

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/320500>

Тип работы: Реферат

Предмет: Литература

Введение 3

Стихосложение второй половины XVIII века и её особенности 4

Стихосложение в PR и рекламе 9

Заключение 12

Список литературы 13

Введение

В нашем XXI веке уже никакому сомнению не подвергается талант и гений русской поэзии, которой богата и полна наша отечественная культура. Начиная с ранних лет, мы знакомимся с поэтическими произведениями таких светочей русского стихотворного мастерства, как Пушкин, Жуковский, Некрасов, а следом разбираем и не менее важный и колоритный феномен поэзии Серебряного века.

Но, если на первый взгляд, русская поэзия начинается с Пушкина, то в глубине своей её зарождение начинается гораздо раньше. С традиции религиозных духовных песен и былин, сказок и фолклёрных напевов берёт своё начало наша русская поэзия. Свой порядок и форму поэзия приобрела только в 18-том веке. В это время были сформулированы строгие порядки стихотворной формы и правила, которые, тем не менее, нашими русскими поэтами нарушаются и вопреки которым создаются мировые шедевры. Если в древнейшие времена стихотворения и поэтические формы могли остаться без обозначенного автора, то после Петра I каждый поэт желал подписаться и обозначить свою персону под каждым своим творением. Так и образовывается новый пласт, совершенно оригинальной и аутентичной русской поэзии.

Стихосложение второй половины XVIII века и её особенности

Русская литература начинается не с прозы, а с поэзии – это не раз замечали те или иные исследователи нашей культуры. И это не удивительно, учитывая нашу богатую традицию духовных песен, молитв и героического эпоса, посвященного князьям и правителям с их подвигами.

Народное стихосложение характеризуется, в свою очередь, особой мерой гармонии пения и чтения. В силу глубокой подчиненности народного стиха традиции и сакральной составляющей жизни человека, её форма и наполнение носит фундаментально символический и многоуровневый характер. Что касается былинного стихосложения в рамках фольклора, то его колоритной чертой, выделяющей его на фоне всех остальных видов поэтики, будет расстановка акцентов и ударений. Ударения в былинном стихе происходят не на слог и не на стопы, а на сами ударения. То есть, в общем виде, фраза в былинном стихе несёт в себе порядка трёх фразовых ударений, одно из которых обычно происходит на третий слог, а остальные – разделяются слоговыми промежутками.

Стихосложение в PR и рекламе

Как известно, реклама - это целенаправленное информирование окружающих о тех или иных товарах и услугах. В условиях роста капиталистической идеологии, а также самого рынка, это явление становится как никогда актуально. Высокая конкуренция и её рост в целом плодят множество уникальных и оригинальных способов выделить свой слоган или баннер на фоне остальных, заинтересовав и приковав внимание потребителя именно к вашему товару.

В России реклама имеет довольно древнюю и богатую историю, но её полноценное развитие приходится на начало XX века – период НЭПа. Характерная фигура поэта Владимира Маяковского как одного из создателей рекламного плаката в его современном виде. Авангардист и футурист, поэт и безусловный

творческий гений смог проявить свои способности даже там, где, казалось бы, они были совершенно ни к чему.

Заключение

Можно с уверенностью сказать, что стихосложение в рекламе – вещь общемировая, но только в России это приобрело такие колоссальные масштабы. Маркетологи массовых торговых сетей и популярных продуктов то и дело обращаются к стихосложению, совершенно не задаваясь её тонкостью и глубиной. Назвать современные рекламные слоганы поэзией затруднительно, это скорее лишь рифма как форма языковой речи.

1. Маслов А. Л., Былины, их происхождение, ритмический и мелодический склад, в кн.: Труды Музыкально-этнографической комиссии, состоящей при Этнографич. отделе Об-ва любителей естествознания, антропологии и этнографии, т. XI, М., 1911.
2. Корш Ф., О русском народном стихосложении, в кн.: Сборник Отделения русского языка и словесности Акад. наук, т. LXVII, № 8. – СПб, 1901.
3. Скрипов, Г.С. О русском стихосложении / пособие для уч-ся. М. : Просвещение, 1979.
4. Ксензенко О. А. Язык рекламы. М., 2005.
5. Мощева С. В. Фонетико-орфографические особенности рекламного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2007.
6. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. М., 1998

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/320500>