

## ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

### **Тема 1: Вопрос о стилевом статусе рекламных и PR-текстов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* объект и предмет изучения курса; связь курса «Язык рекламных и PR-текстов» с другими учебными дисциплинами специальности «Реклама и связи с общественностью»; процессы, происходящие в русском языке и факторы на них влияющие; стилевой статус рекламного текста; понятие рекламного «текста» и «дискурса», литературная норма; структуру рекламного текста; методы анализа рекламных текстов.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Доклады, сообщения или презентации по следующим темам:
  - Стилевой статус рекламного текста
  - Литературная норма в рекламе и ее нарушения.
  - Особенности рекламного дискурса и текста. Креолизованные и некреолизованные рекламные тексты.

*Литература:* [1 — С. 5-10; 5 — С. 58-56;136-170; 6 — С. 7-17].

### **Тема 2: Фонетико-интонационные ресурсы рекламных текстов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* русский язык как ресурс рекламного текста; фонетико-интонационный ресурс; возможности языка как системно-структурного образования; приемы фонетической выразительности в тексте рекламы; частичная/полная фонетическая схожесть слов.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Подготовить сообщения на тему:
  - Благозучие, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Аллитерация, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Ассонанс, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Консонанс, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Звукоподражание, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Ритм и Рифма, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.
  - Иноязычные слова, как прием фонетической выразительности в тексте рекламы.

*Литература:* [ 1 — С. 9-11, 5 — С. 75-83; 10 — С. 5-170;].

### **Тема 3: Графика и орфография рекламных тестов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* приемы графической выразительности в тексте рекламы.; стиль и типографика; орфография рекламных текстов.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Подготовить сообщения на тему:
  - Шрифтовые средства, как прием графической выразительности рекламного текста.
  - Знаки препинания, подчеркивание, нумерация, цветовыделение как приемы графической выразительности рекламного текста.
  - Верстка текста, как прием графической выразительности рекламного текста
  - Элементы продающей графики.
  - «Внешний тюнинг» бумажных текстов.
  - Орфографические игры в рекламном тексте.

*Литература:* [2 — С. 138-161; 4 — С. 415-475, 554-555; 5 — 59-62; 9 — С.333-372;].

#### **Тема 4: Лексика и словообразование как ресурсы рекламных и PR-текстов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* определение понятия «текст», основные признаки текста, сильные позиции текста, законы построения и восприятия текста, виды текстов, функционально-смысловые типы речи.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Обсуждение темы «Рекламный и PR-текст как объект лингвистического анализа».

*Литература:* [5 — С. 66-116; 6 — С. 7-14].

#### **Тема 5: Лексические образные средства.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* словообразовательные ресурсы русского языка; классификации словообразовательных техник, используемых в рекламе; лексические образные средства; конкретная и абстрактная лексика; развернутые номинации (прилагательное+существительное) как средство создания образности и как прием привлечения внимания.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Подготовить сообщения на темы:
  - Гипербола в рекламе.
  - Прием «вживленная положительная оценка».
  - Многозначные слова, омонимы, паронимы, синонимы, неологизмы, слова-термины в рекламном тексте.
  - Фразеологизмы в рекламном тексте.
3. Тренинг «Составление рекламных текстов с элементами лексических образных средств». Поиск и сбор материала по теме: чтение литературы, просмотр рекламных роликов, прослушивание радиорекламы. Анализ и обобщение собранного материала. Создание собственного текста. Представление и оценка созданных текстов. Результатом является совместная выработка руководства, на основе полученного опыта, по составлению текста печатной, или аудио/видео рекламы.

*Литература:* [5 — С. 66-116, 6 — С.210-226].

### **Тема 6: Языковая игра в рекламных и PR-текстах.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* языковая игра, окказиональные слова в рекламе.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Сообщения по темам:
  - Каламбур и другие приемы языковой игры в РТ.
  - Эффект парадокса в рекламе.

Тренинг «Составление рекламных текстов с элементами языковой игры для печатной, телевизионной и радиорекламы».

Поиск и сбор материала по теме: чтение литературы, просмотр рекламных роликов, прослушивание радиорекламы. Анализ и обобщение собранного материала. Создание собственного текста. Представление и оценка созданных текстов.

