

Vinnitsia State M.Kotsyubynskyi Pedagogical University

English Philology Department

Course paper

in English Language Theory

TYPES OF SYNONYMS IN MODERN ENGLISH ADVERTISING TEXT

presented by the student of the 4th Year of studies,

Course: 014.021. Secondary Education (Language and Literature (English))

Olha Andrianova

Academic advisor:

Candidate of Philological Sciences

Associate Professor

Antonina Mosiichuk

Grade _____

Examination board _____

Vinnitsia 2021

CONTENT

INTRODUCTION.....	3
CHAPTER 1 THE CONCEPT OF ADVERTISING TEXT IN THE THEORY OF LINGUISTICS. THE PHENOMENON OF SYNONYMY.	6
1.1.1. Definition of advertising. Advertising text style.....	6
1.1.2. Structural and semantic features of advertising texts.....	11
1.1.3. Means of expression in advertising texts.....	14
1.2.1. The concept of synonyms in speech.....	16
1.2.2. Classification of synonyms and their features.....	29
CONCLUSIONS TO CHAPTER 1.....	21
CHAPTER 2 THE PHENOMENON OF SYNONYMY AND ITS TYPES IN VARIOUS ADVERTISING TEXTS.....	23
2.1. Types of synonyms in entertaining advertisements.....	23
2.2 Types of synonyms in social advertisements.....	26
CONCLUSIONS TO CHAPTER 2.....	28
CONCLUSIONS.....	29
BIBLIOGRAPHY.....	31
REFERENCES.....	33

REFERENCES

1. Абрамова Г. О. Про лінгвістичний аналіз рекламного тексту, Київ, 1981. 183 с.
2. Арешенкова О. Ю. Рекламний текст як функціональний різновид мовлення, Кривий Ріг, 2014, №10. 11с.
3. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів, Харків, 2011. 224 с.
4. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англійській комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 років), Київ, 2006. 19 с.
5. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англійській комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 років), Київ, 2006. 19 с.
6. Коваленко А. М. Комунікативні особливості заголовка журнального мікротексту-повідомлення. Філологічні науки, Суми, 1999. 220с.
7. Козина Т. А. Синтаксис рекламного объявления как средство реализации основных функций рекламы, Саратов, 2008. 25 с.
8. Крутько Т. В. Англійська реклама у віртуальному просторі, Харків, 2006. 22 с.
9. Куделько З. Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та парадигматичні особливості, Львів, 2003. 23 с.
10. Кудиба С. М. Зовнішні образотворчі засоби рекламного тексту (на матеріалі англійської реклами). Ученые записки Таврического национального университета им. В. М. Вернадского, Таврия, 2012. №1. 102 с. С. 97–101.
11. Лапинская И. П. Художественная форма слогана, Питер, 2001. № 1. С. 76-81.
12. Лившиц Т. Н. Реклама в прагматическом аспекте, Таганрог, 1999. 214 с.
13. Литвинова А. В. От заголовка к слогану, Москва, 1996, №3. С. 30– 35.

14. Пономарів О. Д. Стилiстика сучасної української мови. Тернопiль, 2000. 248 с.
15. Фещенко Л. Г. Структура рекламного тексту, Питер, 2004. 176 с.
16. Cook G. The Discourse of Advertising / Guy Cook. London: Routledge and Kegan Paul, 1992. – 314 p. 100.
17. Drab N.L Common English Usage Problems, Vinnytsia, 2012. 256 p.
18. Dyer G. Advertising as Communication, Routledge, 1995, 140 p.
19. Efremova N. Semantic and functional features of synonymous oppositions, Leed, 1999. 152p.
20. Feshchenko L. Struktura reklamnogo teksta: uchebno-prakticheskoe posobie, Kyiv, 2004. 176 p.
21. Fletcher W. Advertising: A very short introduction, Oxford, 2010. 140 p.
22. Gerashchenko L. Manipulation in modern advertising, Leed, 2006. 192 p.
23. Goddard A. The Language of Advertising, London, 1998. – 215 p.
24. Kaftandzhiev H. Texts of printed advertising, Sophia, 2002. 73 p.
25. Kara-Murza E. Say a word about poor advertising, Moskow, 1997. №3. P. 17-31.
26. Kozhina M.N Stylistics in relation to the linguistics of the text, Moscow, 1980. p. 62–68.
27. Kulikova E.V. Language specifics of advertising discourse, Nizhni Novgorod, 2008. № 4. p. 197–205.
28. Leech G. N. English in Advertising, London, 2006. 210 p.
29. Macmillan English Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com> (access date: 22.04.2021)
30. Morozov A. Expressive possibilities of advertising text: on the material American advertising, Moscow, 2001. 181 p.
31. Nikolaenko A.G Lexicology of the English language - theory and practice, Vinnytsia, 2007. - 528 p.
32. Novikov L.A. Antonymy in the Russian language: semantic analysis of opposites in vocabulary. Moscow, 1973. 289 p

- 33.Nozdrenko E.A. Advertising as a factor of cultural and historical process the last third of the XX - beginning of the XXI centuries, Veliky Novgorod, 2006. 26 p.
- 34.Ray R. Reaching New Markets through Transcreation, Massachusetts, 2010. 104p.
- 35.Romat E.V. Advertising textbook, Hampshire, 2000. 480 p.
- 36.Smith K. L. The Translation of Advertising Texts. A study of English Language Printed Advertisements Sheffield, 2002. 376 p.
- 37.Sutherland M. Advertising and the Mind of the Consumer, New South Wales, 2009. 352 p.
- 38.Verba L.G Comparative lexicology of English and Ukrainian languages, Vinnytsia, 2008. 248 p.
- 39.Zirka V.V. Manipulative games in advertising, Kharkiv, 2009. 256 p.

