

CENTRUL DE EXCELENȚĂ FOCSANI LIMBA ȘI LITERATURA ROMÂNĂ

TEMA:Textul nonliterar

Afișul. Articolul de dicționar. Reclama. Articolul de revistă

Textul nonliterar (câteva referințe)

- Este rezultatul observării realității și al transformării acesteia în informație;
- Este bazat pe aspecte adevărate, controlabile, concrete ale realității cotidiene;
- Are drept scop informarea cititorului, dar și transmiterea unor convingeri, încercarea de a-l determina pe acesta să facă/ să creadă un anumit lucru;
- Este folosit aspectul corect, îngrijit al limbii;
- Obiectivitate, claritate, accesibilitate relativă, în funcție de domeniu;
- Sunt prezente uneori clișee de limbaj (formule fixe folosite în diverse acte oficiale, scrisori etc.)
- În textele științifice sunt prezenți termeni specifici unui anumit domeniu de cercetare;
- Se referă la persoane reale, din punct de vedere individual, comunitar, etnic, național etc.;
- Prezintă o mare varietate de forme: texte de lege, rețete, prospecte de medicamente, instrucțiuni de montare/utilizare a aparatelor, ghiduri turistice, reclame, articole de ziar sau revistă, știri, interviuri, anunțuri de mică publicitate, lucrări științifice etc.).

Câteva abordări ale textului nonliterar

1.Articolul de dicționar

Dicționarele sunt opere lexicografice care înregistrează cuvintele unei limbi în ordine strict alfabetică. Lexicografia este considerată ca o ramură a științei limbii(lingvisticii) care se ocupă de explicarea și definirea sensurilor cuvintelor, clasificarea cuvintelor și înregistrarea cuvintelor în dicționare, enciclopedii, glosare etc.

Cele mai importante dicționare pentru publicul larg,mai ales pentru elevi, sunt:

- a. Dicționarul Explicativ al Limbii române(DEX)
- b. Dicționarul Ortografic, Ortoepic și Morfologic al Limbii române
- c. dicționarele bilingve(pentru studierea limbilor străine) etc.

Articolul de dicționar este o expresie care indică unitatea de bază existentă în conținutul unui dicționar, adică:

- 1.cuvântul-titlu (forma de bază a cuvântului)
2. informații despre cuvântul-titlu(fonetice, lexicale, semantice, morfologice)
 - 2.1. indicarea clasei lui gramaticale(valoarea morfologică/parte de vorbire)
 - 2.2. explicarea sensului de bază, propriu
 - 2.3. eplicații de sens/sensuri figurate
 - 2.4. sinonime
 - 2.5. exemple de folosire în comunicare(sensuri în diferite contexte)
 - 2.6. exemple de folosire în diferite expresii
 - 2.7. apartenența lui la o categorie de cuvinte(ex. arhaism, regionalism, neologism etc.)
 - 2.8. modul de formare(derivare, compunere, conversiune, abreviere)
 - 2.9. pronunțare, despărțire în silabe, accentuare etc.
 - 2.10. originea cuvântului(limba din care provine)

Notă: Pentru a înțelege corect și deplin ceea ce comunică articolul de dicționar, trebuie studiate indicațiile care se dau pentru utilizarea lui. Indicațiile se găsesc în paginile de la începutul dicționarului.

