

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

Лингвокультурные особенности рекламы британских языковых школ

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА**

студентки 4 курса 421 группы
направления 45.03.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Пищула Викторией Романовны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

подпись, дата

О.И. Кундик

Зав. кафедрой

к.ф.н., доцент

подпись, дата

Т.В. Харламова

Саратов 2020

Введение. В наше время реклама языковых школ чрезвычайно разнообразна. Это связано с высокой конкуренцией на рынке услуг. В

рекламном тексте используются языковые средства выразительности, которые представляют собой широкий спектр приемов. Языковые средства выразительности обладают различными функциями и обусловлены разнообразными целями. Они делятся на лексические, грамматические, синтаксические и фонетические.

Данное исследование посвящено изучению лингвистических особенностей англоязычной рекламы языковых школ.

Актуальность исследования объясняется популярностью британских языковых школ и высокой конкуренцией в данной сфере.

Новизна данной работы заключается в том, что, несмотря на большое количество работ, посвященных теме рекламы, в настоящее время существует сравнительно небольшое количество исследований, посвященных текстовой рекламе британских языковых школ.

Главной целью работы является выявление основных лингвокультурных особенностей англоязычного рекламного текста британских языковых школ.

Задачами работы являются:

1. Выявление языковых особенностей текстов рекламы британских языковых школ.
2. Выявление социокультурных особенностей текстов рекламы британских языковых школ.

В работе был использован метод научного наблюдения, описательный метод, а также контекстный и стилистический анализ.

Материал исследования получен способом случайной выборки. Материалом исследования являются 100 рекламных текстов 22 британских языковых школ за 2015-2020 годы с сайтов языковых школ.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных материалов и приложения.

Основное содержание работы. В Главе 1 «Языковая специфика рекламного дискурса» рассматриваются основные теоретические положения

работы. С точки зрения лингвистики реклама рассматривается как вид речевой деятельности, нацеленный на равновесие между спросом и предложением.

Исследователи делят рекламу по направленности на аудиторию (потребительская и деловая), по ширине охвата аудитории (мировая, общенародная, региональная и местная), по средствам передачи информации (газетная, журнальная, радиореклама, телереклама, кинореклама, наружная реклама и реклама на транспорте), по цели рекламы (информативная, увещательная, напоминающая). По функциям и назначениям рекламу разделяют на товарную и нетоварную. Исследователь Е.В. Ромат выделял коммерческий (от имени производителя (фирменная, корпоративная, кооперативная) и от имени посредника (реклама, направленная на бизнес, и реклама, направленная на потребителя) и некоммерческий виды рекламы (социальная, политическая, государственная, территориальная, личностная). [1]

Кроме того, исследователь Е.Н. Сердобинцева разделяла рекламу по целевой аудитории: реклама для женщин, для мужчин, для молодежи, для «заболевших людей», для любителей животных, для людей, пользующихся услугами банков и многие другие виды. [2]

Рекламный дискурс обслуживает практически любую сферу деятельности человека. В основе рекламного дискурса лежат концептуальные метафоры и другие риторические приемы.

Рекламный текст обладает дополнительными особенностями, отличающими его от других текстов. Он должен побудить потребителя выбрать рекламируемые услуги.

Характерная черта рекламных текстов - сжатость. Обычно их структура следующая: заголовок; основной текст; концовка. Обычно между заголовком и основным текстом бывает подзаголовок - своеобразный мостик. Основной текст делится на вступление, основную часть и заключение.

Рекламные тексты должны отличаться яркостью, простотой, лаконичностью, доступностью, экспрессивностью и информативностью.

Для привлечения внимания потребителей авторы рекламных текстов используют лексические, графические, синтаксические, стилистические и другие средства языка. При создании рекламных текстов регулярно используется определенный набор языковых средств, поэтому некоторые исследователи считают язык рекламы особым универсальным подстилем.

Исследователь Дж. Лич считал, что рекламный текст обладает четырьмя необходимыми качествами: он привлекает внимание, заинтересовывает читателей и побуждает к дальнейшему чтению, хорошо запоминается, побуждает к действию [3].

В Главе 2 «Языковые средства выразительности в рекламных текстах британских языковых школ» были выявлены и проанализированы языковые и социокультурные особенности рекламы британских языковых школ.

Материалом данного исследования послужили 100 рекламных текстов 22 британских языковых школ за 2015 - 2020 годы с сайтов языковых школ.

Материал представляет собой широкий спектр рекламных текстов образовательной направленности. Объем рекламных текстов варьируется от 84 до 257 слов.

