

## АННОТАЦИЯ

**Тема выпускной квалификационной работы:** Моделирование интеллектуальной системы поиска речевых клише в информационно-рекламных текстах.

**Автор ВКР:** Постникова Анастасия Александровна

**Научный руководитель ВКР:** Кунижев Михаил Александрович

**Сведения об организации-заказчике:** Общество с ограниченной ответственностью «Рекламное агентство КАКАДУ»

**Актуальность темы исследования:** Глобальное распространение и доступность Интернета неизбежно привели к тому, что люди стали проводить значительную часть времени онлайн. Интернет вытеснил печатные СМИ и телевидение, что снизило спрос на телевизионную и печатную рекламу. Бизнес не мог не отреагировать на происходящие изменения. Постепенно все коммерческие организации в той или иной мере представили свою работу в Интернете. Таким образом, за относительно короткое время, количество коммерческих сайтов возросло. В настоящее время, чтобы получить необходимую информацию о какой-либо коммерческой организации, человек, в первую очередь, обратится в Интернет. Таким образом, сайт стал настоящей визитной карточкой любой коммерческой организации. Рекламные тексты, в частности тексты «о компании», размещенные на бизнес-сайтах призваны привлекать клиентов. Но, к сожалению, качество многих из них оставляет желать лучшего. Такие тексты перегружены лишней информацией не несущей в себе никакой пользы для потенциальных клиентов, что приводит к плохим результатам работы таких сайтов. Удаление из текстов лишней информации, такой как речевые клише, неинформативные слова и конструкции приведет, несомненно, к улучшению работы коммерческой организации, за счет привлечения новых клиентов. Именно поэтому мы пришли к выбору данной темы, чтобы людям, работающим в данной сфере, было проще составлять информационно-рекламные тексты, совершая меньшее количество ошибок.

В данной работе выявлены:

- основные особенности информационно-рекламных текстов;
- общие правила создания текстов «О компании»;
- особенности речевых клише;
- список речевых клише в информационно-рекламных текстах;
- общие правила и принципы создания интеллектуальных систем.

**Цель работы:** использование теоретического материала по моделированию интеллектуальных систем и применению полученных знаний в задачах анализа текстов с выборкой речевых клише в информационно-рекламных текстах (на материалах текстов «О компании» медицинских центров).

**Задачи:** Осуществление работы с теоретической и практической сторонами объекта исследования. Для качественного практического исследования требуется качественная проработанность теоретического материала, на основе которого выбираются область применения, технологии, архитектура интеллектуальной системы, способ анализа результатов, форма эмпирического вывода. Были поставлены и выполнены следующие задачи:

- исследовать принципы создания информационно-рекламных текстов;
- исследовать речевые клише;
- определить критерии для выявления речевых клише в информационно-рекламных текстах;
- выявить речевые клише;
- разработать структуру базы данных;
- разработать алгоритм работы интеллектуальной системы;
- реализовать программный продукт.

**Теоретическая и практическая значимость исследования:** возможность создания интеллектуальной системы в рамках выпускной квалификационной работы, её успешного применения в задачах поиска речевых клише в информационно-рекламных текстах. Результаты работы могут применяться как в теоретическом курсе основ создания интеллектуальных систем, так и в практическом курсе моделирования и применения интеллектуальных систем в трудноформализуемых задачах поиска речевых клише в рекламных текстах.

**Результат исследования:** интеллектуальная система поиска речевых клише в информационно-рекламных текстах (на основе материалах текстов «О компании» медицинских центров).

**Рекомендации:** Необходимо больше внимания уделить интеллектуализации разработанной программы, т.к. это позволит повысить эффективность функционирования системы в целом.