Урок русского языка в 9 классе

Тема урока: «Язык современной рекламы».

Учитель: Бурова Лариса Вячеславовна

ОУ: МКОУ Нечаевская ООШ Гусь-Хрустального района Владимирской области

Тип урока: интегрированный урок русского языка и экономики (рассчитан на 2 часа)

Место в системе уроков: урок относится к разделу «Культура речи»

УМК С.И.Львовой, В.В.Львова

**Цели урока:**

1. Закрепить и углубить блок экономических терминов, связанных с рекламой, наиболее часто встречающихся в жизни.

2. Расширить границы предмета, интегрировав с экономикой, тем самым воспитывая интерес к предмету и нацеливая на профессиональный выбор учащихся.

3. Развитие умения анализировать языковые особенности текста, выявляя наиболее яркие, характерные.

4. Воспитание филологической культуры.

**Оформление урока:**

1. Виды рекламной продукции: пакет, календарь, упаковочная бумага, майка, кепка, блокнот, брелок, визитка, вымпел, кружка, значок, флажок, сувенир и т.п.

2. Плакаты:

- «Реклама - двигатель торговли». (Советский лозунг)

- «Об идеалах нации можно судить по её рекламе». (Д.Дуглас, предприниматель США)

- «Реклама - не приправа к бизнесу, а жизненно важная составная часть нашей экономики». ( К. Томпсон, Англия)

3. Рисунки ребят «Вывески мастерских».

4. Рекламные плакаты учащихся.

5. Композиция рекламного текста, написанная на доске.

**Ход урока:**

1. Подготовка к восприятию.

Вступительное слово учителя: «Сегодня нет такого человека, который не сталкивался бы с рекламой. Это японское изобретение прочно вошло в нашу жизнь. Вы работали со словарями и учебниками по экономике. Какие определения рекламы вы нашли?»

2. Объяснение новой темы

1) Ответы учащихся:

- Реклама (от лат. Reclamo - «выкрикиваю») - коммерческая, т.е. обслуживающая рынок пропаганда средств, изделий, услуг, полезных и важных для покупателя.

- Реклама - это распространение сведений о ком-либо, о чем -либо с целью создания популяризации.

- Реклама - сплав бизнеса и искусства с целью воздействовать на человека.

- Реклама - это информация, представленная в сжатой художественно выраженной форме, эмоционально окрашенной и доводящей до сознания и внимания потенциальных покупателей, наиболее важные сведения и факты о товарах и услугах.

- Реклама - это обращение к потребителю с целью привлечь его внимание к товарам, услугам фирмы и поднять на них спрос.

2) Объяснение учителя по теме «Виды рекламы»

Виды рекламы по объекту:

* Реклама товара ( внешний вид, свойства, цена)
* Реклама фирмы (деятельность, надежность, масштабность )
* Реклама события (выставка, презентация, распродажа)
* Реклама идеи (страховать имущество, вкладывать деньги в акции и т.п.)

Виды рекламы по адресату:

* Общенациональная реклама ( в Германии и Франции акцент делается на благотворительности, в Канаде - на спорте, в Норвегии - на культе семьи, в Японии подчеркивается традиционная вежливость, в Америке осуждают курильщиков)
* Региональная реклама (местная)
* Торговая реклама ( ориентирована на покупателя)
* Промышленная реклама (ориентирована на производителя)
* Институционная реклама (ориентирована на клиентов банков )

Виды рекламы по размещению:

* В прессе
* Печатная
* Радио и телевизионная
* Выставки- ярмарки
* Сувениры
* Выставки - продажи
* Упаковка товара
* Наружная
* Почтовая
* Компьютеризированная

Виды рекламы по органам воздействия:

* Визуальная (зрительная) - афишы, плакаты, этикетки, листовки и т.п.
* Аудиальная (слуховая) - на радио
* Ауди-визуальная (зрительно-слуховая) - на ТВ

3) Объяснение учителя по теме «Особенности рекламы».

В рекламе выделяют три цели:

- информационная ( о появлении новой фирмы, товаров)

- убеждающая (сделать выбор в пользу...)

