

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы лингвистики

Автор(ы):

Канд.филол.наук, доцент, доцент
(ученая степень и(или) ученое звание, должность)

Глазкова Е.А.

Заведующий кафедрой
интегрированных
коммуникаций, к.э.н.

М.В. Захарова

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области рекламы и связей с общественностью УК-4: способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Содержание дисциплины

Тема 1. Лингвистика как наука о языке.

Понятие о языке и языках (классификация языков, атлас языков).

Язык как средство общения (коммуникация).

Классификация языков: искусственные и естественные. (Система дорожных знаков как пример искусственного языка).

Тема 2. Язык как система знаков.

Общее понятие о знаке и о семиотике. Сущность знака: теория Фердинанда де Соссюра об «означаемом» и «означающем». Представление о системе и законах её функционирования. Примеры знаковых систем. Аспекты изучения знаков: семантика, синтагматика и прагматика.

Тема 3. Уровни естественного языка.

Фонетика как раздел лингвистики, предмет и содержание фонетики. Основные фонетические единицы.

Графические возможности разных языков (слоговое, иероглифическое письмо, направление чтения). Система графических единиц (Прописные и строчные буквы, знаки препинания, переносы и пр.). Графическое оформление текста: шрифт (гарнитура, кегль).

Морфемика и словообразование. Аббревиация. Графическое выделение отдельной морфемы в слове. Окказионализмы (в рекламе, в пиаре, в названиях).

Типы лексических значений (тип номинации, степень мотивированности, тип сочетаемости).

Типы отношений между словами, системные связи (синонимы, антонимы, омонимы, паронимы).

Лексическая система: общеупотребительная лексика и слова, ограниченные в

употреблении (диалектизмы, термины, профессионализмы, жаргонизмы, сленгизмы).

Грамматическое значение, его отличие от лексического.

Возможности выражения грамматических отношений в разных языках (в том числе синтаксический аспект).

Тема 4. Понятие об интертекстуальности. Гипертекст и гиперссылки

Интертекстуальность в художественной литературе, публицистике, рекламе и пиар-текстах.

Современный медиа-текст.

Гипертекст и гиперссылки.

Тема 5. Понятие о дискурсе

Понятие о дискурсе: речевые ситуации, выбор единиц, обусловленный дискурсивными требованиями.

Понятие о рекламном контексте. Язык улицы.

Информационный шум.

Тема 6. Отражение национальной картины мира в языке.

Национальная картина мира как система представлений человека совокупности людей о мире и их месте в нём.

Отражение в языке национальной картины мира.

Понятие о языковой картине мира.

Понятие о культурных концептах.

Учёт национальной специфики при подготовке рекламных и пиар-текстов.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Основы лингвистики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:

при проведении занятий семинарского типа: тестирование, проверочные письменные работы, написание короткого эссе.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: проверка домашнего задания, опросы,

Основная литература:

1.Голодная В.Н., Ляо Цайчжи. Лингвистика и межкультурная коммуникация. Часть 1. Центр научной мысли, Перо. 2012. URL: <http://www.iprbookshop.ru/8985.html>