

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики и связей с общественностью

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для студентов заочной формы обучения
(с полным сроком обучения)

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа " Коммуникативные технологии в связях с
общественностью и рекламе»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 3 зачетных единицы.
Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен (4 семестр)

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Рекламный текст как продукт творчества. Авторские стратегии медиаторства
Основы социально-психологического воздействия медиатекста
Рекламный текст как источник культурологической информации
Психолингвистическая характеристика современного медиатекста
Параметры и критерии эффективности рекламы

Семестр 4

Форма текущего контроля

Задания

- 1) На основе указанного списка литературы, видео и презентации **сделайте краткий план-конспект любых двух вопросов:**
 1. Реклама как носитель ценностей. Маркеры культуры в медиадискурсе.
 2. Языковая личность автора медиатекста. Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала.
 3. Особенности актуализации интересов и потребностей целевой аудитории: приёмы, психологические механизмы.
 4. Игра как основной фактор интереса в рекламном дискурсе: философия, психология, технология.

- 2) **Напишите небольшое по объёму научное эссе-рецензию на одну работу из списка (по желанию):**

Карепина Саша. Пишем убедительно. Сам себе копирайтер. М., 2013.

Ковриженко М. Креатив в рекламе. СПб.: Питер, 2004.

Сальникова Е.В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы. М., 2001.

Курпатов А. В. Чертоги разума. Убей в себе идиота. СПб. «Капитал»: 2018.

Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Москва: ЛКИ, 2013.

Мифодизайн в рекламе : учеб. пособие / А. В. Ульяновский. СПб. : Филологический ф-т СПбГУ, 2011. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/11290312>

3) Контрольная работа. Тема: Эффективность медиатекста и энергосберегающая стратегия автора

Цель: психо(социо)лингвистический анализ современного медиатекста, личной стратегии работы магистранта в определенных СМИ/ структурах по СО и рекламе.

Описание контрольной работы: Выполнение контрольной работы обеспечивает закрепление и творческое освоение знаний. Контрольная работа выполняется в формате презентации.

Задание контрольной работы: подготовьте краткие ответы на вопросы согласно своей специализации/ практического опыта (формат презентации):

1. Как привлечь целевую аудиторию массмедиа. Технологии и критерии эффективного медиатекста.
2. Формула успеха автора медиатекста.

3. Стрессогенные аспекты профессиональной деятельности в массмедиа. Противоречия профессии, зоны риска. Пути выхода.

4. Творческое задание. РОЛЕВАЯ ИГРА: Оценка рекламного текста с точки зрения восприятия и потребностей аудитории различного типа

Задачи: формирование перцептивных качеств – способности к сопереживанию, восприятию и пониманию иной картины мира; формирование необходимых профессиональных умений по созданию релевантного рекламного текста, учитывающего характеристику определенной целевой аудитории.

Описание игры: 1) Дайте основную характеристику потребностей и предпочтений разного типа аудитории (молодежь, зрелая интеллигенция, пенсионеры); 2) Осуществите анализ любой телевизионной рекламы с точки зрения выбранного типа аудитории; 3) Сформулируйте возможные вопросы и замечания автору рекламы.

Форма промежуточного контроля

Экзамен

Вопросы к экзамену:

Медиатекст как носитель ценностей. Основные черты рекламного текста. Психолингвистика. Предмет и основные задачи.

Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности.

Рекламный текст как источник культурологической информации. Характеристика подходов к рассмотрению понятий «нация» и «менталитет». Формы и средства репрезентации ментальных конструкторов в медиатексте.

Маркёры русской культуры в медиатексте разных СМК.

Язык современных СМИ: проблема миромоделирования. Языковая и концептуальная картины мира

Психология создания рекламного текста. Творчество и креатив: общие черты и различия.

Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала. Субъективные качества творческой деятельности. Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в медиатексте.

Профессиональная самореализация. Характеристика творческой личности автора медиатекста.

Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью.

Понятие «технологии медиатекста». Методы воздействия в медиатексте: подражание, внушение, заражение, убеждение.

