

**Белорусский государственный университет**

**Филологический факультет**

**Кафедра китайской филологии**

**Аннотация к дипломной работе**

«Манипулятивность в рекламе на материале русского и китайского языков»

Дубодел Данила Сергеевич

Руководитель: Кевлюк Татьяна Ивановна

2022

# РЕФЕРАТ

Дубодел Данила Сергеевич

## Манипулятивность в рекламе на материале русского и китайского языков

**Структура и объем работы:** работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложения.

**Объем:** 58 страниц, список использованных источников – 32 позиции.

**Ключевые слова:** МАНИПУЛЯТИВНОСТЬ В РЕКЛАМЕ, МАНИПУЛИРОВАНИЕ, РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС, РЕЧЕВЫЕ АКТЫ, КУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СРЕДСТВА МАНИПУЛЯЦИИ, КУЛЬТУРА, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ.

**Цель дипломной работы:** исследовать способы манипулятивного воздействия в рекламе на материале русского и китайского языков.

**Объект исследования:** способы манипулятивного воздействия в рекламном дискурсе.

**Предмет исследования:** особенности манипулятивного воздействия в русских и китайских рекламных текстах.

**Методы исследования:** лингвокультурологический анализ, прагматический анализ, компонентный анализ.

**Полученные результаты и их новизна:** изучены способы манипулятивного воздействия в рекламе на материале русского и китайского языков, культурные черты китайской и русской рекламы. В ходе данного научного исследования были выявлены основные характеристики и приемы речевого воздействия в современном рекламном дискурсе. Выводы и рекомендации, разработанные в данной работе, позволят повысить качество межкультурного взаимодействия в области маркетинга.

**Рекомендации по использованию результатов:** материалы и результаты исследования могут применяться при написании и переводе рекламных текстов, при обучении студентов специальности «Восточная филология» филологического факультета, при составлении методических пособий и учебников по переводу и межкультурной коммуникации в рамках учебной программы для студентов специальности «Восточная филология». Также материалы представляют интерес для специалистов в области маркетинга.

**Область применения:** материалы могут быть использованы при подготовке занятий по межкультурной коммуникации и переводу в рамках учебной программы для студентов специальности «Восточная филология».

# РЭФЕРАТ

Дубадзел Даніла Сяргеевіч

## Маніпулятыўнасць у рэкламе на матэрыяле рускай і кітайскай моў

**Структура і аб'ём працы:** праца складаецца з уводзінаў, трох частак, заключэння, спіса выкарыстаных крыніц, дадатку.

**Аб'ём:** 58 старонак, спіс выкарыстаных крыніц – 32 пазіцыі.

**Ключавыя словы:** МАНІПУЛЯТЫЎНАСЦЬ У РЭКЛАМЕ, МАНІПУЛЯВАННЕ, РЭКЛАМНЫ ДЫСКУРС, МАЎЛЕНЧЫЯ АКТЫ, КУЛЬТУРНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, СРОДКІ МАНІПУЛЯЦЫІ, КУЛЬТУРА, МІЖКУЛЬТУРНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ.

**Мэта дыпломнай працы:** даследаваць спосабы маніпулятыўнага ўздзеяння ў рэкламе на матэрыяле рускай і кітайскай моў.

**Аб'ект даследавання:** спосабы маніпулятыўнага ўздзеяння ў рэкламным дыскурсе.

**Прадмет даследавання:** асаблівасці маніпулятыўнага ўздзеяння ў рускіх і кітайскіх рэкламных тэкстах.

**Метады даследавання:** лінгвакультуралагічны аналіз, прагматычны аналіз, кампанентны аналіз.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** вывучаны спосабы маніпулятыўнага ўздзеяння ў рэкламе на матэрыяле рускай і кітайскай моў, культурныя рысы кітайскай і рускай рэкламы. У ходзе дадзенага навуковага даследавання былі выяўлены асноўныя характарыстыкі і прыёмы маўленчага ўздзеяння ў сучасным рэкламным дыскурсе. Высновы і рэкамендацыі, распрацаваныя ў рабоце, дадуць магчымасць павысіць якасць міжкультурнага ўзаемадзеяння ў галіне маркетынгу.

**Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў:** матэрыялы і вынікі даследавання могуць прымяняцца пры напісанні і перакладзе рэкламных тэкстаў, пры навучанні студэнтаў спецыяльнасці «Усходняя філалогія» філалагічнага факультэта, пры складанні метадычных дапаможнікаў і падручнікаў па перакладзе і міжкультурнай камунікацыі ў рамках вучэбнай праграмы для студэнтаў спецыяльнасці «Усходняя філалогія». Таксама матэрыялы ўяўляюць цікавасць для спецыялістаў у галіне маркетынгу.

**Галіна прымянення:** матэрыялы могуць быць выкарыстаны пры падрыхтоўцы заняткаў па міжкультурнай камунікацыі і перакладзе ў рамках вучэбнай праграмы для студэнтаў спецыяльнасці «Усходняя філалогія»

## ABSTRACT

Dubodel Danila

### **Manipulativeness in advertising on the example of the Russian and Chinese languages**

**Structure and scope of the work:** the work consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references, and an appendix.

**Volume:** 58 pages, list of sources used – 32 items.

**Key words:** MANIPULATION IN ADVERTISING, MANIPULATION, ADVERTISING DISCOURSE, SPEECH ACTS, CULTURAL COMMUNICATION, MEANS OF MANIPULATION, CULTURE, INTERCULTURAL COMMUNICATION.

**The purpose of the research:** to explore the ways of manipulative influence in advertising on the material of Russian and Chinese languages.

**The object of the research:** methods of manipulative influence in advertising discourse.

**The subject of the research:** features of manipulative influence in Russian and Chinese advertising texts.

**The methods of the research:** linguoculturological analysis, pragmatic analysis, component analysis.

**The results and their novelty:** methods of manipulative influence in advertising on the material of Russian and Chinese languages, cultural features of Chinese and Russian advertising are studied. In the course of this scientific study, the main characteristics and methods of speech influence in the modern advertising discourse of China were identified. The conclusions and recommendations developed in the course of this work will improve the quality of intercultural interaction in the field of marketing.

**Recommendations for using the results:** the materials and results of the study can be used in writing and translating advertising texts, in teaching students of the specialty «Oriental Philology» of the Faculty of Philology, in compiling teaching aids and textbooks on translation and intercultural communication as part of the curriculum for students of the specialty «Oriental Philology». Also, the materials are of interest to specialists in the field of marketing.

**Field of application:** materials can be used in the preparation of classes on intercultural communication and translation as part of the curriculum for students of the specialty «Oriental Philology».