При создании текста авторы рекламы британских языковых школ используют различные приемы. Для того, чтобы сделать рекламный текст привлекательным, четким и читаемым, они используют графические средства выделения. В данном случае самый популярный прием - шрифтовыведение.

«AT NACEL ENGLISH SCHOOL IN LONDON, WE PROVIDE QUALITY EDUCATION WITH PERSONAL ATTENTION

We are proud to be part of the Nacel group. The group's long-standing and varied expertise in international education ensures an academically successful and enriching experience.

Nacel English School London has a warm and welcoming atmosphere, enabling the students to learn in an environment that contributes in a positive way to language development. Combining this with the high standards of teaching already established, the school offers students the opportunity to progress at a pace that

makes learning worthwhile and enjoyable. The students feel at ease, whilst making real progress in all areas»

«[SEE MORE DETAILS](#)»

«[FIND AN ENGLISH COURSE THAT SUITS YOU!](#)»

Существенно усиливает воздействие рекламного текста британских языковых школ цветовыделение: чаще всего слова, словосочетания или предложения выделяются синим, голубым или розовым цветами.

«For almost 60 years, St George International has delivered English language courses with a high degree of individual attention to students from all over the world»

«For every 2 weeks of face to face classes booked now, students receive 1 free week of online classes»

Ярким графическим средством языковой выразительности является шрифт. В рекламных текстах британских языковых школ чаще всего используется шрифт Times New Roman, шрифт Arial, авторский шрифт, Georgia, другие шрифты. Также в тексте может использоваться несколько шрифтов одновременно.

«[Language Course Options in London](#)

Cactus offers a wide range of 10 week evening language courses and 5-week intensive language courses in London for those who wish to learn a language in a face-to-face class. If you prefer to learn a language online, Cactus also offers online language courses which are taught by the same qualified teachers as our face-to-face courses»

Одним из способов воздействия на потребителя является креолизованный текст. В рекламных сообщениях британских языковых школ обычно невербальной частью является рекламное изображение. Визуальный элемент позволяет создать более четкое представление о рекламируемом. В рекламных текстах британских языковых школ на изображении читатель может увидеть

учебный процесс, интерьер, здание школы, людей, прошедших обучение в языковой школе, школьное питание, общежитие или кампус.

В изученных текстах рекламы британских языковых школ в заголовке чаще всего указывается название языковой школы, город, в котором расположена школа, и словосочетание “*English language*”.

«OHC English Language Training - Learn English & have fun at our exciting locations all around the world!»

«Nacel English School London – English language school»

Основной текст раскрывает подробности, которые помогают потенциальному потребителю понять, почему он должен выбрать именно эту услугу. В основном тексте рекламы британских языковых школ указывается месторасположение школы, станция метро, рядом с которой находится школа, ближайшие достопримечательности и расстояние до них.

«Our language school, with views of the famous Tower Bridge, offers an exciting range of day time English language courses»

«our wide range of courses ranging from General English courses to Business and Exam courses»

В заключении указывается номер телефона организации или гиперссылка на страницу с расширенной информацией.

[«Learn more»](#)

[«Contact us»](#)

В результате исследования были выявлены часто используемые в рекламе британских языковых школ средства лексической и синтаксической выразительности. Среди лексических средств выразительности необходимо выделить использование числительных в качестве показателя надежности и качества услуги, а также удобства потребителя после ее покупки. В аналогичных целях используются превосходные степени прилагательных.

«Welcome to Bayswater College, founded in 1973»

«Bayswater College has been providing global citizens with valued experiences for over 45 years»

«Now only £1000,034»

«Free £50 voucher»

«the best city for students»

«most innovative colleges»

«one of the most famous cities in the world»

Употребление личных местоимений в рекламных текстах придает им доверительный оттенок и эффект искренности. В текстах также используются аббревиатуры.

*«we will help **you** meet your learning objectives in the shortest possible time»*

*«**We** are a unique accredited education provider»*

Важно отметить значимость имен собственных в рекламных текстах британских языковых школ. В большинстве случаев это антропонимы (имена людей) и топонимы (географические названия). В текстах используются имена классиков британской литературы, современных авторов, а также вымышленных литературных персонажей. Также в рекламе британских языковых школ используются названия стран, городов, улиц, станций метро, достопримечательностей.

