

Белорусский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра риторики и методики преподавания языка и литературы

Аннотация к дипломной работе

**«РЕЧЕВАЯ ПОДГОТОВКА ОБУЧАЮЩИХСЯ НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМНЫХ
ОБРАЩЕНИЙ»**

Каленик Ю.С.,

руководитель Таяновская И. В.

2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 68 страниц, 50 источников.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, СЛОГАН, СРЕДСТВА РЕЧЕВОЙ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ, РЕЧЕВОЙ АКТ, ЯЗЫК РЕКЛАМЫ, КОММУНИКАТИВНЫЕ УМЕНИЯ.

Объектом исследования в дипломной работе является реклама в сфере средств массовой информации и процесс освоения ее речевых особенностей.

Предметом исследования дипломной работы являются языковые приемы, с помощью которых создаются рекламные тексты, и методика их освоения.

Цель исследования: анализ того круга приемов, с помощью которых создаются рекламные тексты и, следовательно, организуется целенаправленное воздействие на потребителя, и проектирование методики их освоения.

В процессе работы получены следующие результаты: проанализированы вопросы, касающиеся речевой ситуации, содержательного и композиционного своеобразия, языковых особенностей и оформления рекламных обращений, а также средств достижения их выразительности, лексико-семантические ресурсы составления рекламных обращений; предложены виды заданий для коммуникативной подготовки обучающихся на материале рекламных обращений. Основные методы исследования – риторический анализ рекламных текстов и обучающий эксперимент.

Областью возможного практического применения является педагогическая деятельность учителей и преподавателей, учебная деятельность школьников и студентов (использование данных сведений в риторике, в том числе в рамках частной риторики, отражающей ее функциональный аспект, – в речах, призывающих к действию, а также при изучении русского языка – для развития орфографической и пунктуационной зоркости, творческих способностей и коммуникативных умений и навыков личности).

ABSTRACT

Thesis: 68 pages, 50 sources.

Theme: «Speech training for learners on the material of advertising appeals»

Keywords: ADVERTISEMENT, SLOGAN, MEANS OF SPEECH EXPRESSIVENESS, SPEECH ACT, LANGUAGE OF THE ADVERTISEMENT, COMMUNICATIVE ABILITIES.

The research object in the graduate work is the advertisement in the field of mass media and the application process of advertising speech particulars.

The research subject of the graduate work is the language methods with help of which advertising texts to be made and the methodology of their application.

The research purpose is the analysis of that space of methods with the help of which advertising texts are made and, consequently, a purposeful influence on the consumer and designing of their application methodology is organized.

The following researches and developments have been carried out during the work: there have been considered the questions, concerning the speech situation, informative and composite peculiarity, language features and the appearance of advertising appeals, and also means to achieve their expressiveness, lexical-semantic resources of advertising appeals composition; the types of tasks for learners` communicative training on the materials of advertising appeals have been offered.

The basic methods of research are the rhetorical analysis of advertising texts and a training experiment.

The area of possible practical application is the teachers` and professors` pedagogical activity, the pupils` and students` educational activity (use data in rhetoric, including within the limits of private rhetoric (reflecting its functional aspect) – in speeches calling for action; and also when pupils study Russian, for the development of spelling and punctuation vigilance, creative abilities and communicative skills).