

ОБРАЗНАЯ И ФИГУРАЛЬНАЯ РЕЧЬ В ПУБЛИЦИСТИКЕ И РЕКЛАМЕ

1. Цель освоения дисциплины

Цель: формирование у студентов знаний о приемах создания образной и фигуральной речи, характерных для современных публицистических и рекламных текстов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Образная и фигуральная речь в публицистике и рекламе» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Образная и фигуральная речь в публицистике и рекламе» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Педагогическая риторика», «Профессиональная этика», «Активные процессы в современном русском синтаксисе», «Актуальные проблемы русской ономастики», «Введение в языкознание», «Выразительные средства современной русской речи», «Инструментальная и экспериментальная фонетика», «Историческая грамматика русского языка», «Исторический комментарий курса современного русского языка», «История русского литературного языка», «Культура речи», «Латинский язык», «Лексика говоров Волгоградской области», «Методика обучения орфографии в школе», «Методика обучения пунктуации в школе», «Методика обучения русскому языку в средних и средних специальных заведениях», «Общее языкознание», «Отражение эмоций в языке и речи», «Практикум по орфографии и пунктуации», «Русская диалектология», «Современный русский язык», «Старославянский язык», «Стилистика», «Трудные вопросы лексикологии», «Трудные вопросы орфографии», «Трудные вопросы пунктуации», «Филологический анализ текста», «Формирование культуроведческой компетенции учащихся школы», «Экспрессивный потенциал народной речи», прохождения практик «Педагогическая практика (воспитательная)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением основами профессиональной этики и речевой культуры (ОПК-5);
- готовностью к самостоятельному комплексному анализу текста с учетом новых подходов и направлений лингвистической науки (СК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия, особенности и закономерности публицистического, в частности рекламного стиля как системы;
- основные типы образности и средства их речевой реализации в газетной публицистике и рекламе;
- принципы классификации выразительных средств в газетной публицистике и рекламе;

уметь

- использовать основные приёмы и номинативно-выразительные средства публицистического стиля и рекламы;
- различать и систематизировать средства указанного типа в газетной и рекламной речи;
- выразительные средства публицистического и рекламного стилей;

владеть

- навыками адекватного лингвистического анализа средств публицистического и рекламного стиля;
- навыками анализа различных типов образности в газетной и рекламной речи;
- приёмами, характерными для указанной сферы.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 1,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 36 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 6 ч., СРС – 26 ч.),
распределение по семестрам – 6 курс, лето,
форма и место отчётности – зачёт (6 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Публицистика и реклама как составляющие массово-коммуникативного пространства. Тексты СМИ и особенности массовых коммуникативных процессов. Функциональная специфика газетных текстов. Проблемы жанровой дифференциации газетных текстов. Коммуникативные стратегии и тактики и их реализация в текстах публицистики и рекламы.

Типологические признаки и виды образной речи в газетной публицистике и рекламе. Природа образности и специфика газетного текстообразования. Аксиологический потенциал образной лексики и фраземики. Метафорические и метонимические наименования. Эпитеты. Образные сравнения. Фразеологические обороты. Образные перифразы.

Типологические признаки и виды фигур речи в газетной публицистике и рекламе. Фигуры интертекста. Фигуры однообразной речи. Фигуры двусмысленной речи. Фигуры повышенной эмоциональности. Фигуры контраста. Фигуры нелогичной речи. Фигуры неясной и неправильной речи.

6. Разработчик

Москвин Василий Павлович, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и методики его преподавания ФГБОУ ВО "ВГСПУ".