МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра риторики и методики преподавания языка и литературы

ПАН БО

**ОБУЧАЮЩИЙ И РАЗВИВАЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКЛАМНЫХ
ТЕКСТОВ В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК
ИНОСТРАННОГО КИТАЙСКИМ СТУДЕНТАМ**

Магистерская диссертация

специальность 1-08 80 02 «Теория и методика обучения и воспитания
(русский язык как иностранный)»

Научный руководитель
Санникович Ирина Михайловна
кандидат педагогических наук,
доцент

Допущена к защите

«__» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой риторики и методики
преподавания языка и литературы

_____ И. В. Таяновская
кандидат педагогических наук, доцент

Минск, 2016

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация состоит из общей характеристики работы, введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, в котором 53 позиции. Общий объем работы – 59 страниц.

Ключевые слова: РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ, ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ, МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО, ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЕ И РЕЧЕВЫЕ ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ.

Объектом исследования является процесс обучения русскому языку как иностранному.

Предмет исследования – использование рекламных текстов в процессе обучения русскому языку как иностранному.

Цель исследования – рассмотрение специфики текстов рекламы как учебного дидактического средства в преподавании русского языка как иностранного и обоснование возможностей их использования в образовательном процессе.

Материал исследования: были проанализированы рекламные тексты, публикуемые на страницах газет, журналов, каталогов, представленные на специальных рекламных листовках, размещаемые на улицах города (наружная реклама), в транспорте, в Интернете.

Магистерская диссертация посвящена изучению возможностей использования текстов рекламы в процессе преподавания русского языка как иностранного. Анализ рекламных текстов позволяет обнаружить в них целый ряд лингвометодических достоинств, к которым можно отнести следующие: опора на известные реалии, лаконичность, широкая распространённость и доступность рекламных текстов, демонстрация живого, актуального русского языка, опора на широкий круг национально-культурных языковых единиц, обширная представленность в рекламных текстах всего спектра фактов и единиц русского языка.

Преимущество использования рекламных текстов в процессе обучения заключается в том, что происходит не просто знакомство с языком, а его усвоение и дальнейшее применение как инструмента общения. Использование рекламных текстов предполагает подбор ситуаций, включающих каждого учащегося в процесс коммуникации. Помимо того, на материале рекламных текстов можно подобрать упражнения на отработку лексических и грамматических навыков.

ABSTRACT

The Master's Thesis consists of the introduction, two chapters, the conclusion, the list of references of 53 sources. Total work content is 59 pages.

Keywords: ADVERTISING COPIES, LINGUISTIC PERSONA, METHODOLOGY OF TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE, PREPARATION MATERIALS AND SPEECH TASKS AND EXERCISES.

The object of the research is the process of teaching Russian as a foreign language.

The subject of the research is the usage of advertising copies in the process of teaching Russian as a foreign language.

The aim of the research is the overview of specification of advertising copies as learning didactic tools in teaching Russian as a foreign language and the possibility justification of their application in educational process.

Research material is the analysed advertising copies published in the newspapers, magazines, catalogues, special advertising leaflets placed in the streets of the city (outdoor advertisement), in the transport, on the Internet.

The Master's Thesis is on studying the possibilities of using advertising copies in the process of teaching Russian as a foreign language. The analysis of advertising copies allows to reveal a variety of their linguistic and methodological advantages such as following: the coverage of the known culture-specific concepts, brevity, wide use and accessibility of advertising copies, demonstration of the vivid, modern Russian language, coverage of the wide range of the national and cultural linguistic units, broad representation of all facts and units of the Russian language in advertising copies

The advantage of advertising copy usage in the teaching process is not just getting to know the language but also its acquisition and following use as an instrument of communication. The usage of advertising copies implies the selection of situations which involve every pupil in the communication process. It is also possible to choose exercises on the base of advertising copies for practicing lexical and grammatical skills.