- напоминающая ( известные фирмы поддерживают интерес к себе)

По опросам общественного мнения 40-80% людей не довольны рекламой. Что же нужно, чтобы реклама вызывала положительные эмоции и достигала результата? Я думаю, что требования к рекламе должны быть такими:

- Здравый смысл

- Краткость

- Правдивость

- Реальность фактов

- Оригинальность, непохожесть на других

- Характеристика товара

- Повтор

- Обращение к покупателю

- Удержание внимания

- Простое, интересное, утвердительное высказывание.

В рекламе нужно избегать ссылки на конкурентов, употребление непонятных терминов, отрицательных эмоций. Также снижают доверие к рекламодателю и настораживают получателя рекламы недомолвки, недоговоренности.

4) Сообщения учащихся по теме «Из истории рекламы»

Зарубежная реклама:

Первая реклама - египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба.

Каждый негоциант в Месопотамии имел свою эмблему ( торговую марку) - прообраз современного фирменного знака

В Греции рекламные надписи выбивали на камнях, гравировали на металле, костях, дереве. В Древнем Риме объявления помещались на специально выстроенных побеленных стенах «амбумсах», на стенах жилых домов.

Финикийцы разрисовывали скалы по маршрутам людских потоков, всячески превознося в этих росписях свои товары. Одна из настенных росписей в Помпее расхваливала политического деятеля и призывала людей отдать за него голоса.

Другую раннюю разновидность рекламы олицетворял собой городской глашатай. Например, по улицам Афин ходили люди, возглашая о продаже рабов, скота и товаров. Вот пример такой «рекламной песни»: «Чтоб глаза сияли, чтоб алели щёки, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать косметику по разумным ценам у Эксклиптоса».

Первая печатная реклама появилась в Англии в 1473 году. Во второй половине 17 века в Англии стала выпускаться еженедельная коммерческая газета «Меркурий». Во Франции и Америке реклама печатается в ежедневных газетах.

История русской рекламы:

На Руси в 10-11 веках купцы приглашали зазывалу, который за определенную плату расхваливал достоинства товара, его владельца, стоя около торговой лавки. Коробейники, торговавшие лентами, кружевами, гребнями, косынками, пряниками, бубликами, умело рекламировали свой товар. В конце 19 века в Москве устроили дешевую распродажу залежалых товаров, выгодно проведя рекламную кампанию.

Появление ежегодных ярмарок, которые проводились осенью, способствовали развитию рекламы. Нижегородская ярмарка славилась красочной рекламой, фейерверком, выступлениями скоморохов, шутов, цирка, кукольными представлениями.

Чтение учеником стихотворения «Ярмарка»:

Ярмарка, ярмарка,

Огневая, яркая,

Плясовая, жаркая.

Глянешь налево –

Лавки с товаром.

Глянешь направо –

Веселье даром.

На ярмарку, на ярмарку

Спешите все сюда!

Здесь шутки, песни, сладости

Давно вас ждут, друзья!

Эй, не стойте у дверей,

Заходите к нам скорей!

Уж со всех концов земли

Все на ярмарку пришли!

Народ собирается!

Наша ярмарка открывается!

Рекламная продукция в России в 19 веке стала появляться на специальных тумбах, трамваях, конках, в газетах «Нижегородская ярмарка», «Коммерческий листок», в журналах «Торговля», «Деловой бизнесмен». Тогда же открываются рекламные конторы и бюро. После революции 1917 года реклама монополизировалась государством, стала идеологической - «Летайте самолетами Аэрофлота», «Храните сбережения в сберегательной кассе».

5) Объяснение учителя по теме «Телевизионная реклама»

* ТВ -реклама самая дорогая, но и самая эффективная, потому что охватывает огромную аудиторию. Чтобы привлечь зрителя, в рекламе используют образ мужественного мужчины на автомобиле, эффектной женщины, здорового ребенка, симпатичного животного, известного лица ( актера, политика, спортсмена и т.п.). Ролики рекламы бывают игровые, мультипликационные, графические, натурные. Делятся они и по сюжету, бывают описательные (информационные), благополучно сентиментальные, парадоксальные (шоковые).

Выделяется 4 основных типа рекламных текстов:

A) Информативный-дается минимальная информация, основанная на прямых значениях слова. Такая реклама лишена образности и, как следствие, мало эффективна.

