

**КГУ «Школа-гимназия № 6 имени Абая  
Кунанбаева» г.Степногорск**

**Кинцель Татьяна Александровна**

**«Развитие навыков копирайтинга с  
использованием русских  
неологизмов английского  
происхождения»**

# ГИПОТЕЗА

## **КОПИРАЙТИНГ:**

- **важный способ заимствования ЛЕ;**
- **обогащает словарь;**
- **раскрывает культурные реалии английского языка;**
- **способствует ассимиляции ЛЕ в русском языке;**
- **облегчает коммуникацию.**

## Цель:

- продемонстрировать важность обучения навыкам копирайтинга;
- выявить роль «продающих» рекламных текстов и использования русских неологизмов английского происхождения.

# АКТУАЛЬНОСТЬ:

- **Увеличение числа заимствований** из английского языка в русский;
- **Взаимопроникновение** ИНОЯЗЫЧНЫХ культур;
- Копирайтинг как **средство обогащения языка;**

# ЗАДАЧИ:

- изучение теоретического материала о рекламных текстах;
- найти определение терминам, относящимся к копирайтингу;
- выявить критерии анализа рекламных текстов;
- выявить частоту употребления русских неологизмов английского происхождения рекламных текстах;
- Составить алгоритм, как учащиеся могли бы начать развивать у себя навыки копирайтинга.

# МЕТОДЫ:

- Сбор, анализ, обобщение и систематизация информации;
- Описательный;
- Сравнительного анализа;
- Статистический.

# ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С КОПИРАЙТИНГОМ:

- **Copywriting**» ( английских слов «copy» — копия/ текстовый материал и «write» — писать) - составление текста с целью рекламы или других форм маркетинга.
- **«Продающие тексты»** - рекламные тексты, чья цель - повышать рост продаж или популяризировать товар, услугу, идею, инструкцию или отдельную компанию.

# ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С КОПИРАЙТИНГОМ:

- **Копирайтер** – специалист, составляющий различного рода рекламные тексты, лендинги, слоганы, статьи информационного содержания, сценарии рекламных роликов, тексты для сайтов, пресс-релизы изданий и брендов.
- **Рекламный текст**- все виды текстов, цель которых - информировать потребителя о конкретном продукте или услуге.
- **Слоган** – это фраза или предложение в рекламном тексте для привлечения внимания потребителя.

# ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С КОПИРАЙТИНГОМ:

- **Сценарий рекламного ролика** – описание действия рекламного ролика, включает в себя как текст роли исполнителей, так и пояснения по ходу их действий.
- **Текст для сайта** – это небольшой по объему рекламный текст. Его задача – привлечь внимание читателя и дать первичную информацию о сайте.
- **Лендинг** (или landing page) – это место, куда попадает потребитель, прочитавший рекламный текст, чтобы получить дальнейшую информацию и приобрести услугу или товар.

# ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С КОПИРАЙТИНГОМ:

- **Статьи в блог** – ( blog, от web log ) – это онлайн-дневник событий, который регулярно пополняется новыми записями произошедших событий, а также комментариями и отзывами читателей блога.
- **Письма клиентам** - рекламные тексты для клиентов. Начинаются с имени потенциального потребителя и имеют персонализированный характер.
- **Мемы (meme)**. Это медиа объекты, содержащие остроумное и юмористическое содержание, благодаря которому они быстро передаются посредством социальных сетей. К мемам относятся как изображения, так и предложения или фразы.

# СТРУКТУРНЫЕ ЧЕРТЫ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

- заголовок
- основная часть
- справочная часть
- иллюстративная часть

# Классификация рекламных ТЕКСТОВ

## По охвату аудитории:

- - международная реклама, работающая на зарубежные рынки;
- - национальная реклама, действующая в рамках государства;
- - региональная реклама, действующая в рамках одного региона;
- - локальная реклама, действующая в рамках одного населенного пункта

# Классификация рекламных ТЕКСТОВ

- **По ориентации на потребности адресата:**
- - реклама товаров первой необходимости, рассчитанная на каждого человека как потребителя;
- - реклама в бизнесе, находит применение в сфере производства, торговли, туризма и т.д.

# Классификация рекламных ТЕКСТОВ

## По применению

- - теле-, радиореклама;
- - газетная, журнальная реклама, проспекты, брошюры, каталоги;
- - наружная реклама - щиты, реклама магазинов, офисов;
- - транспортная реклама;
- - онлайн/устная реклама (беседа продавца с покупателем)

# Классификация рекламных ТЕКСТОВ

- **По целевому воздействию на сознание адресата:**
- -экономическая - информирует потребителя о товарах и услугах;
- -социальная - ориентирующаяся на общечеловеческие ценности;
- -культурная - ориентация на национальное и культурное наследие;
- - имиджевая ( брэндинговая )-создание брэнда;
- - образовательная - информирует о новшествах в области технологических открытий, знакомит с правилами пользования этими новшествами.

## ПРИМЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ РУССКИХ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

- **Посмотри – это товар number 1!**
- **Ты достоин the best quality!**
- **Sunway – мощный кроссовер со скромным аппетитом**
- **Закажи свой персонализированный ИТ 2019 pocket diary** сейчас- самый стильный и самый мощный Карманный **органайзер!**
-  **Это чистящее средство –реальный neat-freak!**
-  **Это твой хэв-ту-ду лист (have-to-do list) в подготовке к экзамену!**

# ПРИМЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ РУССКИХ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

-  **Присоединяйся к движению *Food savers!* Фуд сейвэз!**
-  - Открой для себя **Netflix!** Открой **Окно в Сеть.**
-  - **88% топовых** банков полагаются именно на Unisys.
-  У вас уже имеется листок с пометкой **«must read»?**

## НАИБОЛЕЕ УПОТРЕБИМЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ АНГЛИЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

- Мы работаем для вас! Ваш **фидбэк** очень важен для нас!
- Развивай свои **софт скиллз** в нашей **онлайн-школе!**
- Вы получаете **кэшбэк** до 5%, используя карту Visa!
- Это не **fake-news!** **Супер!** Тогда останется только вбить название в поисковую строку одной из **онлайн-библиотек** и набираться знаний!»
- Подробности читайте в **сториз!**

# Лингвистические особенности рекламных текстов

- **социально-психологические** (эмоциональное воздействие, отражение образа национального менталитета в рекламных текстах);
- **лексические** (выявление коннотационного значения слов и лексических сопоставлений как фактора выразительности);
- **стилистические** (определение преобладающих функциональных стилей, использования различных стилистических приемов, их значение);
- **синтаксические** (выявление наиболее часто употребляемых типов предложений, их характеристики);
- **морфологические** (значение морфологических характеристик частей речи, для рекламного текста в целом).

# Языковые особенности рекламных ТЕКСТОВ

- обещание благополучия, добра, уверенности при выборе рекламируемого товара или услуги;
- использование мемов (meme);
- эмоционально окрашенная лексика, игра слов;
- использование в одних и тех же словах различных шрифтов;
- использование латиницы в русских текстах
- разговорный стиль, имитация диалога

# Языковые особенности рекламных Текстов

- **What'sApp!** –(приложение, сходное по звучанию с выражением «Как дела?» - «**What's up?**»)
- - Прокачай свои **софт скилз!**
- - Ты поймал **hype!**
- - **Lovi** меня! Радио Юность. Обыгрывается слово «**Lovi**» с русскими словами «**Лови**» и английским «**Love**»
- - Вы получаете **кэшбэк** до 5%, используя карту Visa!
- - Это не **photo fake** (фотофейк)! Это реальность!
- - Мнение экспертов – эта книга из разряда «**must read**»!

# АЛГОРИТМ

- Продумай цель написания рекламного текста!
- Рекламный текст должен быть информативным и привлекательным!
- Пиши кратко и лаконично!
- Пиши понятным потребителю языком, используй разговорный стиль, диалог.
- Соблюдай логику и последовательность и представь информацию в виде пунктов плана. Приведи примеры.
- Минимум деталей!

# ВОПРОСЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

1) Что такое «Копирайтинг»?

2) Какие термины, связанные копирайтингом тебе знакомы?

- А) блогинг
  - Б) лэндинг
  - В) продающие тексты
  - Г) лэндинг пейдж
  - Д) слоган
  - Е) другое
-

# ВОПРОСЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

3) Как часто ли ты читаешь рекламные тесты в интернете?

4) Как часто ли ты читаешь рекламные тесты оффлайн, в окружающей жизни?

- А) ежедневно
- Б) часто
- В) нечасто
- С) редко, не обращаю на них внимания

# ВОПРОСЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

5) Что тебя привлекает в рекламных текстах:

- А) юмор
- Б) запоминающиеся рифмы
- В) оригинальные слоганы
- Г) использование англоязычных слов
- Д) искажение грамматики
- Е) все вышеперечисленное

6) Помогает ли тебе знание английского языка для понимания рекламных текстов, в которых есть неологизму англоязычного происхождения?

# ВОПРОСЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

7) Мог бы написать рекламный слоган?

- А) да Б) нет В) затрудняюсь сказать

8) Какие из перечисленных неологизмов англоязычного происхождения наиболее часто встречаются тебе при чтении рекламных текстов?

- А) фейк
  - Б) фрик
  - В) хайп
  - Г) кэшбэк
  - Д) мем
  - Е) брэнд
  - Ж) другое
-

# ВОПРОСЫ АНКЕТИРОВАНИЯ

9) Какой длины рекламный слоган тебе легче воспринимать и запомнить:

- А) 8-10 слов
- Б) 5-7 слов
- В) 2-4 слова
- Г) не имеет значения
-

# ВЫВОД:

- важное значение для достижения целей рекламных текстов имеет использование русских неологизмов англоязычного происхождения, которые делают данные тексты более запоминающимися для читателя.
- Выделены часто используемые слова в рекламных текстах (Кэшбэк, фрик, фейк, have to do, must-have, мем, хайп, брэнд, как в оригинальном, так и в русскоязычном варианте написания этих слов и т.д.)
- Был составлен алгоритм, как учащиеся могли бы начать развивать у себя навыки копирайтинга.

# ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- 1. Розенталь Д.Э. Русский язык. Изд. МГУ, 2007. – Стр. 174.
- 2. Ожегов С.И. «Словарь русского языка», М. «Русский язык», 2003. - Стр. 587.
- 3. Macmillan school Dictionary - . Стр. 85.
- 4. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама. Теория и практика. М.: Прогресс, 2017. - Стр.85.
- 5. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 2012. - Стр.34.
- 6. Артемова А.Ф., Леонович О.А. Имена собственные в составе фразеологических единиц. - Статья в журнале «Иностранные языки в школе» №4, 2003. - Стр.76.
- 7. Барабаш В.В., Музыкант В.Л. Реклама и маркетинг - М.: ПАИМС, 2015. - Стр .26.
- 8. “Herald International Tribune”, 2019г
- 9. “The Wall Street Journal”, 2019г
- 10. сайты Internet

**Спасибо за внимание!**

