

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

Аннотация к дипломной работе
«РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН КАК ОСОБЫЙ ЖАНР АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ
ТЕКСТОВ
(СЛОГАНЫ КОМПАНИИ APPLE)»

КАЗЛОВ ВЛАДИСЛАВ СЕРГЕЕВИЧ,
РУКОВОДИТЕЛЬ НИЖНЕВА НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА

2022 год

РЕФЕРАТ

РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН КАК ОСОБЫЙ ЖАНР АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ (НА ОСНОВЕ СЛОГАНОВ КОМПАНИИ APPLE)

Структура дипломной работы: введение, основная часть (4 главы), заключение, список использованных источников, 2 приложения.

Объем дипломной работы: 81 страницы. Основной текст работы – 60 страниц; список использованных источников – 5 страниц (62 позиции); приложения – 11 страниц.

Ключевые слова: СЛОГАН; РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ; ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ; ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ; ЭФФЕКТИВНОСТЬ; ЗАПОМИНАЕМОСТЬ; КЛИШЕ.

Объект исследования: рекламный текст.

Предмет исследования: рекламный слоган, история его появления, особенности как особого жанра английских рекламных текстов.

Цель дипломной работы: выявление экстралингвистических и интралингвистических особенностей рекламного слогана как жанрообразующих факторов.

Методы исследования: лингвостилистический анализ, метод сплошной выборки, описательно-аналитический метод, сравнительно-сопоставительный анализ.

Полученные результаты работы: проанализированы определения, особенности и функции рекламного текста; после анализа определений слогана стало возможным выведение своей дефиниции данному термину; выявлены роль слогана в рекламе, его функции и параметры эффективности, произведена их классификация по различным критериям; выявлены наиболее популярные средства выразительности, используемые в слоганах; проанализировано большое количество слоганов компании Apple.

Научная новизна исследования: впервые проведен анализ слоганов компании Apple за период с 2000 до 2022 года.

Практическая значимость: положения данного исследования можно использовать в курсах лекций по рекламоведению и жанроведению.

Апробация результатов исследования: Результаты исследования были апробированы на 78-й научной конференции студентов и аспирантов БГУ (22 апреля 2021 года, г. Минск), на 79-й научной конференции студентов и аспирантов

БГУ (11 мая 2022 года, г. Минск), на XV Международной научно-практической конференции «Идеи. Поиски. Решения» (23 ноября 2021 года, г. Минск).

РЭФЕРАТ

РЭКЛАМНЫ СЛОГАН ЯК АСОБЫ ЖАНР АНГЛІЙСКІХ РЭКЛАМНЫХ ТЭКСТАЎ (НА АСНОВЕ СЛОГАНАЎ КАМПАНІІ APPLE)

Структура дыпломнай работы: уводзіны, асноўная частка (4 главы), заключэнне, спіс выкарыстаных крыніц, 2 дадаткі.

Аб'ём дыпломнай работы: 81 старонкі. Асноўны тэкст работы – 60 старонак; спіс выкарыстаных крыніц – 5 старонак (77 пазіцый); дадатак – 11 старонак.

Ключавыя словы: СЛОГАН; РЭКЛАМНЫ ТЭКСТ; КАРЫСТАЛЬНІК; ПАТЭНЦЫЙНЫ ПАКУПНІК; ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ; ЗАПАМІНАЛЬНАСЦЬ; КЛІШЭ.

Аб'ект даследавання: рэкламны тэкст.

Прадмет даследавання: рэкламны слоган, гісторыя яго з'яўлення, асаблівасці як асаблівага жанру англійскіх рэкламных тэкстаў.

Мэта дыпломнай працы: выяўленне экстралінгвістычных і інтралінгвістычных асаблівасцей рэкламнага слога я як жанраўтваральных фактараў.

Метады даследавання: лінгвастылістычны аналіз, метады суцэльнай выбаркі, апісальна-аналітычны метады, параўнальна-супастаўляльны аналіз.

Атрыманыя вынікі працы: прааналізаваны вызначэнні, асаблівасці і функцыі рэкламнага тэксту; пасля аналізу азначэнняў слога стала магчымым выяўленне сваёй дэфініцыі дадзенаму тэрміну; выяўлены роля слога ў рэкламе, яго функцыі і параметры эфектыўнасці, праведзена іх класіфікацыя па розных крытэрыях; выяўлены найболей папулярныя сродкі выразнасці, выкарыстоўваныя ў слогах; прааналізавана вялікая колькасць слогаў кампаніі Apple.

Навуковая навізна даследавання: упершыню праведзены аналіз слогаў кампаніі Apple за перыяд з 2000 да 2022 гады.

Практычнае значэнне: палажэнні дадзенага даследавання можна выкарыстоўваць у курсах лекцый па рэкламазнаўстве і жанразнаўству.

Апрабацыя вынікаў даследавання: Вынікі даследавання былі апрабаваны на 78-й навуковай канферэнцыі студэнтаў і аспірантаў БДУ (22 красавіка 2021 года, г. Мінск), на 79-й навуковай канферэнцыі студэнтаў і аспірантаў БДУ (11 мая 2022 года, г. Мінск), на XV Міжнароднай навукова -практычнай канферэнцыі «Ідэі. Пошукі. Рашэнні» (23 лістапада 2021 года, г. Мінск).

ABSTRACT

ADVERTISING SLOGAN AS A SPECIAL GENRE OF ENGLISH ADVERTISING TEXTS (BASED ON APPLE SLOGANS)

Thesis structure: introduction, the main part (4 chapters), conclusion, list of references, 2 appendices.

Thesis size: 81 pages. The main text of the work – 60 pages; list of references - 5 pages (62 positions); appendixes – 11 pages.

Key words: SLOGAN; ADVERTISING TEXT; USER; POTENTIAL BUYER; EFFECTIVENESS; MEMORABILITY; CLICHÉ.

Research object: advertising text.

Research subject: advertising slogan, the history of its emergence, features as a special genre of English advertising texts.

The aim of the thesis: to identify extralinguistic and interlinguistic features of an advertising slogan as genre-forming factors.

Research methods: linguistic-stylistic analysis, continuous sampling method, descriptive-analytical method, comparative analysis.

Research findings: the definitions, features and functions of the advertising text were analysed; after analysing the definitions of the slogan it became possible to derive its own definition of this term; the role of the slogan in advertising, its functions and effectiveness parameters were revealed, their classification according to various criteria was made; the most popular means of expression used in slogans were revealed; a large number of Apple company slogans was analysed.

Scientific novelty: for the first time an analysis of Apple's slogans for the period from 2000 to 2022 was conducted.

Practical significance: the provisions of this study can be used in the courses of lectures on advertising and genre studies.

Approbation of research results: The results of the study were tested at the 78th Scientific Conference of Students and Postgraduates of BSU (April 22, 2021, Minsk), at the 79th Scientific Conference of Students and Postgraduates of BSU (May 11, 2022, Minsk), at the XV International Scientific-practical conference “Ideas. Search. Solutions” (November 23, 2021, Minsk).