**Насонова Елена Юрьевна,**

учитель русского языка и литературы

МАОУ СОШ № 28 г.Томска

**Предмет: русский язык**

**Класс: 7**

**Тема: Социальная реклама**

**Технология: Проектная задача**

**Инструкция для обучающихся**

**к проектной задаче *«Социальная реклама»***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Приготовьтесь работать в группе. Вспомните правила групповой работы. Распределите роли.** | | **Фамилия, имя** |
|  | **Организатор –** тот, кто организует работу в группе | |  |
|  | **Оформитель –** тот, кто оформляет идеи, ответы, решения группы | |  |
|  | **Хранитель времени –** тот, кто следит за временем | |  |
|  | **Спикер –** тот, кто будет представлять продукт | |  |
|  | **Художник –** тот, кто будет рисовать | |  |
| 2 | **Прочитайте текст и запишите, с какой целью социальная реклама используется в нашей жизни?**  **Объясните значение выделенных слов:** | | Задумывались ли Вы когда-нибудь над тем, что делает нашу жизнь чище, лучше, добрее? Это, безусловно, ясная погода и стабильная зарплата, здоровая семья и хорошие новости, счастливые детские глаза и гордость за свою страну. Но как часто мы закрываем глаза на факторы, «портящие» нашу жизнь! Мы считаем обыденными явлениями грязь в подъездах, брошенных детей, аварии на дорогах...  Как же можно привлечь внимание к этим проблемам, как заставить задуматься о «простых» вещах и изменить к ним свое отношение? Одним из таких средств является **социальная** реклама. Цель такой рекламы – изменить отношение людей к какой-либо жизненной проблеме, утвердить простые жизненные истины. Несколько лет назад популярной на телевидении была реклама, которая привлекала внимание к проблеме одиноких стариков. Многие помнят эту рекламу благодаря **слогану**: «Позвоните родителям!» |
| 3 | **Можно ли назвать эту рекламу социальной? Докажите.**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | |  |
| 4 | **Рассмотрите примеры социальной рекламы в Приложении № 2. Какие выразительные средства языка и живописи используют авторы социальной рекламы. Заполните таблицу. Используйте при этом Приложение № 3.** | | |
| **Выразительные средства языка** | | **Выразительные средства живописи** |
| **1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_5.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 5 | **Рассмотрите социальную рекламу. К чему она призывает? Сформулируйте и запишите этот призыв.**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | |  |
| **В каком значении употреблено слово ПРЕДАННЫЙ на этом плакате? Можно ли сказать, что в качестве слогана использован КАЛАМБУР? Докажите это, используя Приложение №| | |
| 6 | **Рассмотрите социальные плакаты. Почему в них использованы обращения? Что изменится в слоганах, если эти обращения убрать? Сделайте вывод.**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | |
| 7 |  |  | |
| 8 | В современной рекламе широко используются **слоганы.** Их основное назначение – сжато, четко сформулировать **рекламную идею**. Прочитайте образцы слоганов.  Выберете два из них и объясните рекламную идею, как вы ее поняли. | | |
|  | ***Реклама (слоган)*** ***Какой товар рекламирует*** | | |
| 1 | **Раскусим крепкий орешек!** | **Щипцы для орехов** | |
| 2 | **Пора брать кассу!** | **Кассовые аппараты** | |
| 3 | **Утри нос насморку!** | **Лекарственные препараты от простуды** | |
| 4 | **У нас не заржавеет!** | **Антикоррозийные покрытия** | |
| 5 | **Чистая победа в холодной воде!** | **Стиральный порошок** | |
|  | **слоган** | **Рекламная идея** | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
| 9 | **Рассмотрите социальную рекламу и запишите, в чем своеобразие слогана в социальной рекламе.**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |  | |
| 10 | **Прочитайте текст и рассмотрите пример социальной рекламы.** | | |
|  |  | | |
|  |  | | |
|  | **Отражает ли реклама основную идею текста?** |  | |
| 11 | **Попробуйте предложить свой вариант социальной рекламы , призывающий бережно относиться к родному языку. Что можно изобразить на таком плакате, какие слова написать?**  **1**. Сформулируйте для себя **рекламную идею**.  2.Что вы **изобразите** на плакате, какие цвета используете при этом?  3. Придумайте **слоган.** Подумайте, какие **языковые средства**, в том числе интонационные, вы будете использовать, чтобы доходчивее и ярче объяснить смысл плаката. | | |
| 12 | **Подготовьте представление плаката. Будьте готовы ответить на вопросы.** | | |
| 13 | **Оцените** работу своей группы: заполните таблицу, используя знаки «+» и «–». | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **УЧЕНИК** |  |  |  |  |  |
| **Активно работал в группе над заданиями** |  |  |  |  |  |
| **Выдвигал идеи** |  |  |  |  |  |
| **Участвовал в обсуждении рекламных текстов** |  |  |  |  |  |
| **Участвовал в создании и оформлении плаката** |  |  |  |  |  |