Результатом является совместная выработка руководства, на основе полученного опыта, по составлению текста печатной, или аудио/видео рекламы.

*Литература:* [1 — С.74; 6 — С.88-220].

### **Тема 7: Морфологическая стилистика рекламных и PR-текстов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* глагольные, именные и комбинированные рекламные тексты; личные и неопределенные местоимения и прием «обманутое ожидание»; роль числительных в рекламном тексте; сравнительная и превосходная степень прилагательных и наречий в рекламном обращении; эффект исключительности; имена собственные в РТ.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Подготовить сообщение на темы:
  - Обоснование выбора различных типов предложений в рекламном тексте: повествовательных, побудительных, восклицательных и вопросительных.
  - Утвердительные и отрицательные конструкции. Экспрессивные синтаксические конструкции в рекламного текста.

Дискуссия: «Глагольные, именные и комбинированные рекламные тексты эффективнее?»

*Литература:* [8 — С. 39-334; 9 — С. 194-201].

### **Тема 8: Морфолого-синтаксическая характеристика рекламных и PR-текстов.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* синтаксис рекламного текста; синтаксис заголовка, слогана; обоснование выбора различных типов предложений в рекламном тексте: повествовательных, побудительных, восклицательных и вопросительных; утвердительные и отрицательные конструкции; экспрессивные синтаксические конструкции в рекламном тексте.

*Выполнить:*

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Подготовить сообщение на темы:

- Обоснование выбора различных типов предложений в рекламном тексте: повествовательных, побудительных, восклицательных и вопросительных.
- Утвердительные и отрицательные конструкции. Экспрессивные синтаксические конструкции в рекламного текста.

*Литература:* [8 — С. 195-238; 9 — С. 316-318; 10 — С. 5-170].

### **Тема 9: Выразительно-изобразительные средства в рекламных и PR-текстах.**

Опрос по изученному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* функционально-стилистическое разнообразие рекламных обращений; приемы стилистического диссонанса, используемые в РТ.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Разбор и обсуждение примеров рекламных текстов с использованием следующих стилистических приемов: тропы и риторические фигуры; эпитеты, метафоры, метонимия, синекдоха, олицетворение, гипербола.
3. Разбор и обсуждение примеров рекламных текстов с использованием следующих фигур речи в рекламном тексте: анафора, эпифора, сравнение, параллелизм, антитеза, градация, инверсия, эллипсиса в рекламном тексте.

*Литература:* [3 — С. 100-103; 6 — С. 87-88, 217-221].

### **Тема 10: Структура и языковые особенности рекламных текстов, адресованных разным целевым группам.**

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* целевая аудитория рекламы; характеристика целевой группы (возраст, пол, образование, семейный статус, доход) и особенности языка и стиля рекламы.

**Выполнить:**

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Работа в группах по созданию рекламы:
  - Реклама для женщин.
  - Реклама косметики.
  - Реклама для домохозяек.
  - Реклама для мужчин.
  - Реклама для детей и молодежи.
  - Реклама лекарственных средств.
3. Анализ текстов, адресованных разным целевым аудиториям.

*Литература:* [2 — С. 9-11; 7 — С.76-83].

### **Тема 11: Манипулятивные возможности рекламного и PR-текста.**

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* манипулирование в рекламе; общие подходы к пониманию манипулирования; средства и приемы манипулятивной игры в рекламе; понятие эксплицитной и имплицитной информации в рекламе; типы импликатур.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Сообщение по темам:
  - Языковое манипулирование как особая форма речевого воздействия.
  - Средства языкового манипулирования в РТ: аксиологическая и гендерная лексика, иноязычные заимствования, прецедентные феномены, слоганы и д.р.
  - Роль юмора в рекламе.

*Литература:* [1 — С. 70-74; 4 — С. 38-63, 511-533; 10 — С. 5-170].

## **Тема 12: Вербальные и невербальные средства манипулятивной игры.**

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

*Основные понятия:* вербальные и невербальные средства манипулятивной игры

**Выполнить:**

Систематизировать и закрепить знания по теме: «Средства скрытого воздействия на потребителя в РТ».

*Литература:* [1 — С. 70-74; 4 — С. 38-63, 511-533].