

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЯН
Тин

**НАЦИОНАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ В ПРОДВИЖЕНИИ
ТОВАРОВ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель –
Дуктова Любовь Георгиевна,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2025 г.

Зав. кафедрой _____
кандидат филологических наук, доцент Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2025

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Магистерская диссертация содержит 74 страницы и состоит из общей характеристики, введения, трех глав, включающих шесть разделов, заключения, списка использованных источников (77 наименований) и 4 приложений.

Ключевые слова: БРЕНДА, СЕМИОТИКА, ВИЗУАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ, НАЦИОНАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ, ЦВЕТОВАЯ, ЦЕННОСТЬ БРЕНДА, БЕЛОРУССКАЯ ПРОДУКЦИЯ, КИТАЙСКИЕ ТОВАРЫ

Целью исследования является выявление роли айдентики и вербального компонента с присутствием национальных символов в продвижении товаров Беларуси и Китая.

Объектом исследования: айдентика и вербальные компоненты белорусских и китайских брендов с использованием национальных символов.

Предмет исследования – айдентика и вербальные компоненты белорусских и китайских брендов с использованием национальных символов.

Методология исследования: применяется описательный, сопоставительный методы при выявлении механизмов влияния культурных различий на формирование стилевых особенностей брендов, метод case-study при рассмотрении особенностей фирменного стиля выделенных брендов.

Научная новизна работы заключается в выделении особенностей использования национальных символов белорусских и китайских брендов на примере определенных кейсов.

Апробация магистерской диссертации и информация об использовании ее результатов. Принял участие в Международной научной конференции «Национальные литературы в эпоху глобализации: теория, практика адаптационных процессов, итоги», посвященной 100-летию со дня рождения народного писателя Беларуси И. Я. Наumenко (Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси, г. Минск, 18 февраля 2025 г.).

Область возможного практического применения определяется возможностью использования результатов исследования в вузовской практике, в практической деятельности работы отделов по связям с общественностью.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов магистерской работы, а также самостоятельность ее выполнения.

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

The master's thesis contains 74 pages and consists of a general description, introduction, three chapters, including six sections, conclusion, list of references (77 titles) and 4 appendices.

Keywords: BRAND, SEMIOTICS, VISUAL SYMBOLS, NATIONAL SYMBOLS, COLOR, BRAND VALUE, BELARUSIAN PRODUCTS, CHINESE GOODS

The purpose of the study is to identify the role of identity and verbal component with the presence of national symbols in the promotion of goods of Belarus and China.

Object of the study: identity and verbal components of Belarusian and Chinese brands using national symbols.

Subject of the study - identity and verbal components of Belarusian and Chinese brands using national symbols.

Research methodology: descriptive and comparative methods are used to identify the mechanisms of influence of cultural differences on the formation of stylistic features of brands, the case-study method is used to consider the features of the corporate style of the selected brands.

The scientific novelty of the work lies in highlighting the features of the use of national symbols of Belarusian and Chinese brands using certain cases as an example.

Testing of the master's thesis and information on the use of its results. Took part in the International Scientific Conference "National Literatures in the Era of Globalization: Theory, Practice of Adaptation Processes, Results" dedicated to the 100th anniversary of the birth of the People's Writer of Belarus I. Ya. Naumenko (Center for Research of Belarusian Culture, Language and Literature of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, February 18, 2025).

The area of possible practical application is determined by the possibility of using the research results in university practice, in the practical activities of public relations departments to form a positive image of a researcher, in the further study of this area of development of scientific communications. The author of the work confirms the authenticity of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation. The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation.

硕士论文摘要

本硕士论文共74页，包含概述、引言、三章（共六个部分）、结论、参考文献（共77个标题）和4个附录。

关键词：品牌、符号学、视觉符号、国家象征、色彩、品牌价值、白俄罗斯产品、中国商品

本研究旨在探究在白俄罗斯和中国商品推广中，国家象征的品牌识别和语言成分所起的作用。

研究对象：运用国家象征的白俄罗斯和中国品牌的品牌识别和语言成分。

研究主题：运用国家象征的白俄罗斯和中国品牌的品牌识别和语言成分。

研究方法：采用描述性和比较性方法，探究文化差异对品牌风格特征形成的影响机制，并运用案例研究法，考察所选品牌的企业风格特征。

本研究的科学创新之处在于，通过具体案例，突出了白俄罗斯和中国品牌国家象征的使用特点。

对硕士论文进行了测试，并提供了其成果应用的信息。参加了纪念白俄罗斯人民作家伊·亚·瑙缅科诞辰100周年的国际科学会议“全球化时代的民族文学：理论、实践、适应过程与成果”（白俄罗斯国家科学院白俄罗斯文化、语言和文学研究中心，明斯克，2025年2月18日）。

实际应用领域取决于研究成果在高校实践中的应用可能性，包括将其应用于公共关系部门的实践活动，以树立研究人员的正面形象，以及在科学传播发展领域的进一步研究。

作者保证硕士论文材料和结果的真实性以及论文实施的独立性。