

Белорусский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра китайской филологии

Аннотация к дипломной работе

«Национальные особенности рекламной коммуникации (на материале белорусских, русских, китайских и английских рекламных текстов)»

Терлецкая Яна Викторовна

Руководитель: Букатая Анастасия Михайловна

2022

РЕФЕРАТ

Терлецкая Яна Викторовна

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКИХ, РУССКИХ, КИТАЙСКИХ И АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ)

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

Объем: 48 с., список использованных источников – 41 позиция.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН, РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, КИТАЙСКАЯ, АНГЛОЯЗЫЧНАЯ, РУССКОЯЗЫЧНАЯ, БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМЫ, ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ.

Цель работы: выявить национальные языковые особенности рекламной коммуникации на материале белорусских, русских, китайских и английских рекламных текстов.

Объект исследования: китайские, русские, белорусские и английские рекламные тексты.

Предмет исследования: лингвистические и культурологические особенности китайской, английской, русской и белорусской реклам.

Методы исследования: теоретический анализ научной литературы; отбор и анализ практического материала; методы текстуального и целостного анализа.

Полученные результаты и их новизна: в данной работе систематизированы сведения о рекламном слогане в качестве компонента рекламного текста; исследованы лингвокультурные особенности современных рекламных текстов на китайском, английском, русском и белорусском языках, проведен их сопоставительный анализ.

Актуальность работы подтверждается развитием и углублением социально-экономических отношений между странами-партнерами. Научная новизна работы определяется полученными результатами, то есть выявленными лингвокультурными особенностями рекламных текстов, использование которых может дать положительный эффект при использовании рекламируемого товара на территории той или иной страны.

Рекомендации по использованию результатов: материалы и результаты проведенного в дипломной работе исследования могут применяться при изучении рекламной коммуникации и национальных особенностей культуры четырех стран.

Область применения: материалы исследования могут быть использованы в практике преподавания китайского языка и культуры, а также в сфере маркетинговых дисциплин.

РЭФЕРАТ

Цярлецкая Яна Віктараўна

НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМНАЙ КАМУНІКАЦЫІ (НА МАТЭРЫЯЛЕ БЕЛАРУСКІХ, РУСКІХ, КІТАЙСКІХ І АНГЛІЙСКІХ РЭКЛАМНЫХ ТЭКСТАЎ)

Структура і аб'ём працы: праца складаецца з уводзінаў, 3 раздзелаў, заключэння, спіса выкарыстаных крыніц.

Аб'ём: 48 с., спіс выкарыстаных крыніц – 41 пазіцыя.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, РЭКЛАМНЫ СЛОГАН, РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, КІТАЙСКАЯ, АНГЛАМОЎНАЯ, РУСКАМОЎНАЯ, БЕЛАРУСКАМОЎНАЯ РЭКЛАМЫ, ЛІНГВІСТЫЧНЫЯ І КУЛЬТУРАЛАГІЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ РЭКЛАМНЫХ СЛОГАНАЎ.

Мэта працы: выявіць нацыянальныя моўныя асаблівасці рэкламнай камунікацыі на матэрыяле беларускіх, рускіх, кітайскіх і англійскіх рэкламных тэкстаў.

Аб'ект даследавання: кітайскія, рускія, беларускія і англійскія рэкламныя тэксты.

Прадмет даследавання: лінгвістычныя і культуралагічныя асаблівасці кітайскай, англійскай, рускай і беларускай рэклам.

Метады даследавання: тэарэтычны аналіз навуковай літаратуры; адбор і аналіз практычнага матэрыялу; метады тэкстуальнага і цэласнага аналізу.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у дадзенай працы сістэматызаваны звесткі аб рэкламным слогане ў якасці кампанента рэкламнага тэксту; даследаваны лінгвакультурныя асаблівасці сучасных рэкламных тэкстаў на кітайскай, англійскай, рускай і беларускай мовах, праведзены іх супастаўляльны аналіз.

Аktуальнасць працы пацвярджаецца развіццём і паглыбленнем сацыяльна-эканамічных адносін паміж краінамі-партнёрамі. Навуковая навізна працы вызначаецца атрыманымі вынікамі, гэта значыць выяўленымі лінгвакультурнымі асаблівасцямі рэкламных тэкстаў, выкарыстанне якіх можа даць станоўчы эфект пры рэалізацыі рэкламуемага тавара на тэрыторыі той ці іншай краіны.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў: матэрыялы і вынікі праведзенага ў дыпломнай працы даследавання могуць прымяняцца пры вывучэнні рэкламнай камунікацыі і нацыянальных асаблівасцей культуры чатырох краін.

Галіна прымянення: матэрыялы даследавання могуць быць выкарыстаны ў практыцы выкладання кітайскай мовы і культуры, а таксама ў галіне маркетынговых дысцыплін.

ABSTRACT

Terletsкая Yana Viktorovna

NATIONAL FEATURES OF ADVERTISING COMMUNICATION (BY THE MATERIAL OF BELARUSIAN, RUSSIAN, CHINESE AND ENGLISH ADVERTISING TEXTS)

The diploma project consists of: an introduction, 3 chapters, a conclusion, a bibliography.

The diploma project comprises: 48 p., including the bibliography of 41 sources.

Key words: ADVERTISING, ADVERTISING SLOGAN, ADVERTISING COMMUNICATION, CHINESE, ENGLISH, RUSSIAN, BELARUSIAN ADVERTISING, LINGUISTIC AND CULTUROLOGICAL FEATURES OF ADVERTISING SLOGANS.

The purpose of work: to reveal the national linguistic features of advertising communication on the basis of Belarusian, Russian, Chinese and English advertising texts.

Object of study: Belarusian, Russian, Chinese and English advertising texts.

Subject of research: linguistic and cultural features of Chinese, English, Russian and Belarusian advertisements.

Research methods: theoretical analysis of scientific literature; selection and analysis of practical material; method of textual and holistic analysis.

The results and its novelty: in this diploma information about the advertising slogan as a component of the advertising text was systematized; linguistic and cultural features of modern advertising texts in Chinese, English, Russian and Belarusian were investigated and comparatively analyzed.

The relevance of the work is confirmed by the development and deepening of socio-economic relations between the partner-countries. The scientific novelty of the work is determined by the results obtained, which are the identified linguistic and cultural features of advertising texts, the use of which can have a positive result when selling the advertised product in the territory of a particular country.

Recommendations for the use of results: the materials and results of the research carried out in the diploma project can be applied when studying advertising communication and national cultural characteristics of four countries.

The work application: the research materials can be used in the practical teaching Chinese language and culture, as well as in the field of marketing disciplines.