

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра риторики и методики преподавания
языка и литературы**

Лю Синь

**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТОВ
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ**

Магистерская диссертация

Специальность 1-21 81 05 «Инновации в обучении
иностранным языкам (русский язык)»

Научный руководитель –
кандидат педагогических наук,
доцент Шантарович
Светлана Анатольевна

Допущена к защите

«__» _____ 2014 г.

Зав. кафедрой риторики и

методики преподавания языка и литературы

_____ Таяновская И.В.

Минск, 2014

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ, СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ, ПРЕПОДАВАНИЕ РКИ.

Целью диссертационного исследования является выявление специфики социальной рекламы как особого вида текстов и учебного средства для преподавания РКИ, а также возможностей ее использования при построении образовательного процесса со студентами-иностранцами.

Актуальность достижения поставленной цели определяется преобразующим, воспитательным воздействием рекламного текста социальной тематики на поведение личности, что позволяет рассматривать подобные высказывания в качестве эффективного дидактического материала.

Объектом диссертационного исследования является текст социальной рекламы и реализация текстов социальной рекламы в учебных целях.

Предметом исследования являются социальные рекламные тексты, рассмотренные как учебное средство при обучении русскому языку как иностранному.

Результаты исследования и их новизна:

1. Систематизированы лингвистические особенности печатных социальных рекламных текстов, актуальные для практики преподавания РКИ в Беларуси.

2. Обоснована лингвокультуроведческая значимость социальных рекламных текстов для обучения РКИ китайских студентов.

3. На материале современных печатных текстов социальной рекламы обобщены закономерности в их функционировании, выполнении ими основных функций (информационной и побудительной).

4. Проанализированы способы обозначения целевой аудитории в тексте социальной рекламы.

5. Разработаны дополнительные методические рекомендации по учебному отбору печатных социальных рекламных текстов, проведению наблюдения, обобщающего анализа, выявлению “текста в тексте”, комментирования, а также приемам работы репродуктивного, продуктивного и реконструктивного характера.

Структура работы. Диссертационная работа включает в себя титульный лист, оглавление, общую характеристику работы, введение, основную часть, состоящую из 3 глав, заключение, список использованной литературы, приложение. Общий объем работы – 77 страниц печатного текста. Список использованной литературы – 51 наименование.

GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK

Key words: ADVERTISING TEXT, SOCIAL ADVERTISING, SOCIAL COMPETENCE, TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE (RFL).

Dissertation **research object** is the text of social advertising, broadcast media channels, as well as the implementation of social advertising texts for training purposes.

Subject of research: social advertising texts considered as an educational tool in teaching Russian as a foreign language.

The aim of the dissertation research is to examine and describe social information in the texts of social advertising when teaching Russian as a foreign language. The topicality of achieving this aim is defined by transformative impact of the advertising text on the subject of social behavior of the individual, that allows to consider such statements as an effective didactic material.

The results of reseach and their novelty:

1. The linguistic characteristics of printed social advertising texts relevant to the practice of teaching Russian as a foreign language in Belarus are systemized.

2. The linguocultural value of social advertising texts for training foreign students in Belarus is determined.

3. The representative base of modern printed texts on social advertising to identify patterns of their operation, the implementation of their main inherent functions (information and incentive) is studied.

4. The ways to refer to the audience target in the text of social advertising are examined.

5. Procedures of methodical interpretation of authentic texts in the classroom are proposed. This procedures include such components as selection, ordering, monitoring, attribution of intertextual components content, commenting, learning tasks reproductive, productive and reconstructive nature.

Work structure. The thesis work includes the title page, table of contents, introduction, main part, consisting of three chapters, conclusion, bibliography, appendix. The total volume is 77 pages of text. List of references – 51 positions.