

ФИЛОЛОГИЯ

О.А. Полякова, Е.В. Федорович

*(Ростовский государственный университет путей сообщения. г. Ростов-на-Дону, Россия;
Ростовский юридический институт МВД России. г. Ростов-на-Дону, Россия)*

К вопросу о концептосфере русскоязычных креолизованных рекламных текстов (на примере концепта «Выгода»)

Анализ концептосферы современной рекламы является одним из наиболее продуктивно развивающихся направлений научной деятельности представителей различных научных школ, в первую очередь лингвистических. Единого мнения нет даже относительно ключевых характеристик понятия «концепт». Статья представляет собой фрагмент более объемного исследования концептов в русскоязычных креолизованных текстах с позиций семантического, синтагматического и парадигматического анализа вербальной составляющей рекламного сообщения на примере концепта «Выгода» и формирующих его подконцептов. Особого внимания заслуживает мысль о том, что адекватное восприятие рекламной информации, а значит и эффективность рекламного продукта в целом, будет зависеть в том числе от принадлежности реципиента и автора текста к одной и той же культуре.

Ключевые слова: концепт, концептосфера, креолизованный текст, реклама, выгода.

15 сентября 2021 г.