«In addition to the practical classes, you will attend specialist lectures on understanding the social and historical context of Shakespeare's writing. You'll also visit key historical locations central to Shakespeare's life and work, as well as watching productions by the Royal Shakespeare Company (RSC) in Stratford-upon-Avon, the birthplace of William Shakespeare, and Shakespeare's Globe in London»

«J.K. Rowling also wrote some of Harry Potter in an Edinburgh café (The Elephant House) and took inspiration from the landscape for her characters and locations»

«SKOLA is located in a beautiful Royal College close to Baker Street, home of the famous Sherlock Holmes and opposite Regent's Park»

«Learn English in the number 1 English language school in the UK»

«Brighton Language College is situated in the city centre, our school overlooks The Royal Pavilion and is 2 minutes from Brighton Palace Pier. Our great location

means that you are studying in central Brighton with all the city's delights next to your school»

«This centre is operated by SKOLA's partner school who have been teaching since 1999 and it is conveniently located on Camden High Street with its bustling atmosphere and varied shops, cafes and restaurants»

Из образных средств языковой выразительности в рекламных текстах британских языковых школ чаще всего используются такие тропы, как метафоры, гиперболы и эпитеты.

*«LSI London Central is located in the very **heart of the city**, in the bustling, vibrant area known as the West End»*

*«Begin your **English language journey**»*

*«With **endless history** in every cobblestone from city to country England boasts a learning experience unlike any other»*

*«**Absolutely British holidays**»*

*«From royal palaces and historical landmarks to **buzzing** nightlife or **serene** walks in natural wonders, England has an attraction for every individual»*

*«You can find whatever you're searching for in the **busy, diverse** streets of the UK's capital»*

На синтаксическом уровне для рекламы британских языковых школ характерно использование простых и эллиптических (неполных) предложений. Это увеличивает запоминаемость рекламы, наделяет ее динамичностью экспрессивностью. Того же эффекта помогают добиться односоставные предложения.

*«**WE PROVIDE QUALITY EDUCATION WITH PERSONAL ATTENTION**»*

«We also use technology for maximum participation»

«An extraordinary opportunity to stay in one of the most famous and influential schools in the world»

«To learn»

Частотны предложения, в которых использовано повелительное наклонение, потому что они выступают в качестве призыва к действию. В

рекламных текстах британских языковых школ используются однородные члены предложения, потому что одной из ключевых задач рекламы является перечисление достоинств рекламируемых товаров и услуг. Также частотны параллельные конструкции, в которых используется анафора.

«Discover London»

«Learn English in the Heart of London»

«The world capital of fashion, finance, arts and entertainment, and host to some of the world's best universities and most innovative colleges»

«Choose your course. Choose your future»

Из образных средств языковой выразительности чаще всего используются такие фигуры речи, как градация и вопросно-ответная форма изложения.

*«English is an important language worldwide for **business, diplomacy, pop culture, and more**»*

*«England is the paradise of **individuality, eccentricity, heresy, anomalies, hobbies and humours**»*

«Why study in the UK? A UK education opens doors, wherever you go in the world»

«Why learn English with us? If you are looking to develop your English skills further, or perhaps you have very little previous English communication experience and would like to develop a basic understanding, then we are your solution!»

Заключение. В ходе работы было выяснено, что реклама повысила свою социальную значимость в качестве информационного транслятора. Она апеллирует к интересу потребителей, вызывает желание обладать материальными знаками принадлежности к определенной социальной группе. Реклама побуждает приобрести какой-либо товар или воспользоваться какими-либо услугами.

В работе проанализированы средства языковой выразительности на графическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Также рассмотрены

особенности использования креолизованного текста в рекламе британских языковых школ.

Итак, для рекламных текстов характерно использование шрифтовых выделений, цветовых выделений, креолизованного текста, использование числительных, личных местоимений, имен собственных, метафор, гипербола, эпитетов, простых и неполных предложений, повелительного наклонения, параллельных конструкций, однородных членов предложения, анафоры, градации и вопросно-ответной формы изложения.

Однако, рекламные тексты британских языковых школ выделяются частным использованием топонимов, аббревиатур, обозначающих профильные экзамены. Кроме того, в рекламных текстах рекламы британских языковых школ выявлены социокультурные особенности. В текстах упоминаются основные достопримечательности Великобритании и особенности британской культуры. В текстах используется специфическая лексика, связанная с образованием и обучением.

Спрос на услуги британских языковых школ увеличивается с каждым годом. Именно поэтому возрастает интерес к рекламным текстам школ, рассказывающих об предоставляемых услугах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ МАТЕРИАЛОВ

1. Ульянов А. Словарь терминов по рекламе, маркетингу, Atl, Btl и PR. М., 2007.
3. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие / Е. Н. Сердобинцева. – Москва : Флинта, 2016. – 160 с.
2. Leech G. N. English in advertising: a linguistic study of advertising in Great Britain. London: Longmans, 1966. XIV, 210 p.