

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра русского языка

**Аннотация к дипломной работе
«Ономастические единицы в современных СМИ»**

Кучко Яна Викторовна

Научный руководитель –
доцент
Чечет Р. Г.

2014

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из 56 страниц, список использованных источников состоит из 55 пунктов.

Ключевые слова дипломного проекта: Ономастика, имя собственное, (онимы, ономастические единицы), культура, массовая коммуникация (МК), средства массовой информации (СМИ), заголовок, нейминг.

Основная цель дипломной работы – выявить ономастические единицы в современных СМИ.

Для достижения данной цели мы стремились решить следующие задачи: изучить научно-теоретическую литературу по проблеме ономастики; описать и дать общую характеристику ономастических единиц, встретившихся в заголовках газет и в наименованиях общественных объектов.

Объектом исследования в дипломной работе были выбраны ономастические единицы, встретившиеся в СМИ. Методом выборки были извлечены ономастические единицы из печатных СМИ (начиная с 2011 года). Эти онимы, на наш взгляд, наиболее показательны для современного этапа развития СМИ, отличаются необычностью, образностью и экспрессивностью. Было проанализировано около 100 заголовков и статей, в них выделено около 200 имен собственных; подвергнуто анализу также более 200 наименований общественных объектов города Минска.

В работе были использованы методы наблюдения, контекстуального анализа, прием построения классификации и метод выборки.

ABSTRACT

The thesis consists of 56 pages; a list of references consists of 55 sources.

Keywords: Onomastics, proper name (Onim, onomastic units), culture, mass communication (MC), Mass media (media), title, naming.

The major purpose of this thesis is to identify onomastic units in modern media.

To achieve this goal, we sought to face the following challenges: (1) to study scientific and theoretical literature on onomastics, (2) describe and give a general description of onomastic units encountered in paper headlines and in the names of public facilities.

The object of this study is onomastic units encountered in mass media. A number of onomastic units were selected from print media (since 2011) by the sampling method. In our opinion these proper names are the most indicative of modern media and are noted for novelty, colour and expressiveness. We analyzed 200 proper names selected from 100 titles and articles and more than 200 names of public facilities in Minsk.

In this thesis we used the methods of observation, contextual analysis, sampling.