

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра теоретического и славянского языкознания**

ЧЕРНОВ
Роман Дмитриевич

**СТРУКТУРА И СПЕЦИФИКА РЕКЛАМЫ В БОЛГАРСКИХ
СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
кандидат филологических наук
доцент Козловская Людмила Аркадьевна

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

ЧЕРНОВ РОМАН ДМИТРИЕВИЧ

Объем дипломной работы — 48 с.

Количество использованных источников — 32.

Ключевые слова:

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, КОММУНИКАТИВНЫЕ МОДЕЛИ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ЖАНР, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объект исследования: рекламный текст как основная единица рекламной деятельности.

Цель исследования: исследование коммуникативных, структурных и лексико-грамматических особенностей рекламного текста в болгарских СМИ.

Методы исследования:

- 1) Метод выборки рекламных текстов.
- 2) Метод анализа и классификации фактического материала.

Актуальность исследования заключается в возрастающем интересе к рекламной деятельности как особому виду коммуникации, напрямую связанному с эффективностью многих сфер человеческой жизни.

РЭФЕРАТ

ЧАРНОЎ РАМАН

Аб'ём дыпломнай работы — 47 с.

Колькасць выкарыстаных крыніц — 32.

Ключавыя словы:

РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, КАМУНІКАТЫЎНЫЯ МАДЭЛІ, СРОДКІ
МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, ЖАНР, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Аб'ект даследавання: рэкламны тэкст як асноўная адзінка рэкламнай
дзеінасці,

Мэта даследавання: даследаванне камунікатыўных, структурных і
лексіка-граматычных асаблівасцей рэкламнага тэксту ў балгарскіх СМІ.

Метады даследавання:

- 1) Метад выбаркі рэкламных тэкстаў.
- 2) Метад аналізу і класіфікацыі фактычнага матэрыялу.

Актуальнасць даследавання заключаецца ў павялічанай цікавасці да
рэкламнай дзейнасці як асабліваму віду камунікацыі, які напрамую звязаны з
эфектыўнасцю многіх сфер чалавечага жыцця.

SUMMARY

ROMAN CHERNOV

Thesis: 48 pages, 32 sources.

Keywords: ADVERTISEMENT, ADVERTISING TEXT, COMMUNICATIVE MODELS, MASS MEDIA, GENRE, EFFECTIVENESS.

The object of the research: advertising text as the main unit of advertising activity.

The purpose of the research: the research of communicative, structural and lexical-grammatical peculiarities in Bulgarian mass media.

The methods of analysis, classification, as well as a continuous sampling method are used.

The relevance of the research is in growing interest in advertising activity as a specific kind of communication, which is directly related to different spheres of human life.