Поэтика и прагматика рекламной поэзии В. В. Маяковского

Цели:

1. Исследовать характерные особенности поэтической системы рекламных текстов В. В. Маяковского с точки зрения их утилитарной (прагматической) функции.
2. Определить место и значение для реализации прагматической задачи внелингвистических аспектов текста (таких как шрифт, цветовое решение, иллюстрирование) в поэтической системе рекламных текстов В. В. Маяковского.
3. Исследовать характер и степень взаимовлияния поэтики рекламных и художественных стихотворных текстов В. В. Маяковского.

Задачи:

1. Выявить и дать системную оценку факторам прагматического функционирования различных уровней поэтической системы (таких как звуко-ритмической, лексико-семантический и образный уровни).
2. Учитывая полученные данные исследовать взаимодействие поэтических и экстралингвистических аспектов рекламных текстов с точки зрения реализации их прагматической задачи.
3. Оценить характер взаимовлияния поэтических систем рекламных текстов поэта и художественных текстов, созданных им в аналогичный временной промежуток, опираясь на сравнительный и хронологический методы анализа.

Структура:

Введение

Гл. 1. Поэтическая система рекламных текстов В. В. Маяковского в контексте их прагматической функции.

* 1. Звуко-ритмический уровень поэтической системы.
  2. Лексико-семантический уровень поэтической системы.
  3. Образный уровень поэтической системы.
  4. Прагматико-коммуникативные модели рекламных текстов В. В. Маяковского.
  5. Экстралингвистические аспекты функционирования рекламных текстов.

Гл. 2. Поэтика рекламных и художественных текстов: общее и различное, особенности взаимовлияния.

2.1. Звуко-ритмический уровень.

2.2. Лексико-семантический уровень.

2.3. Образный уровень.

Заключение

Список использованной литературы