**Приложение № 1**

**Из истории возникновения и развития рекламы**

**Реклама** — термин происходит от латинского слова «reklamare» — «громко кричать» или «извещать». В Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на

Простейшие формы рекламы существовали ещё до нашей эры. Одним из первых дошедших до нашего времени рекламных обращений считается египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба. Его текст гласил: «Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами. Гарантирую его умеренность в пище, честность, покорность». Современные исследователи считают одним из древнейших рекламных текстов высеченную на камне надпись, найденную в развалинах древнейшего города Мемфиса: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения».

В государствах Древнего мира распространёнными были надписи, нацарапанные или начертанные краской на стенах. У исследователей античности эти тексты именуются **граффити** ( от ит. «graffito» - нацарапанный).

Первое печатное объявление датировано 1472 г. Текст был вывешен на двери одной из церквей в Лондоне и информировал прихожан о продаже молитвенника.

Развитие рекламного дела в России относят к X - XI вв., когда русские купцы прибегали к разнообразным приёмам предложения своих товаров.

Говоря о современном состоянии рекламной деятельности, следует отметить, что во многих странах созданы научно-исследовательские институты, где опытные специалисты, прежде всего психологи, разрабатывают теорию рекламного дела. Психологи заранее рассчитывают воздействие на прохожих, пассажиров, телезрителей каждой детали рекламы. Высоко ценятся юмор, афористичность текста. С появлением глобальной компьютерной сети Интернет возникла электронная реклама.

**Приложение № 2**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  | |
|  |  |
|  |  |

**Приложение № 3**

**Языковые средства, используемые в текстах рекламы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Языковые средства** | **Примеры** |
| 1 | **Каламбур** – высказывание, основанное на одновременной реализации в лове прямого и переносного значения | Pantin PRO-V –Блеск и сила ваших волос. Блестящий Результат! |
| 2 | Игра слов как результат нарушения норм орфографии | «Все ВАЗможно!» |
| 3 | **Окказионализмы** – новые слова, отсутствующие в системе языка. | «Не тормози! Сникерсни!» |
| 4 | **Персонификация** – перенесение на неживой предмет свойств или функций живого лица | «TEFAL заботится о вас» (о бытовой технике) |
| 5 | **Дефразеологизация** – семантический распад фразеологизм, использование его компонентов в прямом значении, при этом ассоциативная связь свободного сочетания с фразеологизмом остается | «Когда простуда берет за горло» (реклама леденцов «Strepsils» – антибактериального средства от боли в горле). Существительное «горло» употребляется здесь и в своем прямом значении , и во фразеологически связанном. |
| 6 | Употребление формы, которые побуждают потребителя рекламы к действию | «Открой для себя мир Крымского побережья!» реклама туристического бюро |
| 7 | Глаголы с частицей НЕ- | Почему бы вам не зайти к нам в магазин? |
| 8 | Переосмысление пословиц и поговорок | Читать не вредно – вредно не читать! |
| 9 | Восклицательное предложение | Свет вашему дому! |
| 10 | Риторический вопрос | Хочешь испытать райское наслаждение? |
|  |  |  |