

ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

РЕКЛАМА ЯК ІНТЕРТЕКСТ

Курс за вибором



КАФЕДРА
ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ
ТА ТЕОРІЇ ЛІТЕРАТУРИ

МЕТА КУРСУ

формування у студентів розуміння рекламного тексту як форми інтертекстуального комунікативного продукту; розвиток навичок аналізу та створення рекламних текстів з урахуванням інтертекстуальних елементів.



ТЕМАТИКА КУРСУ

Теорія інтертекстуальності. Інтертекстуальний аналіз як сучасна методологічна практика. Інтермедіальність.

Види інтертекстуальних зв'язків: цитата, алюзія, ремінісценція, пародія.

Етичні межі інтертекстуальності: плагіат vs креативність.

Екфразис як функціональна складова інтермедіальності та інтертекстуальності.

ТЕМАТИКА КУРСУ

Використання літературних текстів у рекламі.

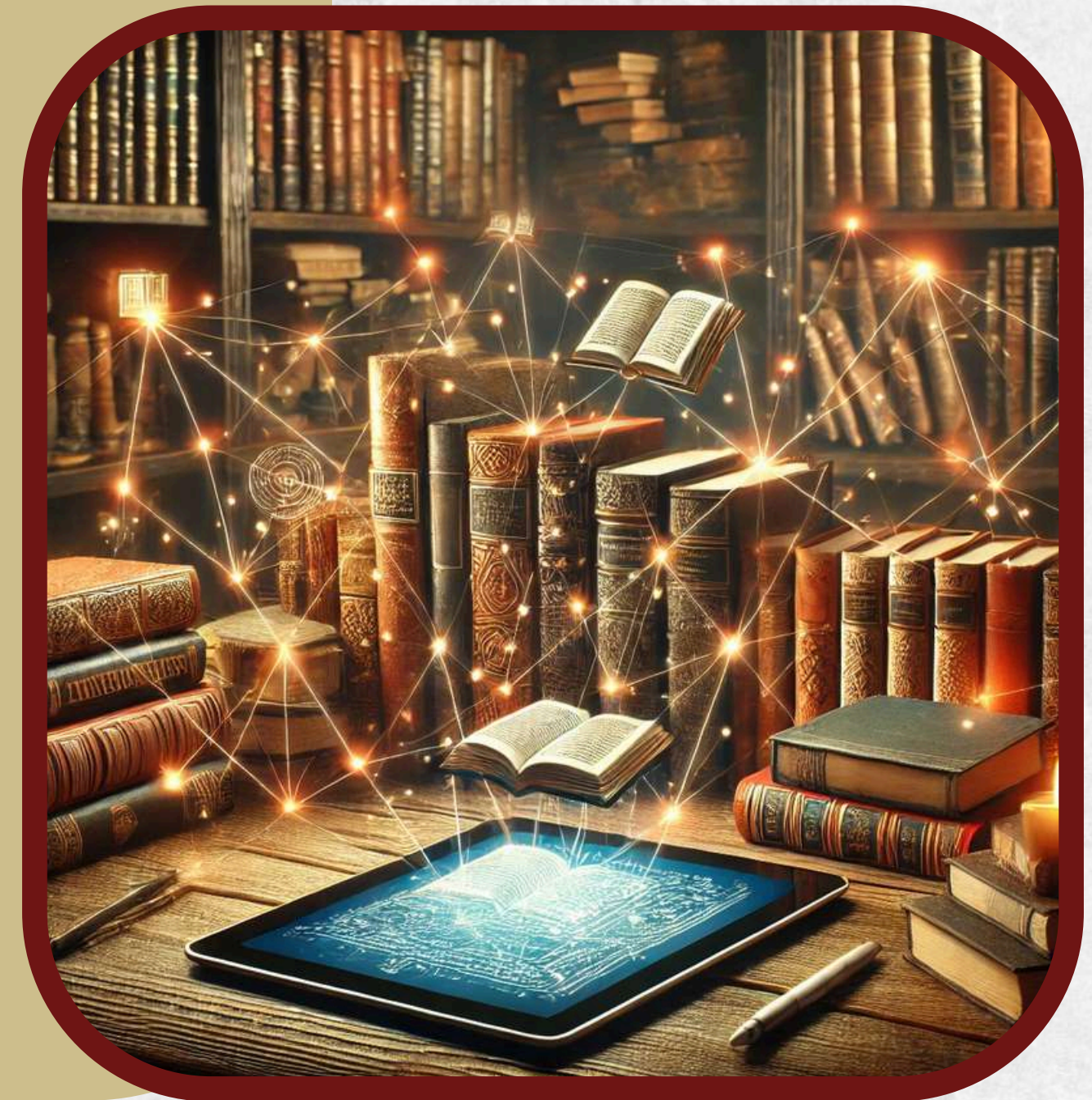
Адаптація міфів, фольклору, історичних сюжетів у рекламі.

