

**Белорусский государственный университет
Факультет социокультурных коммуникаций**

Кафедра компьютерной лингвистики и лингводидактики

Реферат дипломной работы

**«ЯЗЫКОВЫЕ И СЕМИОТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ
СТРАНЫ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ
ПРОСПЕКТОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ, СЛОВАКИИ И БЕЛАРУСИ)»**

**Кучменко Ян Владиславович,
Руководитель Копач Олег Игоревич**

2019 год

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 52 стр., 11 таблиц, 51 источник, 3 приложения

Ключевые слова: реклама, брендинг, бренд-идея, вербальные средства, невербальные средства.

Объект исследования: англоязычный рекламный проспект с рассказом о привлекательных аспектах жизни страны (Уэльс, Беларусь, Словакия).

Цель исследования заключается в выявлении семиотических и лингвистических особенностей создания ценности бренда страны в рекламных проспектах.

Методы исследования: анализ научной литературы по теме исследования, описательный, сопоставительный и количественный методы.

Полученные результаты и их новизна. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в белорусском языкознании была предпринята попытка комплексного семиотико-лингвистического анализа англоязычных рекламных проспектов как средства привлечения внимания к стране. Новизна также заключается в контрастивном аспекте исследования собранного материала.

Практическая значимость исследования и область применения. Практическое значение работы заключается в том, что наблюдения и выводы исследования данной работы могут быть использованы при проведении занятий и разработке учебно-методических пособий по обще- и частнолингвистическим дисциплинам, а так же по семиотике.

Результаты работы были апробированы на 75-й и 76-й научных конференциях студентов и аспирантов БГУ (Минск, 17.05.2018г. и 16.05.2019 г.).

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

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 52 стр., 11 табліц, 51 крыніца, 3 дадатку

Ключавыя словы: рэклама, брэндынг, брэнд-ідэя, вербальныя сродкі, невербальныя сродкі.

Аб'ект даследавання: англамоўны рэкламны праспект з распедам пра прывабных аспектах жыцця краіны (Уэльс, Беларусь, Славакія).

Мэта даследавання заключаецца ў выяўленні семіятычнай і лінгвістычных асаблівасцяў стварэння каштоўнасці брэнда краіны ў рэкламных праспектах.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры па тэме даследавання, апісальны, супастаўляльны і колькасны метады.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Навуковая навізна даследавання заключаецца ў тым, што ўпершыню ў беларускім мовазнаўстве была зроблена спроба комплекснага семіётыка-лінгвістычнага аналізу англамоўных рэкламных праспектаў як сродкаў прыцягнення ўвагі да краіны. Навізна таксама заключаецца ў кантрастыўным аспекце даследавання сабранага матэрыялу.

Практычная значнасць даследавання і вобласць прымянення. Практычнае значэнне працы складаецца ў тым, што назіранні і высновы даследавання могуць быць выкарыстаны пры правядзенні заняткаў і распрацоўцы вучэбна-метадычных дапаможнікаў па агульнаадукацыйнай і частнолінгвістычным дысцыплінах, а так жа па семіётыцы

Вынікі працы былі апрабаваны на 75-й і 76-й навуковых канферэнцыях студэнтаў і аспірантаў БДУ (Мінск, 17 мая 2018 г. і 16 мая 2019 г.).

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(подпіс студэнта)

SUMMARY

Diploma project: 52 p., 11 tables, 51 sources, 3 appendices

Keywords: advertising, branding, brand idea, verbal means, non-verbal means.

The object of the study: English advertising brochure with a story about the attractive aspects of the life of the country (Wales, Belarus, Slovakia).

The purpose of the study is to identify the semiotic and linguistic features of creating the country's brand value in advertising brochures.

Methods used in the research: analysis of scientific literature on the research topic, descriptive, contrastive and quantitative methods.

The results and their novelty. The scientific novelty of the research lies in the fact that for the first time in the Belarusian linguistics an attempt was made to conduct a comprehensive semiotic-linguistic-stylistic analysis of English-language advertising brochures as a means of attracting attention to the country. Novelty also lies in the contrastive aspect of the study of the collected material.

The practical significance of the study and scope. The practical significance of the work lies in the fact that the observations and conclusions of the study of this work can be used in the conduct of classes and the development of teaching and methodological aids in general and private linguistic disciplines, as well as in semiotics.

The results of the work were presented at the 75th and 76th scientific conferences of undergraduate and graduate students of the BSU (Minsk, May 17, 2018 and May 16, 2019).

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors.

(student's signature)