

**Белорусский государственный университет
Филологический факультет
Кафедра английского языкознания**

Аннотация к дипломной работе
«РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ»

МОРОЗОВА СНЕЖАНА АЛЕКСАНДРОВНА,
РУКОВОДИТЕЛЬ НИЖНЕВА НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА

2020 год

РЕФЕРАТ

Тема исследования: «Рекламный слоган как объект лингвистического исследования».

Автор: Морозова С.А.

Объем дипломной работы: 53 страниц, 1 приложение.

Ключевые слова: РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН, ПЕРЕВОД, ТРАНСФОРМАЦИИ, ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА, АДЕКВАТНОСТЬ.

Актуальность данного исследования определяется увеличением значения рекламы в жизни общества целом и межкультурной коммуникации, в частности. Рекламный слоган, являющийся самой ярким ключевым компонентом рекламного сообщения, представляющим всю рекламную компанию, вбирает в себя большое количество как паралингвистических, так и вербальных средств и приемов, оказывающих влияние на человеческое сознание, что является достаточно перспективным объектом для изучения в рамках рекламного дискурса. Основная **цель** дипломной работы состоит в рассмотрении основных лингвостилистических особенностей слогана, а также в исследовании специфики его перевода. **Задачи:** рассмотреть общую структуру рекламного сообщения, а также особенности рекламного текста; обозначить методы манипулирования в рекламном дискурсе; изучить существующие в лингвистике определения рекламного слогана, а также определить место и роль слогана в рекламном тексте; рассмотреть подходы к классификации слоганов; определить экстралингвистические и лингвостилистические особенности рекламного слогана; сделать выборку англоязычных слоганов с их переводом на русский язык с целью анализа и выявления особенностей перевода; рассмотреть понятия адекватности и эквивалентности в сфере рекламы; определить способ перевода отобранных английских рекламных слоганов. **Объектом** исследования является текст рекламного слогана как один из основных элементов рекламного текста. **Предметом** исследования являются лингвистические особенности английского рекламного слогана. **Научная новизна** состоит в изучении перевода ряда английских слоганов и сопоставлении их с русскими эквивалентами. **Материалом** для исследования стали свыше 100 рекламных русских и англоязычных рекламных слоганов, отобранных методом сплошной выборки из базы слоганов textart.ru.ru, сайтов производителей, и других Интернет источников. Основными **методами** исследования являются анализ

теоретической научной литературы по заданной проблеме; сплошная выборка и анализ практического материала; описательный метод; сопоставительный метод; анализ полученных результатов.

РЭФЕРАТ

Тэма даследавання: "Рэкламны слоган як аб'ект лінгвістычнага даследавання".

Аўтар: Марозава С.А.

Аб'ём дыпломнай работы: 53 старонкі, 1 прыкладанне.

Ключавыя словы: РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ, РЭКЛАМНЫ СЛОГАН, ПЕРАКЛАД, ТРАНСФАРМАЦЫЯ, ЛІНГВАСТЫЛІСТЫЧНЫЯ СРОДКІ, АДЭКВАТНАСЦЬ.

Актуальнасць дадзенага даследавання вызначаецца павелічэннем значэння рэкламы ў жыцці грамадства цэлым і міжкультурнай камунікацыі, у прыватнасці. Рэкламны слоган, які з'яўляецца самай яркім ключавым кампанентам рэкламнага паведамлення, што ўяўляюць ўсю рэкламную кампанію, ўбірае ў сябе вялікая колькасць як паралінгвістычных, так і вербальных сродкаў і прыёмаў, якія аказваюць уплыў на чалавечае прытомнасць, што з'яўляецца досыць перспектыўным аб'ектам для вывучэння ў рамках рэкламнага дыскурсу. Асноўная **мэта** дыпломнай работы складаецца ў разглядзе асноўных лінгвастылістычных асаблівасцяў слогана, а таксама ў даследаванні спецыфікі яго перакладу. **Задачы:** разгледзець агульную структуру рэкламнага паведамлення, а таксама асаблівасці рэкламнага тэксту; пазначыць метады маніпулявання ў рэкламным дыскурсе; вывучыць існуючыя ў лінгвістыцы вызначэння рэкламнага слогана, а таксама вызначыць месца і ролю слогана ў рэкламным тэксце; разгледзець падыходы да класіфікацыі слоганаў; вызначыць экстралінгвістычныя і лінгвастылістычныя асаблівасці рэкламнага слогана; зрабіць выбарку англамоўных слоганаў з іх перакладам на рускую мову з мэтай аналізу і выяўлення асаблівасцей перакладу; разгледзець паняцці адэкватнасці і эквівалентнасці ў сферы рэкламы; вызначыць спосаб перакладу адабраных ангельскіх рэкламных слоганаў. **Аб'ектам** даследавання з'яўляецца тэкст рэкламнага слогана як адзін з асноўных элементаў рэкламнага тэксту. **Прадметам** даследавання з'яўляюцца

лінгвістичныя асаблівасці англійскай рэкламнага слогана. **Навуковая навізна** складаецца ў вывучэнні перакладу шэрагу ангельскіх слоганаў і супастаўленні іх з рускімі эквівалентамі. **Матэрыялам** для даследавання сталі больш за 100 рэкламных рускіх і англамоўных рэкламных слоганаў, адабраных метадаў суцэльны выбаркі з базы слоганаў textart.ru, сайтаў вытворцаў, і іншых Інтэрнэт крыніц. Асноўнымі **метадамі** даследавання з'яўляюцца аналіз тэарэтычнай навуковай літаратуры па зададзенай праблеме; суцэльная выбарка і аналіз практычнага матэрыялу; апісальны метада; супастаўляльны метада; аналіз атрыманых вынікаў.

ABSTRACT

The topic of the research: "Advertising slogan as an object of linguistic research."

Author: Morozova S.A.

The volume of the thesis: 53 pages, 1 appendix.

Keywords: ADVERTISING TEXT, ADVERTISING SLOGAN, TRANSLATION, TRANSFORMATIONS, LINGUISTILISTIC MEANS, ADEQUACY.

The topicality of this research is determined by the increasing importance of advertising in the life of society as a whole and intercultural communication, in particular. The advertising slogan, which is the brightest key component of the advertising message representing the entire advertising company, contains a large number of both paralinguistic and verbal means and techniques that affect the human mind, which is a fairly promising object for study in the framework of advertising discourse. **The main purpose** of the thesis is to consider the main linguistic-stylistic features of the slogan, as well as to study the specifics of its translation. **The tasks:** to consider the general structure of the advertising message, as well as the features of the advertising text; identify methods of manipulation in advertising discourse; examine the definitions of advertising slogan existing in linguistics, as well as determine the place and role of the slogan in the advertising text; consider approaches to the classification of slogans; determine the extralinguistic and

linguistic-stylistic features of the advertising slogan; to make a selection of English-language slogans with their translation into Russian for the purpose of analysis and identification of features of the translation; consider the concepts of adequacy and equivalence in the field of advertising; determine how to translate selected English advertising slogans. **The object** of research is the text of the advertising slogan as one of the main elements of the advertising text. **The subject** of the research is the linguistic features of the English advertising slogan. **The scientific novelty** lies in the studying the translation of a number of English slogans and comparing them with Russian equivalents. The research **material** was over 100 advertising Russian and English advertising slogans, selected methods of continuous sampling from the base of slogans textart.ru.ru, manufacturers' websites, and other Internet sources. The main **methods of research** are the analysis of theoretical scientific literature on a given problem; continuous sampling and analysis of practical material; descriptive method; comparative method; analysis of the results.