

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», «Актуальные проблемы русской ономастики», «Аргументативная риторика», «Введение в языкознание», «Историческая грамматика русского языка», «Культура речи», «Культурные коннотации в семантике языкового знака», «Латинский язык», «Лексика говоров Волгоградской области», «Практикум по орфографии и пунктуации», «Русская диалектология», «Русская разговорная речь», «Современный русский язык», «Старославянский язык», «Трудные вопросы орфографии», «Трудные вопросы пунктуации», «Формирование коммуникативной компетенции учащихся школы», «Формирование культуроведческой компетенции учащихся школы», «Формирование языковой и лингвистической компетенций учащихся школы», «Функционирование фразеологизмов в художественном тексте», «Язык рекламы», прохождения практик «Педагогическая практика (воспитательная)», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (диалектологическая / фольклорная)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Активные процессы в современном русском синтаксисе», «Выразительные средства современной русской речи», «Инновационные технологии преподавания русского языка в средних учебных заведениях», «Инструментальная и экспериментальная фонетика», «Интернационализмы в лексической системе русского языка», «Историческая лексикология русского языка», «Исторический комментарий курса современного русского языка», «Картина мира в языках разных типов», «Методика обучения орфографии и пунктуации в школе», «Методика обучения русскому языку в средних и средних специальных учебных заведениях», «Общее языкознание», «Отражение эмоций в языке и речи», «Проблемы лингвистического анализа», «Проблемы функциональной стилистики», «Проектная деятельность в обучении русскому языку: вопросы теории и практики», «Современный русский язык», «Современный русский язык: проблемы подготовки к ЕГЭ», «Стилистика», «Тенденции развития современного русского языка», «Технологии дистанционного обучения русскому языку в средней школе», «Трудные вопросы лексикологии», «Трудные вопросы преподавания русского языка», «Филологический анализ текста», «Художественный текст в коммуникативно-прагматическом аспекте», «Экспрессивный потенциал народной речи», «Этноязыковая картина мира в славянском сказочном фольклоре», «Языковая игра в аспекте семантического синтаксиса», прохождения практики «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 – 18 ч., СРС – 18 ч.),

распределение по семестрам – 7,

форма и место отчётности – зачёт (7 семестр).

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".