

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет
Кафедра немецкого языкознания

Аннотация к дипломной работе

**ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
РЕКЛАМЕ (СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
ОСОБЕННОСТИ)**

Диль Дарья Александровна

Научный руководитель –
доцент, кандидат
филологических наук
С. С. Котовская

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Диль Дарья Александровна

ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ (СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ)

Структура дипломной работы: дипломная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы (охватывает 39 позиций) и трёх приложения. Общий объём дипломной работы – 63 страницы.

Ключевые слова: ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ, СЕМАНТИКА ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ, ФУНКЦИИ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ, СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА.

Цель дипломной работы – выявление семантических и функциональных особенностей числительных в немецкоязычной социальной рекламе.

Задачи исследования:

- 1) изучить основные вопросы, касающиеся числительных как части речи в немецком языке, а именно: их разряды, категории, семантику;
- 2) определить, какие числительные являются наиболее частотными в языке рекламы и чем мотивирован их выбор;
- 3) выявить прагматические функции и семантические особенности числительных в текстах социальной рекламы.

Объект исследования – числительные в немецкоязычных текстах социальной рекламы.

Предмет исследования – особенности семантики и функционирования числительных в немецкоязычных текстах социальной рекламы.

Методы исследования: метод сплошной выборки, статистический, описательный метод, лингвистическая интерпретация полученных данных.

Материал исследования: реклама в виде плакатов, баннеров, находящаяся в свободном доступе в сети Интернет.

Актуальность темы заключается в обращении к такому уникальному и своеобразному языку коммуникации в немецкоязычной среде, как социальная реклама и исследовании взаимосвязи прагматического и семантического компонентов имён числительных, используемых в текстах рекламы с расчетом на получение определенного прагма-коммуникативного эффекта.

РЭФЕРАТ

Дзіль Дар'я Аляксандраўна

ЛІЧЭБНІКІ Ў НЯМЕЦКАМОЎНАЙ САЦЫЯЛЬНАЙ РЭКЛАМЕ (СЕМАНТЫЧНЫЯ І ФУНКЦЫЯНАЛЬНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ)

Структура дыпломнай работы: дыпломная работы складаецца з уводзінаў, трох глаў, заключэння, спіса выкарыстанай літаратуры (ахоплівае 39 пазіцый) і трох дадаткаў. Агульны аб'ём дыпломнай работы – 63 старонкі.

Ключавыя словы: ЛІЧЭБНІКІ, СЕМАНТЫКА ЛІЧЭБНІКАЎ, ФУНКЦЫІ ЛІЧЭБНІКАЎ, САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛАМА.

Мэта дыпломнай работы – выяўленне семантычных і функцыянальных асаблівасцей лічэбнікаў у нямецкамоўнай сацыяльнай рэкламе.

Задачы даследавання:

- 1) вывучыць асноўныя пытанні, якія тычацца лічэбнікаў як часціны мовы ў нямецкай мове, а менавіта: іх разрады, катэгорыі, семантыку;
- 2) вызначыць, якія лічэбнікі з'яўляюцца найбольш частотнымі ў мове рэкламы і чым матываваны іх выбар;
- 3) выявіць прагматычныя функцыі і семантычныя асаблівасці лічэбнікаў у тэкстах сацыяльнай рэкламы.

Аб'ект даследавання – лічэбнікі ў нямецкамоўных тэкстах сацыяльнай рэкламы.

Прадмет даследавання – асаблівасці семантыкі і функцыянавання лічэбнікаў у нямецкамоўных тэкстах сацыяльнай рэкламы.

Метады даследавання: метады суцэльнай выбаркі, статыстычны метады, апісальны метады, лінгвістычная інтэрпрэтацыя дадзеных.

Матэрыял даследавання: рэклама ў выглядзе плакатаў, банэраў, якая знаходзіцца ў вольным доступе ў сетцы Інтэрнэт.

Актуальнасць тэмы заключаецца ў звароце да такой унікальнай і своеасаблівай мовы камунікацыі ў нямецкамоўным асяроддзі, як сацыяльная рэклама і даследаванні ўзаемасувязі прагматычнага і семантычнага кампанентаў лічэбнікаў, якія выкарыстоўваюцца ў тэкстах рэкламы з разлікам на атрыманне пэўнага прагма-камунікатыўнага эфекту.

REFERAT

Dil Daria Aleksandrowna

ZAHLWÖRTER IN DER DEUTSCHSPRACHIGEN SOZIALWERBUNG (SEMANTISCHE UND FUNKTIONALE BESONDERHEITEN)

Struktur der Diplomarbeit: die Diplomarbeit besteht aus der Einleitung, drei Kapiteln, dem Fazit, dem Literaturverzeichnis mit 39 Quellen und drei Anhängen. Der Gesamtumfang der Diplomarbeit beträgt 63 Seiten.

Schlüsselwörter: ZAHLWÖRTER, SEMANTIK DER ZAHLWÖRTER, FUNKTIONEN DER ZAHLWÖRTER, SOZIALWERBUNG.

Ziel der Diplomarbeit ist Aufdeckung der semantischen und funktionalen Besonderheiten der Zahlwörter in den deutschsprachigen Texten der Sozialwerbung.

Aufgaben der Forschung:

- 1) Forschungsschwerpunkte erlernen, die mit Zahlwörter als Wortart in der deutschen Sprache zu tun haben, nämlich ihre Arten, Kategorien und ihre Semantik;
- 2) feststellen, welche Zahlwörter am häufigsten in der Werbesprache verwendet sind;
- 3) pragmatische Funktionen und semantische Besonderheiten der Zahlwörter in den Texten der Sozialwerbung offenbaren.

Forschungsobjekt sind Zahlwörter in deutschsprachigen Texten der Sozialwerbung.

Forschungsgegenstand sind semantische und funktionale Besonderheiten der Zahlwörter in den deutschsprachigen sozialen Werbetexten.

Forschungsmethoden sind Stichprobenmethode, die statistische Analyse, deskriptive Methode und die linguistische Interpretation von Daten.

Als **Material** für die Forschung wurden die Werbungen in Form von Werbeplakat, Werbebanner verwendet, die frei zugänglich im Internet sind.

Aktualität der Arbeit besteht in der Forschung der so einzigartigen und besonderen Kommunikationssprache im deutschsprachigen Raum wie Sozialwerbung und des Zusammenhangs zwischen der pragmatischen und semantischen Komponenten der Zahlwörter, die für eine bestimmte pragmatisch-kommunikative Wirkung in Werbetexten verwendeten werden.