

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра прикладной лингвистики**

ЯНЬ ЛУЦЗЮНЬ

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ
КОНСТРУКЦИЙ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ)**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
кандидат филологических наук
доцент Л.Ф. Гербик

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Общий объем дипломной работы составляет 73 страницы, из них основной текст – 49 страниц. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы (включает 28 источников) и приложений.

Ключевые слова: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ОПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ КОНСТРУКЦИЯ, ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА, СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, РУССКИЙ ЯЗЫК

Объект исследования – определительная конструкция.

Предмет исследования – структурный и семантический аспект определительной конструкции в текстах туристической рекламы.

Целью исследования: выделение и описание особенностей функционирования определительных конструкций в рекламных текстах (на материале текстов туристических сайтов).

Методы исследования: метод сплошной выборки, метод количественного анализа, сравнительно-сопоставительный метод, метод контекстуального анализа, аналитический метод.

Полученные результаты работы и их новизна: в работе рассмотрено содержание понятия определительной конструкции; охарактеризована туристическая реклама как составляющую туристического дискурса; выделены и описаны структурные модели определительных конструкций в текстах туристической рекламы; определена семантика определительных конструкций в текстах туристической рекламы.

Практическая значимость исследования и область применения.

Результаты исследования могут быть применены в спецкурсах по межкультурной коммуникации, прагмалингвистике, в практической деятельности лиц, связанных с рекламной туристической деятельностью.

Настоящая работа является самостоятельным исследованием, достоверность результатов которого подтверждается научно обоснованной методикой исследования.

ANNOTATION

The total volume of the thesis is 73 pages, of which the main text is 49 pages. The work consists of an introduction, two chapters, a conclusion, a list of references (includes 28 sources) and appendices.

Key words: ATTRIBUTE, ATTRIBUTIVE CONSTRUCTION, TOURISM, TOURIST ADVERTISING, STRUCTURE, SEMANTICS, RUSSIAN LANGUAGE

The object of research is a defining construction.

The subject of the study is the structural and semantic aspect of the defining structure in the texts of tourism advertising.

The purpose of the study: to highlight and describe the features of the functioning of attributive structures in advertising texts (based on the texts of tourist sites).

Research methods: continuous sampling method, quantitative analysis method, comparative method, contextual analysis method, analytical method.

The results of the work and their novelty: the work examines the content of the concept of a defining construction; characterized tourism advertising as a component of tourism discourse; structural models of defining constructs in tourism advertising texts are identified and described; the semantics of attributive constructions in the texts of tourism advertising is determined.

Practical significance of the study and scope of application.

The results of the study can be applied in special courses on intercultural communication, pragmalinguistics, and in the practical activities of persons associated with advertising tourism activities.

This work is an independent study, the reliability of the results of which is confirmed by scientifically based research methodology.