

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра романского языкознания

КРАСНОНОСОВА
ДарьяСергеевна

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОЛЬФАКТОРНОГО ПРОСТРАНСТВА ВО
ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПАРФЮМЕРНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ)

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук
Квачек Анна Валентиновна

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Заведующий кафедрой

романского языкознания, к. ф. н. О.А. Пантелеенко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Красноносова ДарьяСергеевна

Репрезентация ольфакторного пространства во французском языке

(на примере парфюмерных наименований)

Структура дипломной работы. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, включающего 53 источника, 2 приложения, полный объем работы 53 страницы.

Ключевые слова. ОЛЬФАКТОРНОЕ ПРОСТРАНСТВО, ДИСКУРС, АНТРОПОЦЕНТРИЗМ, ТРОП, СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ.

Цель дипломной работы – выявить и систематизировать ольфакторное пространство французского парфюмерного дискурса.

Задачи дипломной работы:

1) Рассмотреть систему образов рекламного дискурса, выделив ее визуальные и вербальные компоненты, определить роль вербального и визуального рекламных образов, учитывая их взаимообусловленность в названиях французской парфюмерии.

2) Проанализировать вербальные компоненты, создающие представление концепта «запах» в дискурсе французской парфюмерии.

3) Определить возможности языковых средств создания ольфакторного образа, рассмотреть их специфику и свойства на примере французской парфюмерии.

Объект дипломной работы – дискурсивное пространство современной рекламы французской парфюмерии.

Предметом дипломной работы являются языковые средства и текстовые единицы, участвующие в создании образа французской парфюмерии.

РЭФЕРАТ
Краснаносава Дар'я Сярееўна

Рэпрэзентацыя ольфакторнага прасторы ў французскай мове

(На прыкладзе парфумерных найменняў)

Структура дыпломнай працы. Дыпломная праца складаецца з уводзін, дзвюх глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц, які ўключае 53 крыніцы, 2 дадатку, поўны аб'ём працы 53 старонкі друкаванага тэксту.

Ключавыя словы. ОЛЬФАКТОРНОЕ ПРАСТОРА, ДЫСКУРС, АНТРАПАЦЭНТРЫЗМ, ТРОП, СТЫЛІСТЫЧНЫ ПРЫЁМ.

Мэта дыпломнай працы – выявіць і сістэматызаваць альфакторную прастору французскага парфумернага дыскурсу.

Задачы дыпломнай працы:

- 1) Разгледзець сістэму вобразаў рэкламнага дыскурсу, вылучыўшы яе візуальныя і вербальныя кампаненты, вызначыць ролю вербальнага і візуальнага рэкламных вобразаў, улічваючы іх ўзаемаабумоўленых ў назвах французскай парфумы.
- 2) Прааналізаваць вербальныя кампаненты, якія ствараюць ўяўленне тавару ў рэкламным дыскурсе французскай парфумы.
- 3) Вызначыць магчымасці моўных сродкаў стварэння ольфакторнага вобразу, разгледзець спецыфіку іх функцыянавання, а таксама іх ўласцівасці на прыкладзе французскай парфумы.

Аб'ект дыпломнай працы - дыскурсіўная прастора сучаснай французскай парфумы.

Прадметам дыпломнай працы з'яўляюцца моўныя сродкі і тэкставыя адзінкі, якія ўдзельнічаюць у стварэнні вобразу французскай парфумы.

RÉSUMÉ

Darya Krassnanossava

La représentation de l'espace olfactif en français

(à l'exemple des noms de parfumerie)

La structure.

Le travail de fin d'études se compose de l'introduction, de deux chapitres, de la conclusion, de la bibliographie qui contient 53 ouvrages consultés, de deux annexes. Le travail est de 53 pages.

Mots-clés ESPACE OLFACTEUR, DISCOURS,
ANTHROPOCENTRISME, TROPE, PROCEDE STYLISTIQUE.

Le but du travail de fin d'études est d'identifier, d'explorer, de systématiser l'espace olfactif du discours du parfum français.

Les objectifs du travail de fin d'études sont les suivants:

1) Envisager le système d'images du discours publicitaire en soulignant ses composantes visuelle et verbale, déterminer le rôle des images publicitaires verbales et visuelles en tenant compte de leur interdépendance dans les noms de parfumerie française.

2) Analyser les éléments verbaux qui créent la présentation des images dans le discours publicitaire de la parfumerie française.

3) Déterminer les possibilités de langage de créer une image publicitaire, prendre en compte les spécificités de leur fonctionnement dans le texte publicitaire, ainsi que leurs propriétés linguistiques sur l'exemple de la parfumerie française.

L'objet de l'étude est l'espace discursif de la parfumerie française.

Le sujet de l'étude concerne les outils linguistiques et les unités de texte impliquées dans la création de l'image de la parfumerie française.