Пример: «Мел МТД-2, кормовая известь».

Б) Логический - основан на фактах, логических доводах, убедительной аргументации. Минимум эмоционально-экспрессивной окраски. Пример: «Заменить набойку-дело нескольких минут. Но если вовремя не зайти в мастерскую, починить туфли будет намного сложней. Обращайтесь в бюро бытовых услуг по адресу...»

B) Образный - основан на эмоционально-образных ассоциациях. Пример: «Хочешь пойти учиться? Это так просто! Курсы «ЕШКО» вам помогут!»

Г) Смешанный - все названные выше типы образуют единую стилистическую систему рекламного текста. Это наиболее эффективный тип рекламы.

При составлении рекламы необходимо учитывать особенности человеческой психики. Поэтому для усиления воздействия рекламного текста рекламную мысль целесообразно формулировать каждый раз по - новому. Сначала реклама привлекает читателя своей эмоциональной стороной, а затем должна заинтересовать своим содержанием, вызвать реакцию, стимулировать определенное эмоциональное состояние. Хорошая реклама быстро вызывает в сознании адресата представление о предмете, образ и связанные с ним ассоциации. Рекламный образ, создаваемый при помощи изобразительно- выразительных средств, динамичен, подвижен. На протяжении всего процесса рекламирования он обычно меняется. Особенно это следует учитывать в том случае, если рекламный текст повторяется несколько раз. Повторение требует обновления языковой формы. Изменение, как правило, происходит от простого к сложному. Так построены блоки рекламы шампуней, шоколада, медицинских препаратов и др.

б) Анализ языка рекламы

Если мы проанализируем многочисленные рекламные тексты, то выявим некие закономерности:

* Чаще всего ключевыми словами в рекламе являются:

- местоимения - ваш, твой и др;

- наречия времени - здесь, сейчас, сегодня, теперь и др;

- наречия образа действия - быстро, доступно, легко, больше и др;

- прилагательные с качественной оценкой - изумительный, восхитительный, необыкновенный, лучший, эффективный и др;

- слова со значением начала, конца - впервые, последний шанс и др;

- экономические понятия - прибыль, доход, выгода, экономия и др;

- существительные со значением «правда, истина ;

- слова со значением положительных эмоций;

- неологизмы –фругурт, сникерсни и др.

**Практическая работа учащихся в парах по карточкам (см. приложение)**

* Нет слов с негативной, отрицательной окраской ( страх, грязь, темнота, война и др.)

**Фронтальная работа учащихся «Найди ошибки в рекламе».**

- «Милки вей» только для детей! ( ограничена покупательная способность взрослых)

- Не люблю японцев, шведов, немцев, французов, а люблю узбеков - реклама автомобиля «Уз-Део» ( негативную оценку несет слово «не люблю», националистическая окраска текста)

- Вы не наш клиент, если у вас нет 50 тысяч – реклама банка (ограничение клиентов)

- Господа, мы не нужны вам, если вы не господа (неуважение к клиенту)

- Туристическая фирма «Иван Сусанин». Автобус «Титаник» ( неудачная ассоциация)

- Вклад «Шоколад» для тех, кто на вершине успеха - реклама банка (ограничение клиентов)

* Употребление сленга (молодежного жаргона) особенно в рекламе молодежных товаров с целью привлечь внимание молодого поколения: продвинутое пиво, оттянись, приколись, не дай себе засохнуть, бабки (деньги) и др.
* Фразеологизмы, поговорки, пословицы: круглый год, утри нос, полный вперед, щедрая душа, крепкий орешек, и волки сыты и бабки целы.
* Иноязычные слова (например, фреш - свежесть, силк - шелк, шварцкопф - черная голова)
* Иноязычные названия, чаще всего образованные по фамилии их создателей,

основателей фирм.

Примеры:

Вернер Сименс - электротехника

Генри Форд, Феррари, Тойота - авто,

Вильям Проктер и Джеймс Гэмбл - моющее средство

Ригли-жвачка

Липтон - чай

Макс Фактор - косметика

7. Композиция слогана

Слоган - краткое образное выражение, девиз, афоризм, стержень в психологии воздействия рекламы на потребителя.