Функції екфразису в рекламному тексті.

Психологічний аспект сприйняття інтертекстуальних рекламних повідомлень.

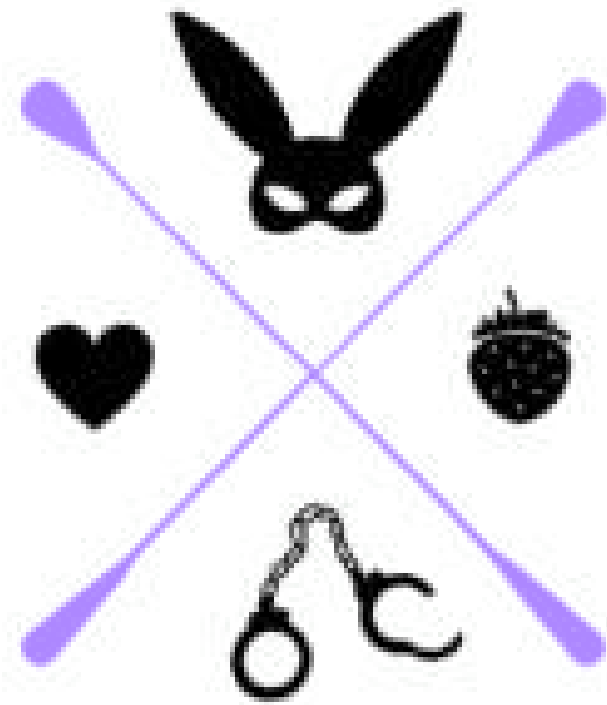
"Кожен текст є інтертекстом; інші тексти присутні в ньому на різних рівнях в більш чи менш впізнаваних формах: тексти культури попередньої і тексти культури, що навколо. Кожен текст є новим полотном, зітканим із старих цитат. Уривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти соціальних ідіом і т.д. – усі вони поглинаються текстом і переплітаються в ньому, оскільки завжди до тексту і навколо нього існує мова. Як необхідна попередня умова для будь-якого тексту, інтертекстуальність не може бути зведена до проблеми джерел і впливів; вона є загальним полем анонімних формул, походження яких рідко можна виявити, несвідомих або автоматичних цитат, поданих без лапок"

РОЛАН БАРТ



“Мона мені
Мону?”





ЗА КЛАСИКУ НЕ ПОВИННО БУТИ
СОРОМНО

РЕВЕ *та* СТОГНЕ



revetastohne.org

<https://www.revetastohne.org>



Реве та стогне. Магазин інтимних товарів: Сексшоп в Україні

Сексшоп Реве та Стогне. Найкраща вартість
інтимних товарів з доставкою по Україні! Гарантія
якості продукції інтернет-магазину.

[Про нас](#)

[Акcesуари BDSM](#)

[Секс іграшки](#)

“Сміливі нести світло”



Лише ті, хто не бояться пітьми, можуть у неї спускатись.

Можуть повертати зв'язок.

Ті, хто не бояться пітьми, можуть крізь ніч добиратись.

Лагодити навпомацки руками.

Чи просто ключем.

Під землею, під обстрілами чи під дощем.

Довбати, включати, не спати, шукати, єднати, світити.

Світитись.

Лише ті, хто не бояться пітьми, не бояться в ній залишитись.

Бо це ж заради людей.

Від створення світу і до сьогодні завжди.

Нести світло могли лише ті, хто не боїться пітьми.



ПРАКТИЧНИЙ МОДУЛЬ: СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

- Використання інтертекстуальних прийомів у власних рекламних проектах.
- Робота в групах: створення рекламної кампанії з використанням алюзій, цитат, ремінісценцій.
- Презентація студентських проєктів.



Хочете проаналізувати рекламні тексти,
які запам'ятовуються?

Дослідити, як алюзії, цитати
та ремінісценції роблять рекламу впливовою?

Наш курс допоможе вам розкрити
секрети інтертекстуальності,
функції використання культурних кодів
і адаптації міфів, фольклору, мистецтва
та літературних творів у сучасній рекламі.

Практичні завдання, творчі кейси
та групові проекти –
усе для вашого професійного зростання!

Приєднуйтеся!





ДО ЗУСТРІЧІ!

Сажина Алла Володимирівна
кандидат філологічних наук, доцент

 <https://wtliterature.chnu.edu.ua/>