



Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского  
Институт филологии  
Центр теории и практики речевой коммуникации «Диалог»

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в **научно-практической интернет-конференции «Человек в информационном пространстве»**, которая будет проходить с 15 октября по 15 ноября 2014 года в Ярославском государственном педагогическом университете.

Сборник планируется включить в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Полнотекстовая электронная версия статьи будет публиковаться в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Во время работы конференции **13-14 ноября 2014 г.** состоится **семинар для молодых ученых** (см. **Информационное письмо 2**), в рамках которого пройдут публичные лекции и мастер-классы известных лингвистов: Г.Е. Крейдлина, О.И. Северской, Е.С. Кара-Мурзы и др.

**В рамках интернет-конференции предполагается работа следующих секций:**

1. Жанровые аспекты речевой коммуникации.
2. Человек в пространстве текста.
3. Социально-политические аспекты коммуникации.
4. Коммуникативно-прагматические аспекты художественного текста.
5. Рекламный и PR-дискурс в современном информационном пространстве.
6. Современный язык в зеркале СМИ.
7. Коммуникативный подход в преподавании русского языка и литературы в вузе и школе.
8. Информационные аспекты подготовки специалистов в вузе. Информатизация общества. Информационные процессы.
9. Межкультурная коммуникация.
10. РКИ и РКН в современном лингвокультурном пространстве.

Для участия в работе интернет-конференции и семинара необходимо прислать в адрес оргкомитета **до 15 октября 2014 г.:**

- 1) заявку,
- 2) текст статьи, оформленный в соответствии с требованиями, в электронном варианте,
- 3) копию платежного поручения (реквизиты для оплаты в файле «Требования к оформлению»).

Эл.почта оргкомитета: [yar\\_nauka@mail.ru](mailto:yar_nauka@mail.ru) (Аниськина Наталия Васильевна)

Контактный телефон: (4852) 214554 (кафедра теории коммуникации и рекламы).

Будем рады видеть Вас в числе участников конференции и семинара!

Оргкомитет конференции

## Заявка на участие

Фамилия, имя, отчество	
Место работы/ учебы	
Должность	
Ученая степень	
Ученое звание	
Адрес, индекс	
Телефон:	
E-mail:	
Планируете ли участие в семинаре?	Да/ нет

### **Требования к оформлению текстов:**

1) текст набирается в формате Word, шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал 1, с абзацным отступом 1 см. Заголовок прописными буквами полужирным шрифтом с выравниванием по центру; фамилия и инициалы автора – курсивом, строчными буквами. Поля – 2 см со всех сторон;

2) **сноски** и примечания оформляются в соответствии с существующими стандартами, нумеруются последовательно, приводятся в конце текста; ссылка с номером примечания дается в квадратных скобках, нумерация сквозная, например: [1: 347]. В конце статьи прилагается раздел «Литература» по алфавиту;

3) структура статьи:

- УДК,

- заглавие статьи,

- Ф.И.О. автора(ов), ученое звание, ученая степень, название организации (официальное, без сокращений),

- адрес электронной почты,

- аннотация статьи,

- ключевые слова,

- основной текст статьи,

- литература

**Ф.И.О. автора (ов), заглавие статьи, аннотация, ключевые слова, сведения об авторе (ах) должны быть представлены как на русском, так и на английском языках. Фамилии авторов статей (на английском языке) представляются в международной системе транслитерации, разработанной в Библиотеке Конгресса США. Необходимо следовать правилам транслитерации.** Для удобства транслитерации текста в соответствии со стандартом *BGN* можно воспользоваться ссылкой <http://ru.translit.ru/?account=bgn>, где данная процедура осуществляется автоматически.

Пример оформления:

УДК 811.161.1'42

## **СРАВНЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ КОСМЕТИКИ**

*И.И. Иванова,*

кандидат филологических наук, доцент,  
Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д. Ушинского,  
e-mail: \_\_\_\_\_

**Аннотация.** Статья посвящена анализу средств речевого воздействия в рекламном тексте. На примере рекламы косметики автор рассматривает возможности традиционной трехчленной сравнительной конструкции, а также лексические и синтаксические средства, используемые для выражения значения компаратива и суперлатива. В центре внимания автора - особенности выбора объекта и параметров сравнения, поскольку именно эти компоненты во многом определяют потенциал воздействия сравнения в рекламном тексте.

**Ключевые слова:** рекламный текст, сравнение, речевое воздействие, эксплицитная и имплицитная информация,

## COMPARISON AS A MEANS OF EFFECTING IN COSMETICS ADVERTISING

I.I. Ivanova,  
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor  
Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

*Abstract. The article is devoted to the analysis of means of linguistic manipulation in the advertising copy. On an example of cosmetics advertising, the author considers possibilities of a traditional tripartite comparative construction, and the lexical and syntactic means used for expression of comparative and superlative meanings. In the focus of author's attention - is the features of a choice of object and comparison parameters as these components in many respects determine the potential of impact of comparison in the advertising copy.*

**Keywords:** advertising copy, comparison, linguistic manipulation, explicit and implicit information

Имплицитное сравнение может осуществляться несколькими способами. Взяв за основу классификацию Ф.Г Панкратова, мы рассмотрим особенности каждого из типов на основе примеров, взятых из рекламы косметических средств.

### Литература

1. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.
2. Князев Ю.П. Грамматическая семантика: Русский язык в типологической перспективе. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 704 с.
3. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность / Ф.Г. Панкратов. – М., 2000.

Для участия в конференции необходимо перечислить **120 рублей за страницу**. Оргкомитет гарантирует высылку экземпляра материалов конференции участникам, приславшим материалы и оплатившим стоимость публикации.

**Реквизиты для оплаты:**

ФГБОУ ВПО «ЯГПУ им КД Ушинского»  
150000, г. Ярославль, ул. Республикаанская д. 108

ИИН 7604010220 УФК по Ярославской области (ЯГПУ им. К.Д.Ушинского, л/с 20716U93120), код дохода 000 0 00 00000 00 0000 130.

р/с 40501810478882000002

Отделение Ярославль,

БИК 047888001,

КПП 760401001,

ОКПО-02080173,

ОГРН-1027600676487,

ОКТМО-78701000,

Назначение платежа: за участие в конференции «Человек в информационном пространстве».

Рассылка сборников планируется с 15 по 30 ноября 2014 года.