

**Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт
Філалагічны факультэт
Кафедра сучаснай беларускай мовы**

**Анатацыя да дыпломнай работы
Лазар Хрысціны Віктараўны**

**“Спосабы маўленчага ўздзеяння на адрасата
ў беларускім рэкламным тэксце”**

Навуковы кіраўнік Чахоўская Таццяна Леанідаўна

2014

РЭФЕРАТ

**Колькасць старонак дыпломнай работы – 76, асноўнага тэксту -
Колькасць выкарыстаных бібліяграфічных крыніц – 50.**

Ключавыя словы: рэклама, функцыі рэкламы, жанры рэкламы, структура рэкламы, загаловак, падзаглавак, асноўны тэкст, слоган, рэха-фраза, моўная маніпуляцыя, імпліцытная інфармацыя, аргументацыя, сродкі ўздзеяння.

Актуальнасць даследавання заключаецца ў тым, што феномен моўнага ўздзеяння на адрасата ў рэкламным тэксце прадстаўлены ў вялікай колькасці работ замежных даследчыкаў, аднак у беларускім мовазнаўстве дадзенае пытанне яшчэ не так добра распрацавана, як і асаблівасці беларускіх рэкламных тэкстаў увагуле.

Аб'ектам даследавання дадзенай работы з'яўляецца беларускі рэкламны тэкст.

Прадмет дадзенага даследавання – спосабы маўленчага ўздзеяння ў беларускіх рэкламных тэкстах, г. зн. тыя спосабы выкладу інфармацыі, якія пэўным чынам уплываюць на выбар адрасата рэкламнага паведамлення.

Мэта даследавання – прааналізаваць сродкі ўздзеяння на адрасата і іх рэалізацыю ў беларускіх рэкламных тэкстах.

Метадалогія і метады даследавання. Побач з агульнанавуковымі метадамі, на розных этапах работы прымяняліся ўласналінгвістычныя метады: непасрэднае лінгвістычнае назіранне, апісальны метады з прымененнем прыёмаў супастаўлення, абагульнення і класіфікацыі, кантэкстуальны, кампанентны, прагматычны аналіз.

Практычная значнасць дадзенай дыпломнай работы заключаецца ў магчымасці выкарыстання асноўных палажэнняў, вынікаў і сістэматызаванага фактычнага матэрыялу 1) пры далейшай распрацоўцы праблем і пытанняў дадзенай галіны, 2) пры стварэнні новых рэкламных тэкстаў, разнастайных па выкарыстанні сродкаў маўленчага ўздзеяння; 3) для складання вучэбных дапаможнікаў для спецкурсаў па рэкламе і спосабам маўленчага ўздзеяння.

ABSTRACT

Number of pages of the thesis - 76,

Amount and use of bibliographic sources - 50.

Keywords : advertising, advertising functions , genres, advertising, advertising structure, title, subtitle, body text, captions, comments, advertising slogan (slogan), echo-phrase, language manipulation, implicit information, argumentation, means of influence.

Object of study in this work are the Belarusian advertising texts.

The subject of this study - methods of speech influence in the Belarusian advertising texts, ie the ways the information is presented, in some way influence the choice of the recipient of the advertising message.

The purpose of the study - to analyze the means of influencing the recipient and their implementation in the Belarusian advertising texts.

Methodology and research methods. Along with the scientific methods at different stages of applied linguistic methods: direct observation of linguistic, descriptive method using methods of comparison, generalization and classification, contextual, component, pragmatic analysis.

The practical significance of this thesis is the ability to use the basic provisions, the outcome of a systematic and factual material 1) the further development of the problems and issues of the industry, 2) the creation of new advertising texts, on the use of a variety of speech influence; 3) to produce educational materials for special courses on advertising and methods of speech influence.