

Белорусский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра английского языкознания

Аннотация к магистерской диссертации

**«ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В РЕКЛАМНОМ КОНТЕНТЕ.
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ»**

**ГОЛИКОВА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА,
РУКОВОДИТЕЛЬ ТОЛСТОУХОВА ВАЛЕНТИНА ФЕДОРОВНА**

Специальность 1-21 80 03 «Германские языки»

2016 год

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В РЕКЛАМНОМ КОНТЕНТЕ. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Магистерская диссертация

The general characteristic of the work

The topic of master dissertation: Language game in the advertising content. Comparison aspect.

The master dissertation includes 62 pages without 2 appendixes.

Literature includes 34 sources.

Keywords: ADVERTISING, LANGUAGE GAME, EXPRESSIVITY, COMPARISON ANALYZE, ADVERTISING MESSAGE, ADVERTISING TEXT.

Research objective: Identification of means of language game as attracting attention to the English and Russian advertising content

Задачи работы: To give definition to advertising, to find our main advertising functions, to determine special features and tends of modern advertising texts, to distinguish current types of language game, to mark structural-language features of modern Russian and English advertising texts, to make comparison analyze.

The object of the research: English and Russian advertising content

The subject of the work is means of language game using in English and Russian advertising content.

Methods using in the research continuous sampling method, quantitative method and comparative method.

Practical importance of the results is the perspective of the intercalation these results in stylistic, psycholinguistics, regional geography, lexicology, the theory of communication and other lecture courses.

Агульная характэрыстыка работы

Тэма магістарскай дысертацыі: Моўная гульня ў рэкламным кантэнце. Супастаўляльны аспект.

Аб’ём магістарскай дысертацыі складае 62 старонак, не ўключаючы 2-х дададкаў.

Бібліяграфія налічвае 34 крыніцы.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, МОУНАЯ ГУЛЬНЯ, ЭКСПРЭСИУНАСЦЬ, СУПАСТАУЛЯЛЬНЫ АНАЛІЗ, РЭКЛАМНАЯ ПАВЕДАМЛЕННЕ, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ.

Мэта работы: выяўленне сродкаў моўнай гульні, як спосаб прыцягнення ўвагі ў англамоўным і рускамоўным рэкламным кантэнце.

Задачы работы: Даць азначэнне паняццю “рэклама”, выявіць асноўныя функцыі рэкламы, усталяваць асаблівасці і тэндэнцыі сучасных рэкламны тэкстаў, вылучыць найбольш ужывальныя віды моўнай гульні, пазначыць структурна-моўныя асаблівасці сучасных англамоўных і рускамоўных рэкламных паведамленняў, правесці супастаўляльны аналіз.

Аб’ектам даследавання з’яўляецца англамоўны і рускамоўны рэкламны кантэнт.

Прадметам даследавання з’яўляюцца прыёмы моўнай гульні, якія выкарыстоўваюцца ў англамоўным і рускамоўным рэкламным кантэнце.

Метады, якія выкарыстоўваюцца ў даследаванні ўяўляюць сабой метады суцэльнай выбаркі, колькасны метады і супастаўляльны метады.

Практычная значнасць атрыманых вынікаў вызначаецца перспектывамі ўкаранення атрыманых дадзеных у лекцыйныя курсы па стылістыцы, псіхалінгвістыцы, краіназнаўстве, лексікалогіі, тэорыі камунікацыі і іншыя сумежныя дысцыпліны.

Общая характеристика работы

Тема магистерской диссертации: Языковая игра в рекламном контенте. Сопоставительный аспект.

Объем магистерской диссертации составляет 62 страниц, не включая 2 приложения.

Библиография насчитывает 34 источника.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ЯЗЫКОВАЯ ИГРА, ЭКСПРЕССИВНОСТЬ, СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ, РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ.

Цель работы: выявление средств языковой игры, как способ привлечения внимания в англоязычном и русскоязычном рекламном контенте

Задачи работы: Дать определение понятию «реклама», выявить основные функции рекламы, установить особенности и тенденции современных рекламных текстов, выделить наиболее употребительные виды языковой игры, обозначить структурно-языковые особенности современных англоязычных и русскоязычных рекламных сообщений, произвести сопоставительный анализ.

Объектом исследования является англоязычный и русскоязычный рекламный контент.

Предметом исследования являются приемы языковой игры применимые в англоязычном и русскоязычном рекламном контенте.

Методы используемые в исследовании представляют собой метод сплошной выборки, количественный метод и сопоставительный метод.

Практическая значимость полученных результатов определяется перспективами внедрения полученных данных в лекционные курсы по стилистике, психолингвистике, страноведению, лексикологии, теории коммуникации и других смежных дисциплин.

