

## РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ В СИСТЕМЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

О.Ю. Лазарева

Белорусский государственный педагогический университет  
им. Максима Танка  
Республика Беларусь

Реклама, являясь активным компонентом речевой среды, фактом навязанной коммуникации, основана на внушении. По мнению психологов, «психологическому программированию» наиболее подвержены дети.

Современные рекламные тексты изобилуют лексико-стилистическими и грамматическими ошибками. Реклама, будучи неотъемлемым компонентом речевой среды обитания языковой личности, во многом представляет собой образец неправильного, агрессивного текста.

Преподавателю русского языка под силу находить способы и внедрять в практику методы, с помощью которых можно минимизировать отрицательное влияние рекламы на речевую культуру ученика. Наряду с языковым материалом из учебника, целесообразно использовать упражнения, насыщенные строчками из популярных молодежных песен, заголовками из газет, журналов, рекламными сообщениями. Перечисленные выше языковые факты известны и интересны ученикам. Они легко узнаваемы и быстро воспроизводимы. Анализ речевых ошибок в современных рекламных высказываниях позволит более адекватно оценить сегодняшнюю ситуацию в сфере речевой культуры, поможет организовать защиту чистоты русского языка. Во время традиционной «Недели русского языка» эффективно провести акцию «Очистим СМИ от жаргона». Во многих школах, лицеях, гимназиях ученики практикуют создание научных работ. В этой связи в качестве объекта лингвистического исследования можно предложить учащимся рекламный текст. По нашему мнению, анализ языкового материала, который постоянно «на слуху», заинтересует учеников, увлечет их своей новизной и актуальностью.

Мы в своей статье хотим предложить план урока русского языка, проведенного в системе профессионально-технического образования. Урок был запланирован и проведен в рамках раздела «Функционально-стилистическая система русского языка».

### Урок русского языка

#### «Языковые особенности русского рекламного текста»

Цель:

125

- рассмотреть закономерности построения русского рекламного текста;
- определить, к какому стилю речи относится рекламный текст;
- научиться создавать рекламные высказывания о нашем лице.

#### Оборудование:

Экран для компьютерных презентаций, словарно-справочный пункт (толковые словари, справочная литература по рекламе), эпитафия на доске: «Слоган – это океан информации, втиснутый в одну каплю ударной строкой».

#### Междисциплинарные связи:

Экономика, ЧОГ, психология.

#### Ход урока

1. Организационный момент, мотивация.
2. Объявление темы урока. Целеполагание.
3. Актуализация знаний учащихся (о стилистике, о стилях речи, о тексте, о средствах художественной выразительности).
4. Наблюдение языкового материала (сравнить два рекламных текста: «Продаются шкафы» и «Поздняя осень. Шкафы улетают. Поторопитесь!», выделить языковые особенности каждого, определить, какой из двух текстов наиболее эффективен).
5. Лингвистический анализ рекламных высказываний.

Определим структурные элементы рекламы: вступление, основная часть, заключение. Проанализируем языковые особенности в построении рекламного текста. Словарики средств художественной изобразительности помогут нам в работе. Особое внимание уделяется формулировке слогана.

Слоган называют *океаном информации, втиснутым в одну каплю ударной строкой*. Поразмыслим, почему это так.

Работа с рекламными текстами:

1. *Вода замерзает при 0°C. Доказано Цельсием. Надежная бытовая техника существует. Доказано Записи.*

Слоган состоит из двух частей, построенных с использованием принципа синтаксического параллелизма. Порядок слов в предложениях, даже намеренный лексический повтор (слово *доказано*), внушает потребителю мысль о существовании только одной фирмы, достойной доверия.

2. Использование приема каламбура становится основой построения рекламы стирального воронка: *Чистота – чисто Tide*.

Прием параллелизма – одинаковое синтаксическое построение отрезков речи – делает слоган кратким и запоминающимся.

3. *Ценопад – реклама обувного магазина.*

Ценопад – словосовообразование, по аналогии с существительными

126

«снегопад», «листопад».

#### 6. Развитие творческого мышления учащихся.

Ну что же, уважаемые копирайтеры, вы отлично справились с анализом текстов реклам. Пусть ваши знания и творческий потенциал помогут вам создать свой слоган рекламы нашего лицея. Только помните, что он должен быть кратким, легко произносимым, вызывающим ассоциации, запоминающимся. Работаем в парах, фиксируя результат маркером на листе.

#### 7. Подведение итогов урока.

Какой текст рекламы о лицее вам понравился больше?

Какие средства художественной изобразительности вы использовали?

К какому стилю речи, по вашему мнению, тяготеет рекламный текст?

#### 8. Домашнее задание.

Проанализируйте 2–3 рекламных текста, обратив внимание на использование средств художественной изобразительности. Подготовьте компьютерную презентацию для своей рекламы лицея.