

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт  
Філалагічны факультэт  
Кафедра гісторыі беларускай мовы

Анатацыя да дыпломнай працы

**“Рэклама па-беларуску: лінгвістычны аспект”**

*Пугач Алеся Сяргееўна*

Навуковы кіраўнік – дацэнт Свістунова Марына Іосіфаўна

2014

# РЭФЕРАТ

*Пугач Алеся Сяргееўна*

## “Рэклама па-беларуску: лінгвістычны аспект”

Ключавыя словы: рэклама, беларускамоўная рэклама, рэкламны тэкст, рэкламны стыль, моўныя асаблівасці рэкламных тэкстаў.

Актуальнасць тэмы абумоўлена нераспрацаванасцю навуковага даследавання беларускамоўных рэкламных тэкстаў, адсутнасцю грунтоўных прац па названай тэме.

Мэта працы – лінгвістычны аналіз беларускамоўных рэкламных тэкстаў розных часавых перыядаў.

У адпаведнасці з пастаўленай мэтай вырашаюцца наступныя задачы:

1. Вывучыць навуковую літаратуру па даследаванню моўных асаблівасцей рэкламных тэкстаў; высветліць ступень распрацаванасці азначанай тэмы ў працах айчынных лінгвістаў.

2. Выявіць фактычны матэрыял для правядзення даследавання – беларускамоўныя рэкламныя тэксты розных гадоў.

3. Правесці лінгвістычны аналіз выяўленых беларускамоўных рэкламных тэкстаў розных гадоў: апісаць асаблівасці іх структуры, фанетыкі, лексікі і граматыкі, а таксама ўстанавіць іх стылістычныя адметнасці.

Аб’ектам даследавання выступаюць арыгінальныя тэксты беларускамоўнай камерцыйнай і сацыяльна арыентаванай рэкламы, якія былі размешчаны ў блоках на тэлебачанні, радыё і ў друкаваных СМІ, а таксама тэксты вонкавай рэкламы.

Прадметам даследавання з’яўляюцца фанетычныя, лексічныя, марфалагічныя, сінтаксічныя, а таксама стылістычныя і структурныя асаблівасці беларускамоўных рэкламных тэкстаў.

Метады даследавання. Асноўным метадам даследавання з’яўляецца апісальны метады, які складаецца з такіх кампанентаў, як назіранне, абагульненне, інтэрпрэтацыя, класіфікацыя. Акрамя апісальнага метаду былі выкарыстаны элементы параўнальнага метаду.

Агульны аб’ём дыпломнай работы – 67 с., асноўны тэкст – 42 с., 1 дадатак.

Спіс выкарыстанай літаратуры – 50 крыніц.

# РЕФЕРАТ

*Пугач Алеся Сергеевна*

## **“Реклама по-белорусски: лингвистический аспект”**

Ключевые слова: реклама, белорусскоязычная реклама, рекламный текст, рекламный стиль, языковые особенности рекламных текстов.

Актуальность темы обусловлена неразработанностью научного исследования белорусскоязычных рекламных текстов, отсутствием фундаментальных работ по названной теме.

Цель работы – лингвистический анализ белорусскоязычных рекламных текстов разных временных периодов.

В соответствии с поставленной целью решаются следующие задачи:

1. Изучить научную литературу по исследованию языковых особенностей рекламных текстов; установить степень разработанности этой темы в трудах отечественных лингвистов.

2. Выявить фактический материал для проведения исследования – белорусскоязычные рекламные тексты разных лет.

3. Провести лингвистический анализ выявленных белорусскоязычных текстов разных лет: описать особенности их структуры, фонетики, лексики и грамматики, а также установить их стилистические особенности.

Объектом исследования выступают оригинальные тексты белорусскоязычной коммерческой и социально ориентированной рекламы, которые были размещены в блоках на телевидении, радио и в печатных СМИ, а также тексты наружной рекламы.

Предметом исследования являются фонетические, лексические, морфологические, синтаксические, а также стилистические и структурные особенности белорусскоязычных рекламных текстов.

Методы исследования. Основным методом исследования является описательный метод, который состоит из таких компонентов, как наблюдение, обобщение, интерпретация, классификация. Кроме описательного метода были использованы элементы сравнительного метода.

Общий объем дипломной работы – 67 с., основной текст – 42 с., 1 дополнение.

Список использованной литературы – 50 источников.

## ABSTRACT

*Pugach Alesja S.*

### **“Advertising in Belarusian: the linguistic aspect”**

Keywords: advertising, Belarusian language advertising, advertising text, advertising style, linguistic features of advertising texts.

Actuality of the work is conditioned by lack of readiness of scientific research of advertising texts in the Belarusian language, lack of fundamental works on the subject.

Purpose of the work – linguistic analysis of the Belarusian language of advertising texts of different temporary periods.

In compliance with the aim the following problems have been solved:

1. To study scientific literature on research of language features of advertising texts; to establish the degree of readiness of this subject in works of domestic linguists.

2. To reveal the actual material for carrying out research – Belarusian language advertising texts of different years.

3. To carry out the linguistic analysis of the texts of different years revealed in the Belarusian language: to describe the particularities of their structure, phonetics, vocabulary and grammar, and also to establish their stylistic features.

Object of research is the original texts of Belarusian commercial and socially oriented advertising, which were placed in blocks on television, radio and print media and outdoor advertising texts.

Subject of research is phonetic, lexical, morphological, syntactic and stylistic and structural features of Belarusian advertising texts.

Research methods. The main research method is the descriptive method, which consists of the following components: observation, synthesis, interpretation, classification. Besides the descriptive method the elements of the comparative method have been used.

The total volume of the thesis – 67 p., main text – 42 p., 1 app.

List of References – 50 sources.