Теория о простых и вдохновляющих стимулах медиатекста. Классификация текста Р. Барта.

Лингвopsихологическая модель эффективного рекламного текста. Психологические механизмы создания и восприятия рекламы.

Анализ диалоговых стратегий в общении с аудиторией.

История изучения архетипов. Структурно-содержательные особенности архетипов. Основные способы вербального обозначения архетипов. Преимущества использования архетипов в рекламе.

Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Статус и функции медианарратива. Нарратив как объект анализа. Определение нарратива и его сущностные признаки. Структурная схема нарратива. Нарратив и нарратология. Блуждающая сюжетика СМИ.

Манипуляция: понятие, характеристика. Обзор манипулятивных техник воздействия в современном медиатексте.

Понятие, формы, структура и языки общения в пространстве медиатекста. Невербальные системы воздействия в медиатексте: оптико-кинетическая система, паралингвистическая система, экстралингвистическая система, визуальное общение, проксемика, конституциональное общение. Технология эйдосферы и логосферы.

Методика и виды психологического анализа рекламного текста. Лингвокультурологический анализ как метод аксиологии массмедиа.

Список литературы:

1. Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вуза. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 206 с. (Гриф УМО ВО). URL: <https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-448642>
2. Моделирование медиатекста: монография / В. В. Богуславская, И. В. Ерофеева, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова; под редакцией И. В. Ерофеевой. 2-е изд. Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020. 180 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/79972.html>
3. Лебедева Л. В. Психология рекламы: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. 140 с.
4. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламной деятельности. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
5. Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. Психология рекламы и PR. Москва: Издательство Юрайт, 2016. 394 с. URL: <https://urait.ru/search?words=Коноваленко%20М.Ю.%2С%20Ясин%20М.И.%20Психология%20рекламы%20и%20PR>
6. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. М. : Издательство Юрайт, 2017. URL: <https://urait.ru/search?words=Жильцова%20О.%20Н.%20Рекламная%20деятельность%20А%20учебник%20и%20практикум%20>
7. Карепина А. Пишем убедительно. Сам себе копирайтер. М., 2013.
8. Ковриженко М. Креатив в рекламе. СПб.: Питер, 2004.
9. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. М., СПб., 2002.
10. Сальникова Е.В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы. М., 2001.
11. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. М: Издательство Юрайт, 2017. URL: <https://urait.ru/search?words=Селезнева%20Л.%20В.%20Подготовка%20рекламного%20и%20PR-текста>
12. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Москва: ЛКИ, 2013.
13. Виноградова С.М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. Изд-во Юрайт, 2014.

«YouTube» — видеохостинг

Как излагать кратко, ясно и убедительно // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3sIWkiY1URc&pbjreload=10>

Язык и мышление // URL: https://www.youtube.com/watch?v=Qm_I_XzwxuU&pbjreload=10

Подчиняется ли языковая личность коммуникативным законам // URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=oJfrs6Js9cc>

Анализ поведения Владимира Соловьева и разбор его личности // URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=EqkrLYmeR9c>

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- ЭБС Юрайт (urait.ru)
- ЭБС БиблиоРоссика (<http://www.bibliorossica.com/>)
- ЭБС Grebennikon (<http://grebennikon.ru/>)
- ЭБС ibooks.ru («Айбукс-ру») (<http://ibooks.ru/>)
- ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>)
- ЭБС BOOK.ru (<http://www.book.ru/>)
- ЭБС «Руконт» (<http://www.rucont.ru/>)

Санкт-Петербургский государственный университет. Методы и результаты исследования // URL: www.mediaspb.ru

Библиотека «ПСИ-ФАКТОРА» // URL: <http://psyfactor.org/lybr.htm>. Психология и общество. Психология СМИ. Влияние СМИ. Исследование СМИ.

Медиаисследования, медиапсихология и медиавлияние // <http://psyfactor.org/lybr75.htm>

Выполненные задания магистрант отправляет в одном файле на адрес:

irina-jour@yandex.ru

<https://vk.com/id239320194>

Преподаватель

д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна

Заведующий кафедрой

д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна