

ბრენდების სახელწოდებების, სლოგანების და სარეკლამო ტექსტების  
ლინგვისტური ანალიზი

თამარ ტაბიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის გამოყენებითი უცხო ენებისა და საერთაშორისო  
მოლაპარაკებების/ეკონომიკა ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური  
ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

გამოყენებითი უცხო ენებისა და საერთაშორისო  
მოლაპარაკებების/ეკონომიკა ფაკულტეტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თამარ ბესელია, დოქტორანტი

მაგისტრის აკადემიური ხარისხი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი

2015

## სარჩევი

შესავალი .....გვერდი 1

## თავი პირველი

რეკლამის ისტორია .....გვერდი 4

## თავი მეორე

რეკლამა, როგორც დისკურსის განსაკუთრებული სახე ..... გვერდი 12

სარეკლამო დისკურსი და ნეოლოგიზმები ..... გვერდი 14

## თავი მესამე

სარეკლამო ნეოლოგიზმები ..... გვერდი 18

სარეკლამო სლოგანის პარადოქსები ქართულ ენაში ..... გვერდი 27

კვლევა .....გვერდი 35

დასკვნა .....გვერდი 38

გამოყენებული ლიტერატურა.....გვერდი 40