающим персонажей произведений, в то время как в русском языке и французском присутствуют ФЕ с именами собственными из выражений, высказываний героев. В основном источником ФЕ данной группы послужила национальная литература. В английском языке это в основном произведения Шекспира и Диккенса, во французском это Рабле и Мольера, в русском Гоголя и Крылова.

**ИСПАНСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С АНИМАЛИСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ**

**Стулова А.А.**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Ильина Ю.Н.***

Фразеологизмы являются неотъемлемой частью каждого языка, насыщая и дополняя его. Анималистический компонент, в свою очередь, имеет особое значение как раздел фразеологии в силу своей специфики и является одним из самых распространенных компонентов фразеологического пласта. Нравственный облик человека, различные аспекты его внутреннего и внешнего мира представлены достаточно широко во фразеологических единицах всех языков, включая испанский и русский. К тому же, анималистический компонент, в каком-то смысле, обуславливает этот самый нравственный образ и характеристику человека.

Актуальность данной работы определяется тем, что фразеология с каждым годом вызывает все больший интерес со стороны лингвистов как зарубежных, так и отечественных, поскольку она представляет собой наиболее яркую, живую и выразительную составляющую всего лексического состава языка.

Данная работа выполняется сцелью проведения подробного сопоставительного анализа фразеологизмов с анималистическим компонентом в испанском и русском языках, а также рассмотрения перспектив развития испанской фразеологии.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

* Определение понятий «фразеология» и «фразеологизм»;
* определение понятия «анималистический компонент»;
* выделение классификации фразеологизмов;
* сопоставительный анализ испанских и русских фразеологизмов с анималистическим компонентом.

Исследовательская работа состоит из двух частей: теоретической и практической. В первой главе рассматриваются теоретические исследования фразеологических единиц. Во второй главе произведен сопоставительный анализ фразеологических единиц с анималистическим компонентом в испанском и русских языках.

На данном этапе работы был произведен подбор фразеологических единиц с анималистическим компонентом из основного источника под названием «Испанско-русский фразеологический словарь под ред. Э. И. Левинтовой».

На основании проведенного исследования были получены следующиерезультаты:

1. Были определены следующие понятия: «фразеологизм» и «фразеология».
2. На основании предыдущей работы было получено понятие «анималистический компонент»
3. Была произведена классификация фразеологизмов, как на испанском, так и на русском языках. (на основе классификаций Н. М. Шанского, Ш. Балли, X. Касареса, А. Сулуага и т. д.)
4. На данном этапе был произведен ознакомительный анализ испанских фразеологизмов с одомашненными животными (общее количество: 133 единицы фразеологизмов).

**Вывод:** Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что нравственный облик человека, различные аспекты его внутреннего и внешнего мира представлены достаточно широко во фразеологических единицах испанского языка. Можно выдвинуть гипотезу, что это обусловлено тем, что судят о людях по поступкам и замечают и говорят чаще скорее отрицательное. В перспективе предполагается провести сопоставительный анализ испанских и русских фразеологизмов с анималистическим компонентом, а также провести опрос среди носителей языка о частоте и об актуальности использования конкретных фразеологизмов.

**ЦВЕТОВАЯ МЕТАФОРА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ**

**ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ 27 ГОДА**

**Яковлева А.А**

***Научный руководитель – к.ф.н., доцент Ильина Ю.Н.***

Метафора является одной из наиболее часто используемой фигурой речи в повседневном языке. Сфера выражения эмоций и эмоционального давления вносит элемент художественности в нашу повседневную жизнь, что связано с широким использованием метафор в нашей речи. Метафора – это не только способ необычного словоупотребления и моделирования литературного мира, она отражает индивидуальные творческие особенности в субъективном мировом содержании поэтических видений.

Актуальностьвыбранной темы доказывается важностью использования метафор в поэзии, что способствует более глубокому пониманию мысли автора.

Данная работа выполняется с целью продолжения исследования метафоры на основе нескольких представителей поколения 27 года и выявления роли метафоры в построении мировоззрения поэтов.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

1. Сделать сплошную выборку материала;
2. проанализировать значение метафор;
3. выявить случаи употребления.

Исследовательская работа состоит из двух частей: теоретической и практической. В первой главе исследования рассматривается метафора как стилистический прием. Во второй главе произведен анализ метафор в поэзии представителей поколения 27 года.

На данном этапе работы были рассмотрены примеры использования метафор такими поэтами как Федерико Гарсия Лорки и Хорхе Гильена.

На основании проведенного исследования были получены следующие результаты:

1. Была проведена сплошная выборка на наличие цветовых метафор в произведениях представителей поколения 27 года (на данный момент было просмотрено 76 поэтических трудов, в которых разные наименования встречались 134 раза);
2. произведен анализ значений метафор;
3. произведена классификация по цвету и значению метафор (часто используемый цвет в поэзии – синий, менее используемый – красный);
4. подсчитаны случаи употребления каждого цвета у данных авторов (синий употребляется всего 59 раз, а красный 6).

**Выводы.** На данном этапе мы рассмотрели цветовые метафоры в поэзии Лорки и Гильена, чтобы познакомиться ближе с творчеством этих поэтов, а также изучить материал, чтобы иметь общее представление. При исследовании материала мы обнаружили достаточно широкую цветовую гамму, которую было интересно изучить. Однако мы столкнулись с проблемой перевода, поскольку данная тема является узкой. В перспективе предполагается провести сопоставительный анализ метафор Рафаэля Альберти, Херардо Диего и Луиса Сернуды.