Основа слогана - ключевые слова, влияющие на психологию покупателя с целью создать у него положительные эмоции, желание купить товар. Слоган обещает счастье, удовольствие, экономию денег, благополучие, привлекательность, здоровье, осуществление мечты, безопасность и др.

Композиция слогана - блок.

A) Слоган - лозунг, призыв, заголовок, афоризм.

Б) Зачин - текст, расписывающий основную мысль слогана.

B) Информационный блок (аргументы).

Г) Справочные сведения (адрес, телефон, условия поставки и др.)

Иногда возможны сочетания АГ, АБГ, АВГ

**Практическая работа учащихся в парах «Определение композиции печатных рекламных текстов» (тексты взяты из прессы)**

8. Нейминг

Это процесс изобретения названия, в котором участвуют маркетологи, лингвисты, юристы. Название должно быть ярким, запоминающимся, складно звучащим ( например, кодек, аспирин, линолеум, керосин, термос ). Дурным вкусом считается название из букв, слогов владельцев, так как оно трудно произносимо, не запоминается, бессмысленно (например, Пепет- Петр Петрович, Саин - Савин и Инночкин).

9. Законы о рекламе

A) Международный кодекс рекламной практики (одобрен на заседании Совета Международной торговой палаты в ноябре 1966 года)

Цель - развитие ответственности за рекламу, противодействие злоупотреблению рекламой.

«Рекламодатель несет ответственность перед потребителем и обществом. Реклама должна быть законной, добросовестной, честной, правдивой. Рекламодатель должен подчиняться принципам честной конкуренции». «Реклама, адресованная детям или молодежи, должна избегать заявлений или изображений, содержащих возможность умственной, физической или моральной травмы. Рекламодатель не должен пользоваться легковерием детей, недостатком жизненного опыта молодежи».

Б) Федеральный закон РФ о рекламе, принятый Государственной Думой 14 июня 1995 года.

B) Указ Президента РФ от 10 июня 1994 года «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».

10. **Тест с самопроверкой «Есть ли у вас интуиция рекламного менеджера?»**

1) В какую геометрическую фигуру предпочтительнее заключить рекламное объявление?

Круг-

Эллипс +

Треугольник +

Квадрат-

2) Что лучше привлекает внимание?

Рисунок-

Фото +

3) Где лучше поместить главную печатную информацию рекламного плаката?

Слева -

В центре -

Справа + (так как европейцы читают слева направо)

4) Где нужно расположить важные сведения в тексте?

В начале +

В середине -

В конце + (начало и конец запоминаются лучше середины)

5) Кто восприимчивее к разным видам рекламы ( распределите мужчин, женщин, детей)?

Радио - женщины

Пресса -мужчины

ТВ - все

6) На что нужно сослаться, рекламируя товар, чтоб его купили люди разных возрастов?

Пожилые люди - воспоминания о молодости, любимые артисты. Молодежь - мода, престиж, имидж.

7) Психологи отметили, что разный цвет по-разному акцентируют внимание. Какой вы выберете цвет для шрифта рекламного текста и для фона?

( предпочтение отдается черному на желтом, красному на белом, зеленому на белом)

11. Домашнее задание

1 вариант-создать рекламный проект.

2 вариант - поработать с толковым словарем и создать словарик «Язык рекламы»: вояжер, имидж, маркет, маркетинг, менеджер, менеджмент, паблисити, презентация, промоушн, пресс-релиз, сэндвич - мэн, шоу, дизайн, спонсор, продюсер, логотип.

**Литература к уроку**

1. А. Ю. Гермогенова «Как сделать рекламу магазина».

2. Т.К. Серегина, Л.М. Титкова «Реклама в бизнесе».

3. М.И. Тимофеев «Все о рекламе».

4. А. Дейян, А.Троадек, Л. Троадек «Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи».

5. Э.Е. Старобинский «Самоучитель по рекламе».

6. Детская энциклопедия «Я познаю мир. Экономика».

7. Детская энциклопедия «Для вас, судари».

**Приложение**

Проанализируй рекламные слоганы, выявив языковые закономерности

Карточка №1

1. «Био» - гармония жизни, гармония вкуса!

2. J7 - суперпольза!

3. «Спортландия» - мы делаем спорт доступным!

