

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ
Факультэт журналістыкі
Кафедра стылістыкі і літаратурнага рэдагавання

ДРАБЯНОК

Яна Віктараўна

РЭКЛАМНЫ СЛОГАН: МАРФАЛАГІЧНАЯ СТРУКТУРА І
КАМПАЗІЦЫЙНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ

Дыпломная праца

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філалагічных навук,
дацэнт Горбач Вольга
Аляксандраўна

Допущана да абароны

“ ____ ” _____ 2018 г.

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

Мінск, 2018

РЭФЕРАТ

Актуальнасць працы. У сучасным свеце праблема рэкламы усё больш прыцягвае ўвагу спецыялістаў розных абласцей: псіхалогіі, культуралогіі, журналістыкі, паліталогіі, эканомікі, лінгвістыкі і іншых навук. Рэклама пранікла ва ўсе сферы чалавечай дзейнасці.

Мэта дыпломнай працы складаецца ў вывучэнні сінтаксічнай і марфалагічнай арганізацыі рэкламнага слога.

Дасягненне мэты прадугледжвае рашэнне шэрагу **задач**:

1. Прывесці азначэнне паняцця рэкламы, рэкламнага тэксту.
2. Ахарактарызаваць слоган як кампанент рэкламнага тэксту.
3. Разгледзець марфалагічныя асаблівасці рэкламнага слога.
4. Пазнаёміцца з сінтаксічнай арганізацыяй рэкламнага слога.
5. Выявіць і прааналізаваць памылкі, якія узнікаюць падчас пабудовы рэкламнага слога.

Аб'ектам даследавання нашай працы з'яўляецца мова сучаснага рэкламнага слога.

Прадметам пры гэтым выступае сінтаксічная спецыфіка рэкламнага слога і марфалагічная арганізацыя.

Асноўнымі **метадамі** нашай працы сталі агульнанавуковыя метады: аналіз, сінтэз.

Ступень распрацаванасці праблемы. Рэкламны слоган даволі часта становіўся аб'ектам аналізу сучасных лінгвістаў. Сярод вялікай колькасці даследаванняў, прысвечаных рэкламным слогам, вядучае месца займаюць працы, прысвечаныя даследаванню структурна-кампазіцыйных асаблівасцяў. Стылістыку рэкламных тэкстаў даследуюць М. Я. Цікоцкі, Н. Г. Іншакова, М. В. Ягадкіна.

Сінтаксічная структура слога разглядаецца ў працах Н. Г. Іншаковай, В. А. Горбач, С. С. Марачкінай, Ю. С. Бярнадскай, В. І. Іўчанкава.

Практычная значэнне нашай дыпломнай працы заключаецца ў рэкамендаванні найбольш эфектыўных спосабаў па пазбяжэнні памылак, звязаных са скалданнем слогаў, з улікам іх марфалагічнай структуры і кампазіцыйнай арганізацыі.

Праца выкананая самастойна.

Дыпломная праца 54 с., 3 ч., 38 крыніца.

РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, РЭКЛАМНЫ СЛОГАН, РЭКЛАМНЫ ДЭВІЗ, РЕДАКТАРСКІ АНАЛІЗ РЭКЛАМАНАГА СЛОГАНА, ПАМЫЛКІ ПРЫ КАМПАЗІЦЫЙНАЙ ПАБУДОВЕ СЛОГАНА, МАРФАЛАГІЧНЫ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМАНАГА СЛОГАНА, СІНТАКСІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМАНАГА СЛОГАНА.

РЭФЕРАТ

Актуальность работы. В современном мире проблема рекламы все больше привлекает внимание специалистов различных областей: психологии, культурологии, журналистики, политологии, экономики, лингвистики и других наук. Реклама проникла во все сферы человеческой деятельности.

Цель дипломной работы заключается в изучении синтаксической и морфологической организации рекламного слогана.

Достижение цели предполагает решение ряда **задач**:

1. Привести определение понятия рекламы, рекламного текста.
2. Охарактеризовать слоган как компонент рекламного текста.
3. Рассмотреть морфологические особенности рекламного слогана.
4. Познакомиться с синтаксической организацией рекламного слогана.
5. Выявить и проанализировать ошибки, которые возникают в процессе построения рекламного слогана.

Объектом исследования нашей работы является язык современного рекламного слогана.

Предметом при этом выступает синтаксическая специфика рекламного слогана и морфологическая организация.

Основными **методами** нашей работы стали общенаучные методы: анализ, синтез.

Степень разработанности проблемы. Рекламный слоган довольно часто становился объектом анализа современных лингвистов. Среди большого количества исследований, посвященных рекламным слоганом, ведущее место занимают работы, посвященные исследованию структурно-композиционных особенностей. Стилистику рекламных текстов исследуют М. Я. Тикоцкий, Н. Г. Иншакова, М. В. Ягудкина.

Синтаксическая структура слогана рассматривается в работах Н. Г. Иншаковой, В. А. Горбач, С. С. Марочкин, Ю. С. Бернадский, В. И. Ивченкова. Практическое значение нашей дипломной работы заключается в рекомендации наиболее эффективных способов по предупреждению ошибок, связанных со складыванием слоганов, с учетом их морфологической структуры и композиционной организованности.

Работа выполнена самостоятельно.

Дипломная работа 54 с., 3 ч., 38 источников.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ, РЕКЛАМНЫЕ СЛОГАНЫ, РЕКЛАМНЫЕ ДЕВИЗЫ, РЕДАКТОРСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА, ОШИБКИ ПРИ КОМПОЗИЦИОННОМ ПОСТРОЕНИИ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА, МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА, СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА.

ABSTRACT

Relevance of the work. In today's world the problem of advertising is increasingly attracting the attention of specialists in various fields: psychology, cultural studies, journalism, political science, economics, linguistics and other sciences. Advertising has penetrated into all spheres of human activity.

The purpose of the thesis work is to learn the syntactic and morphological organization of an advertising slogan.

Achieving the goal presupposes a number of **tasks**:

1. Give a definition of advertising, advertising text.
2. Describe the slogan as a component of the advertising text.
3. to consider the morphological features of an advertising slogan.
4. acquainted with syntax organizatsyi advertising slogan.
5. Identify and analyze the errors that occur in the process of building an advertising slogan.

The object of study of our work is the language of modern advertising slogan. The subject in this case acts as a syntactic specifics of an advertising slogan and morphological organization.

The main **methods** of our work are scientific methods of analysis, synthesis.

The degree of a problem. Advertising slogan often becomes the object of analysis of modern linguists. Among the large number of studies devoted to advertising slogans, leading place of work devoted to the study of structural and compositional feature. Stylistics of advertising texts explore MJ Tikotsky, NG Inshakov, MV Yagadkina.

The **syntactic structure** of a slogan seen in the works of NG Inshakov, OA Gorbach, S. Marochkin, YS Bernadsky, VI Ivchenkova.

The practical significance of our course work is rekomendavanni the most effective ways of pazbyazhenni errors associated with skaldannem slogans, according to their morphological structure and compositional organization.

Thesis 54 s., 3 hr., 38 sources.

Trade, advertising texts, advertising slogan, advertising slogan editorial analysis, errors in compositional construction advertising slogan, advertising slogan morphological features, syntactic features of an advertising slogan.