

Белорусский государственный университет
Филологический факультет
Кафедра теоретического и славянского языкознания

Аннотация к дипломной работе

**"ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО
ОБЪЯВЛЕНИЯ В ЖЕНСКОМ ЖУРНАЛЕ НАЧАЛА XX В. (НА
ПРИМЕРЕ РУССКОГО И ПОЛЬСКОГО ЯЗЫКОВ)"**

Кохно Мария Сергеевна

Научный руководитель:
кандидат филологических наук
доцент Ивашина Наталья Васильевна

Минск

2017

РЕФЕРАТ

Работа содержит: 47 с., 32 источника, 6 приложений.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ЯЗЫК РЕЛАМЫ, ЖЕНСКИЙ ЖУРНАЛ, XX ВЕК, РЕКЛАМА В ПРЕССЕ, РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ

Цель данной работы –проанализировать языковые особенности рекламных объявлений в женских журналах начала XX века на примере польского и русского языков.

Объектом исследования являются рекламные объявления в русских женских журналах начала XX века «Столица и усадьба», «Женщина», «Дамский мир», «Журнал для хозяек» и польском журнале для женщин «Bluszcz» («Плющ»).

В качестве методов научного исследования в дипломной работе использовались: исторический метод, метод сплошной выборки, метод компонентного анализа.

В процессе работы были получены следующие результаты: сделан анализ структуры рекламных объявлений начала XX века, выделены их языковые особенности, определены грамматические и лексические средства воздействия на адресата рекламного сообщения.

Новизна полученных результатов заключается в том, что в работе выявляются факторы, влияющие на специфику языка рекламы для женщин, его сущность; выделяются признаки рекламных текстов начала XX века.

Рекомендации по использованию полученных результатов: результаты исследования языка рекламы могут быть использованы в изучении рекламной коммуникации, а также в лекционных и практических курсах по истории рекламы, стилистике и лексикологии русского и польского языков.

Автор работы подтверждает, что работа выполнена самостоятельно и приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Работа змяшчае: 47 с., 32крыніцы, 6 дадаткаў.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, МОВА РЭКЛАМЫ, ЖАНОЧЫ ЧАСОПІС, XX СТАГОДДЗЕ, РЭКЛАМА Ё ПРЭСЕ, РЭКЛАМНАЯ АБ'ЯВА

Мэта дадзенай работы – прааналізаваць моўныя асаблівасці рэкламных аб'яў у жаночых часопісах пачатку XX стагоддзя на прыкладзе польскай і рускай моў.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца рэкламныя аб'явы ў рускіх жаночых часопісах пачатку XX стагоддзя «Сталіца і сядзіба», «Жанчына», «Жаночы свет», «Часопіс для гаспадынь» і польскім часопісе для жанчын «Bluszcz» («Плюшч»).

У якасці метадаў навуковага даследавання ў дыпломнай рабоце выкарыстоўваліся: гістарычны метада, метада суцэльнай выбаркі, метада кампанентнага аналізу.

У працэсе работы былі атрыманы наступныя вынікі: зроблен аналіз структуры рэкламных аб'яў пачатку XX стагоддзя, вылучаныя іх моўныя асаблівасці, вызначаны граматычныя і лексічныя сродкі ўздзеяння на адрасата рэкламнага паведамлення.

Навізна атрыманых вынікаў заключаецца ў тым, што ў рабоце выяўляюцца фактары, якія ўплываюць на спецыфіку мовы рэкламы для жанчын, яе сутнасць; вылучаюцца прыкметы рэкламных тэкстаў пачатку XX стагоддзя.

Рэкамендацыі па выкарыстанні атрыманых вынікаў: вынікі даследавання мовы рэкламы могуць быць выкарыстаны ў вывучэнні рэкламнай камунікацыі, а таксама ў лекцыйных і практычных курсах па гісторыі рэкламы, стылістыцы і лексікалогіі рускай і польскай моў.

Аўтар работы пацвярджае, што праца выканана самастойна і прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследавання працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

The thesis contains 47 pages, 32 sources, 6 appendices.

Keywords: ADVERTISING, LANGUAGE OF ADVERTISING, WOMEN'S MAGAZINE, XX CENTURY, PRESS ADVERTISING, ADVERTISEMENT.

The aim of this paper is to analyze the linguistic characteristics of the advertisements in the women's magazines of the early XX century through the examples in the Polish and Russian languages.

The object of the research is the advertisements in the Russian women's magazines of the beginning of the 20th century «Capital and farmstead» («Столицаиусадьба»), «Woman» («Женщина»), «Lady's world» («Женскиймир»), «Magazine for housewives» («Журналдляхозяек») and the Polish women's magazine «Ivy» («Bluszcz»).

The following research methods were used: historical, continuous sampling method, component analysis method.

The obtained results: an analysis of the structure of the advertisements of the early XX century was performed, their linguistic characteristics were distinguished, grammatical and lexical means of influence on the addressee of the advertisements were identified.

The novelty of the study involves identifying the factors that influence the specificity of advertising language for women, its essence; distinguishing characteristics of the advertising texts of the beginning of the XX century.

Recommendations for usage of the obtained results: the results of the study of the language of advertising can be used in the study of advertising communication and in lectures and practical courses on the history of advertising, stylistics and lexicology of the Russian and Polish languages.

The author of the paper confirms that the work was done independently and the system analysis presented in this paper correctly and objectively reflects the process status of the under investigation, and all the theoretical, methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