4. «Смешарики» - выгодное предложение.

5. «Микоян» - традиционный эталон вкуса, качества и здорового питания.

6. «Макс-фактор» - будь уверена, будь прекрасна!

7. «Филёвское» мороженное - любимое с детства!

8. «Майский чай» - любимый чай!

9. «Чистая линия» - косметика, заслуживающая доверия!

10. «Добрый»- сок, созданный добротой!

Карточка №2

1. «Гарньер» - заботься о себе!

2. «Лореаль» - ведь Вы этого достойны!

3. Центр-Обувь: плати меньше, покупай больше. Две пары обуви лучше, чем одна.

4. Банк «Стройкредит»: наши деньги в Вашем распоряжении.

5. Коттеджный посёлок Рождествено-очарование стиля.

6. Загородный клуб «Денисов мыс» - уникальный отдых в сосновом бору.

7. Ноутбук HP Pavilion dv 2740 - откройте для себя удивительный мир технологий с иголочки. Он обладает ярчайшим, уникальным и современным дизайном.

8. Магазин «Мега»- вещи почти даром.

9. Avon- улыбнись новому дню!

10. Тушь Dior - потрясающий объем!

Карточка №3

1. Юни Кредит Банк - Ваш дом - в Ваших руках.

2. Скинорен - гель - выбери свою роль, подари себе уверенность.

3. Фотоаппарат Lumix - лучшие мгновения отдыха.

4. Радуйтесь жизни вместе с «Имунэле»!

5. «Ауди» - отражение совершенства.

6. Somat - невероятное снятие вашей простуды.

7. Телефон Samsung «Магия» - Ваши желания, его возможности.

8. Крем «Виши» - здоровье Вашей кожи, здоровье для жизни.

9. «Ардо» - сделано в Италии, сделано для Вас.

10 «Мейбелин»-все в восторге от тебя!

Карточка №4

1. «Темпо» - хрустим веселей!

2. «Вискас» питает лучшие чувства.

3. «Синекод» - мощное средство от кашля.

4. «Пикник» - он мой!

5. Йогурты «Эрман» безупречны от природы.

6. «Россия»- щедрая душа.

7. «Рексона» никогда не подведёт.

8. «Моя семья» - что может быть любимей?!

9. «Румяные щёчки» - защита зимой для сына и дочки.

10. От простуд и от ангин вам поможет «Себедин».

Карточка№5

1. «Ферри» - волшебная победа над жирной посудой.

2. «Дирол» - живи с улыбкой.

3. «Фруктовый сад» - сок из любимых фруктов.

4. «Галина Бланка» - это любовь с первой ложки.

5. «Кодак Экспресс» - всё для лучших снимков.

6. «Камей» - неотразимое искусство обольщения.

7. Масло «Злато» на чудеса богато.

8. «Орбит» - самая вкусная защита от кариеса.

9. Подгузники «Хагис» - сказочная забота!

10 «Делли» - на пользу всей семьи и вашему бюджету

Карточка№6

1. Чай «Липтон»- роскошные ощущения.

2. Люби себя - отдыхай с Cora.

3. Стародворские колбасы - в лучших деревенских традициях.

4. Libero подарит вам солнечное настроение, море улыбок, радость и удивительные приключения.

5. Мороженое «Айсберри» любят все.

6. Кухонная студия «Мария»- когда кухня в радость.

7. «Мегафон»- будущее зависит от тебя.

8. Fa - наслаждение свежестью.

9. Сити-Банк: вы только подумали - мы уже решили.

10 Майонез «Весе!» помогает заботиться о Вашем сердце. Любите своё сердце!

Карточка№7

1. «Чудо» - йогурт - всем полезен, всем хорош!

2. «Джилет» - лучше для мужчины нет!

3. «Воздушный» - Ваш любимый шоколад!

4. «Мезим» - для желудка не заменим!

5. Чай «Беседа» создан дарить тепло.

6. «Тефаль» - мы всегда думаем о вас!

7. Маргарин «Пышка» - всегда удачная выпечка!

8. «Тюнс» - и дышится легче.

9. «Стиморол» - иногда лучше жевать, чем говорить.

10. «Альпен Гольд» - настоящее золото Альп.