

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ**

**ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

**Кафедра стылістыкі і літаратурнага рэдагавання**

**САФРОНАВА**  
Вольга Іванаўна

**РЭКЛАМНЫ СЛОГАН: МАРФОЛАГА-СІНТАКСІЧНАЯ БУДОВА**

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік:  
кандыдат філалагічных навук,  
дацэнт Л.Г. Шасцярнёва

Дапушчана да абароны

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 г.

Заг. кафедры стылістыкі і літаратурнага рэдагавання  
доктар філалагічных навук, прафесар В.І. Іўчанкаў

Мінск, 2014

## РЕФЕРАТ

Ключевые слова: реклама, рекламный слоган, лингвистика, синтаксис, морфология, часть речи, потребитель, синтаксическая конструкция.

Цель исследования – выявить морфологические и синтаксические характеристик рекламных слоганов, которые транслируют на белорусском телевидении и печатают в белорусских СМИ.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

- исследовать основные подходы изучения рекламных слоганов в работах по лингвистике;
- выявить истоки развития рекламного слогана и периоды его становления;
- раскрыть сущность понятия «рекламный слоган»;
- изучить основные требования к рекламному слогану;
- рассмотреть основные виды рекламных слоганов;
- проанализировать морфолого-синтаксическое строение рекламных слоганов.

Основными методами, используемыми в дипломной работе, являются описательный, описательно-сопоставительный и статистический.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, рассматривается степень её научной разработанности, определяются объект и предмет исследования, его цели и задачи, характеризуются методологические основы анализа проблемы.

Первая глава является теоретической. Здесь рассматривается понятие «рекламный слоган», история его формирования на различных этапах, функции, виды.

Вторая глава посвящена морфолого-синтаксическому анализу рекламных слоганов.

В заключении обобщаются основные выводы исследования.

Примеры рекламных слоганов – 250.

Объём дипломной работы составляет 50 страниц.

Библиографический список насчитывает 35 наименований.

## РЭФЕРАТ

Ключавыя словы: рэклама, рэкламны слоган, лінгвістыка, сінтаксіс, марфалогія, часціна мовы, спажывец, сінтаксічная канструкцыя.

Мэта даследавання – выявіць марфалагічныя і сінтаксічныя характарыстыкі рэкламных слогаў, якія трансліююць на беларускім тэлебачанні і друкуюць у беларускіх СМІ.

У адпаведнасці з пастаўленай мэтай у дыпломнай працы вырашаюцца наступныя задачы:

- даследаваць асноўныя падыходы да вывучэння рэкламнага слога ў работах па лінгвістыцы;
- выявіць вытокі развіцця рэкламнага слога і перыяды яго станаўлення;
- раскрыць сутнасць паняцця “рэкламны слоган”;
- вывучыць асноўныя патрабаванні да рэкламнага слога;
- зрабіць агляд асноўных відаў рэкламных слогаў;
- прааналізаваць сінтаксічную і марфалагічную будову рэкламных слогаў.

Асноўнымі метадамі, што выкарыстоўваюцца ў дыпломнай працы, з’яўляюцца апісальны, апісальна-супастаўляльны і статыстычны.

Па сваёй структуры праца складаецца з уводзін, 2-юх глаў, заключэння, спісу выкарыстанай літаратуры і дадаткаў.

Ва ўводзінах абгрунтоўваецца актуальнасць абранай тэмы, разглядаецца ступень яе навуковай распрацаванасці, вызначаюцца аб’ект і прадмет даследавання, яго мэты і задачы, характарызуюцца метадалагічныя асновы аналізу праблемы.

Першая частка з’яўляецца тэарэтычнай. Тут разглядаецца паняцце “рэкламны слоган”, гісторыя яго фарміравання на розных этапах, функцыі, віды.

Другая частка прысвечана марфалага-сінтаксічнаму аналізу рэкламных слогаў.

У заключэнні абагульняюцца асноўныя высновы даследавання.

Прыклады рэкламных слогаў – 250.

Аб’ём дыпломнай працы складае 50 старонак.

Бібліяграфічны спіс налічвае 35 найменняў.

## RESUME

Mots-clés: publicité, slogans publicitaires, la linguistique, la syntaxe, la morphologie, parties du discours, syntaxe des consommateurs.

Le but de la recherche – d'identifier les caractéristiques morphologiques et syntaxiques de slogans publicitaires, qui diffusent à la télévision biélorusse et la presse écrite en Biélorussie.

Pour atteindre cet objectif, les tâches suivantes:

- explorer les principales approches de l'étude de slogans publicitaires travaille sur la linguistique;
- d'identifier les origines et le développement des périodes de sa formation d'un slogan publicitaire;
- d'analyser le concept de «slogan publicitaire»;
- trouver et analyser les exigences de base pour slogan publicitaire;
- examiner les types de base de slogan publicitaire;
- analyser la structure morphologique et syntaxiques de slogans publicitaires.

Les principales méthodes utilisées dans le travail de thèse, sont les statistiques descriptives, comparatives et descriptives.

Thèse composée d'une introduction, deux chapitres, conclusion, bibliographie et les annexes.

L'introduction donne la pertinence du thème choisi, considère le degré de préparation scientifique, a défini l'objet et le sujet de la recherche, de ses buts et objectifs sont caractérisés par un cadre méthodologique pour l'analyse du problème.

Le premier chapitre est théorique. Ici, nous considérons la notion de slogan publicitaire, l'histoire de sa formation à différents stades, fonctions, types.

Le deuxième chapitre est consacré à la pratique – l'analyse morpho-syntaxique des slogans publicitaires.

Les annexes contiennent des exemples de slogans publicitaires.

Le volume de la thèse est de 50 pages.

Bibliographie comprend 35 références.