

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра риторики и методики преподавания языка и литературы

ШИ ЛАНЬКУНЬ

**ФОРМИРОВАНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ-ИНОФОНОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ
ЛЕКСИЧЕСКОГО СВОЕОБРАЗИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА**

Аннотация к магистерской диссертации
специальность 1-08 80 02 «Теория и методика обучения и воспитания»
(по областям и уровням образования)

Научный руководитель:
Шантарович Светлана Анатольевна
кандидат педагогических наук, доцент

Минск, 2023

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Ключевые слова: ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ; ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ; РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ; МЕТАФОРА; СТРУКТУРНАЯ МЕТАФОРА; ГЕНИТИВНАЯ МЕТАФОРА; КОММЕРЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ; СОЦИАЛЬНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ; МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ.

Лингвистическая компетенция — это способность владеть языком, которая проявляется в умении говорить или понимать различные тексты, грамматические высказывания, умение распознавать двусмысленные высказывания и многое другое. Лингвистическая компетенция обеспечивает познавательную культуру личности студента, развитие логического мышления, памяти, воображения, овладение им навыками самоанализа, самооценки, а также формирование лингвистической рефлексии как процесса осознания учащимся своей речевой деятельности, всё вышеперечисленное определяет **актуальность** магистерского исследования.

Объект исследования – изучение языковых особенностей рекламного текста на занятиях по РКИ.

Предмет исследования – формирование лингвистической компетенции иностранных студентов в процессе изучения рекламных текстов (на примере метафоры).

Цель исследования – выявить и проанализировать лексический состав рекламных текстов для дальнейшего их применения на занятиях по РКИ.

Основными методами исследования – аналитический метод анализа научной и научно-методической литературы по теме исследования, сопоставительный метод, описательный метод.

Научная новизна исследования определяется попыткой комплексного анализа особенностей функционирования лексических средств в рекламе.

Практическая значимость настоящей работы определяется возможностью использовать результаты и материалы исследования в вузовской практике в курсах по стилистике, анализу текста.

Структура работы определяется целью и задачами исследования и представлена введением, двумя главами, заключением, списком использованной литературы и приложением.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Key words: LINGUISTIC COMPETENCE; LEXICAL COMPOSITION; ADVERTISING TEXTS; METAPHORA; STRUCTURAL METAPHORA; GENITIVE METAPHORA; COMMERCIAL ADVERTISING TEXTS; SOCIAL ADVERTISING TEXTS; FOREIGN LANGUAGE TEACHING METHODOLOGY.

The object of the study is the formation of linguistic competence of foreign students while studying the lexical structure of advertising texts (on the example of metaphor).

The subject of the study is the process of studying the advertising texts in the classes of RLI.

The purpose of the study is to identify and analyze the lexical composition of advertising texts for their further application in the classes in Russian as a foreign language.

Research objectives:

To describe theoretical and methodological bases of formation of linguistic competence in the process of studying lexical constructions by foreign students;

define linguistic competence as a part of language education; determine the methods and principles of language education as a factor in the formation of language competence of foreign students; describe the content of an advertising text; describe the meaning of metaphors in advertising texts; analyze the structure of metaphors in advertising texts; identify the functions of metaphors in advertisement texts; characterize the features of genitive metaphors in perfume advertising texts; describe the peculiarities of language art in social advertising.

The main methods of research – analytical method of analysis of scientific and scientific-methodological literature on the topic of research, comparative method, descriptive method.

Scientific novelty of the research is determined by the attempt of a comprehensive analysis of the peculiarities of functioning of lexical means in advertising.

The practical significance of this work is determined by the possibility of using the results and materials of the study in university practice in the courses on stylistics and text analysis.

The structure of the work is determined by the goal and objectives of the study and is presented in the introduction, two chapters, the conclusion, the list of references and the appendix.