

**Научная школа  
«Югорская научная школа  
региональных лингвистических исследований»**

**Тема научного семинара  
«Бренд как комплексный знак: концептуализация и проблема  
декодирования (на примере ХМАО-Югры)»**

**Докладчики**

Валиева Лиана Фанзиловна, старший преподаватель Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского государственного университета  
Поляруш Дарья Николаевна, старший преподаватель Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского государственного университета

**Дата проведения семинара**

19 октября, 10:15

**Место проведения семинара**

Подключиться к конференции Zoom

<https://zoom.us/j/93039902688?pwd=cytSVElENU0zMU1zQ0UycVVHelpxQT09>

Идентификатор конференции: 930 3990 2688

Код доступа: 298016

**Целевая аудитория**

НПР, студенты, магистранты

**Модератор**

Валиева Лиана Фанзиловна, старший преподаватель

**Эксперт**

Филимонова Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент  
Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского  
государственного университета

**Присутствовали:**

- докладчики старший преподаватель Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Валиева Лиана Фанзиловна, старший преподаватель Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Поляруш Дарья Николаевна;
- доктор филологических наук, профессор УрГПУ Дзюба Елена Вячеславовна,
- студенты направления «Лингвистика», «Филология»;

- кандидат филологических наук, доцент Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского государственного университета Филимонова Наталья Владимировна;
- кандидат филологических наук, доцент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского Васильева Оксана Юрьевна;
- кандидат филологических наук, доцент Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского государственного университета Челак Елена Анатольевна;
- кандидат филологических наук, доцент Высшей школы языкознания и журналистики ГИ Югорского государственного университета Руссу Ксения Ренатовна.

### **1. Выступление докладчиков**

Согласно представленной презентации.

### **2. Дискуссия**

**Вопрос** Филимонова Н.В.: Для кого представляют интерес данные полученные в результате исследования

**Ответ:**

Данные исследования представляют очевидный интерес для семиотики, ведь бренд является продуктом, наполненным символикой, своеобразной знаковой системой, которая не имеет практически ничего общего с потребительскими свойствами продукта, но настолько слилась с маркетинговой и рекламной деятельностью, что, в конце концов, стала неотъемлемой семиотической (и при этом привычной) особенностью продукта. А, как отмечает исследователь эффективного брендинга Я. Эллвуд, «в основе семиотики лежит анализ взаимосвязей между знаками, символами и означаемым, являющийся частью структурной лингвистики, изучающей то, как мы передаем и получаем смысл изображений и текста».

**Модератор**



/Валиева Л.Ф./