

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Кафедра теории и практики перевода

КОРЖ
Алина Витальевна

«ЛИНГВО-СТИМУЛЯТИВНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ
АНГЛОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА»

Дипломная работа

Научный руководитель:
ст. преподаватель
Значёнок Виолетта Сергеевна

Допущена к защите
«__» _____ 2020 г.
Зав. кафедрой теории и практики перевода
кандидат филологических наук, доцент Половцев Д.О.

Минск, 2020

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа «Лингво-стимулятивные средства воздействия англоязычного рекламного слогана» состоит из введения, двух теоретических и одной практической глав, списка использованной литературы, пяти приложений. Объем работы составляет 81 страница. Работа включает в себя 6 таблиц и 6 рисунков. Список использованной литературы содержит 57 позиций.

Ключевые слова: англоязычный слоган, реклама, лингвистика, средства воздействия, рекламный текст.

Объектом исследования данной дипломной работы является язык современной англоязычной рекламы, рекламные тексты на английском языке.

Предметом исследования – средства языкового воздействия рекламных текстов на английском языке, в частности, рекламных слоганов.

Целью данной дипломной работы является выявление и анализ языковых особенностей англоязычных рекламных слоганов.

В данной дипломной работе были использованы такие *методы* исследования, как метод сплошной выборки, описательный анализ, структурный анализ, грамматический анализ, семантический анализ, стилистический анализ, анкетирование, статистический анализ, контент-анализ, моделирование.

По результатам проведенной работы мы можем сделать следующий вывод: рекламные тексты, а особенно слоганы, в которых информация содержится в концентрированном виде, обладают особыми когнитивными и прагматическими свойствами и характеризуются системностью составляющих элементов на всех уровнях: фонологическом, лексическом, стилистическом, графическом, синтаксическом.

Результаты исследования могут быть использованы преподавателями ВУЗов при обучении студентов языковых специальностей стилистике, а также практикующими маркетологами и копирайтерами при составлении рекламных слоганов.

Новизна результатов заключается в экспериментальном подтверждении воздействующего потенциала языковых средств англоязычного рекламного слогана на целевую аудиторию и определении соотношения этих средств.

Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца «Лінгва-стымулятыўныя сродкі ўздзеяння англамоўнага рэкламнага слогана» складаецца з увядзення, двух тэарэтычных і адной практычнай глаў, спісу выкарыстанай літаратуры, пяці прыкладанняў. Аб'ём працы складае 81 старонка. Праца ўключае ў сябе 6 табліц і 6 малюнкаў. Спіс выкарыстанай літаратуры змяшчае 57 пазіцый.

Ключавыя словы: англамоўны слоган, рэклама, лінгвістыка, сродкі ўздзеяння, рэкламны тэкст.

Аб'ектам даследавання дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца мова сучаснай англамоўнай рэкламы, рэкламныя тэксты на англійскай мове.

Прадметам даследавання – сродкі языкавога ўздзеяння рэкламных тэкстаў на англійскай мове, у прыватнасці, рэкламных слоганаў.

Мэтай дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца выяўленне і аналіз моўных асаблівасцяў англамоўных рэкламных слоганаў.

У дадзенай дыпломнай працы былі выкарыстаныя такія *метады* даследавання, як метады суцэльнай выбаркі, апісальны аналіз, структурны аналіз, граматычны аналіз, семантычны аналіз, стылістычны аналіз, анкетаваанне, статыстычны аналіз, кантэнт-аналіз, мадэляванне.

Па выніках праведзенай працы мы можам зрабіць наступную выснову: рэкламныя тэксты, а асабліва слоганы, у якіх інфармацыя змяшчаецца ў канцэнтраваным выглядзе, валодаюць адмысловымі кагнітыўнымі і прагматычнымі ўласцівасцямі і характарызуюцца сістэмнасцю складнікаў элементаў на ўсіх узроўнях: фаналагічным, лексічным, семантычным, графічным, сінтаксічным.

Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны выкладчыкамі ВНУ пры навучанні студэнтаў моўных спецыяльнасцяў стылістыцы, а таксама практыкуючымі маркетологамі і копірайтэрамі пры складанні рэкламных слоганаў.

Навізна вынікаў заключаецца ва ў эксперыментальным пацверджанні, які ўздзейнічае патэнцыялу моўных сродкаў англамоўнага рэкламнага слогана на мэтавую аўдыторыю і вызначэнні суадносін гэтых сродкаў.

Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

ABSTRACT DIPLOMA WORK

Diploma work "Linguistic-stimulating means of influence of an English advertising slogan" consists of an introduction, two theoretical and one practical chapters, a list of references, five applications. The amount of work is 81 pages. The work includes 6 tables and 6 illustrations. The list of references contains 57 items.

Keywords: English-language slogan, advertising, linguistics, means of influence, advertising text.

The object of research of this diploma work is the language of modern English-language advertising, advertising texts in English.

The subject of the research is the language features of advertising texts in English, in particular, advertising slogans of the advertised brand.

The purpose of this work is to identify and analyze the language features of English-language advertising slogans.

In this work, we used such research *methods* as the continuous sampling method, descriptive analysis, structural analysis, grammatical analysis, semantic analysis, stylistic analysis, questionnaires, statistical analysis, content analysis, and modeling.

Based on *the results of this work*, we can draw the following conclusion: advertising texts, and especially slogans that contain information in a concentrated form, have special cognitive and pragmatic properties and are characterized by a system of constituent elements at all levels: phonological, lexical, semantic, graphic, and syntactic.

The results of the research can be used by university lecturers when teaching stylistics to students of language specialties, as well as by practicing marketers and copywriters when drawing up advertising slogans.

The novelty of the results lies in an experimental confirmation of the impact potential of the language means of an English-language advertising slogan on the target audience and determining the ratio of these means.

The materials used and the results of the work are authentic. The work was done independently.