Exemplu: „Publicitate” (< fr.) s. f. 1. Faptul de a face ceva cunoscut publicului; răspândire a unei informații în public. ♦ Ansamblul mesajelor transmise pentru orientarea comportamentului cumpărătorilor sau pentru influențarea opiniei acestora, în sens favorabil față de un produs sau serviciu. Principalele mijloace de publicitate sunt: presa scrisă, radioul și televiziunea, ambalajele, cataloagele, panourile, pliantele, afișele etc. ♦ Mica publicitate = rubrică sau pagină într-un ziar în care se publică, contra plată, cereri și oferte de serviciu, anunțuri de vânzări și cumpărări, înștiințări cu caracter personal etc.; totalitatea anunțurilor pe care le publică această rubrică sau pagină. ♦ Agenție (sau birou) de publicitate = loc în care se pot da, pentru a fi publicate în periodice sau difuzate prin radio, televiziune etc., anunțuri cu caracter publicitar. ♦ Agent de publicitate = persoană angajată de o firmă oarecare pentru a prezenta mărfurile firmei respective și a le face reclamă. Expr. A da publicității = a anunța în mod public, a publica. 2. (Dr.) Principiul publicității = principiu al dreptului procesual, în temeiul căruia soluționarea litigiilor se face, cu unele excepții, în ședință publică. 3. (Dr.) publicitate imobiliară = sistem de aducere la cunoștința celor interesați a actelor de dobândire, modificare sau stingere a drepturilor reale imobiliare prin transcrierea actelor sau, în cazul cărților funciare, prin înscrierea drepturilor în anumite registre. Agent (de) publicitate s.m. Angajat al unei firme de publicitate care caută noi clienți și ține legătura cu ei.”

2. Afișul este o înștiințare publică, tipărită (uneori e desenată), care se fixează sau se distribuie în anumite locuri pentru a anunța ceva (un eveniment care ține de viața culturală, sportivă, politică, administrativ-gospodărească).

Prin intermediul afișului se precizează locul și data desfășurării evenimentului, cine organizează sau participă. Plasarea afișelor se face în spații special amenajate în acest scop. Într-o societate civilizată afișele rămân până la retragerea lor de către persoanele însărcinate cu aceasta. Ruperea afișelor, murdărirea lor, colorarea sau scrierea pe ele denotă lipsă de civilizație.

Un afiș trebuie să cuprindă:

- organizatorul
- evenimentul propriu-zis
- ziua, data, ora
- locul desfășurării
- condițiile de participare
- maniere diferite de evidențiere a unora dintre elementele afișului (litere de diferite

tipuri, culori, dimensiuni, imagini sugestive, etc.)

Exemplu:



3. Publicitatea (reclama) se ocupă cu promovarea bunurilor, serviciilor, companiilor și ideilor, de cele mai multe ori prin mesaje plătite. Situându-se în categoria discursului public, textul publicitar se caracterizează prin următoarele trăsături:

-Prezintă într-un mod concis și atrăgător un produs pentru a convinge publicul de importanța și utilitatea sa;

-Are o difuzare socială pe scară largă;

-Publicitatea este o construcție unitară în care sloganul, textul și imaginea sunt dimensiuni inseparabile ale unui sens global.

Știați că: *Cea mai veche formă de reclamă datează din China în secolele XI-VII î.Ch., când existau poezii și cântece cântate și recitate de vânzătorii de diverse produse alimentare?*

Structura textului unei reclame:

- promisiunea avantajului (titlul)
- expunerea promisiunii (subtitlul, opțional)
- detalierea poveștii (dacă este necesar)
- probarea afirmației (dacă este necesar)
- acțiunea care trebuie întreprinsă (dacă nu este evidentă) .

Exemplu:



“ **Mai bine de 100 de ani, Pelikan a influențat evoluția instrumentelor de scris: numeroase patente și inovații au făcut istorie în domeniu.**

Pelikan a fost și este de decenii un leader pe piață. Firma a evoluat: atât produsele clasice, cât și noile produse atrag în continuare atenția... Brandul Pelikan sugerează calitate, tradiție, inovație și așa va rămâne și în viitor.

Stiloul poate fi și un accesoriu deoarece poate completa ținuta vestimentară a unei persoane.

Tendința consumatorilor este de a se orienta către produse de brand deoarece firma garantează calitatea, iar la semnalarea unor eventuale nereguli produsul este înlocuit cu unul nou.”

4.Articolul – expunere scrisă cu caracter publicistic pe diverse teme.

-Describe/redă o temă/subiect;

-Tratează explicit, clar și concis tema/subiectul;

-Este obiectiv;

-Este bine documentat;

-Folosește o limbă elegantă, corectă gramatical și adoptă un anumit stil de exprimare;

-Conține imagini, potrivite cu tema/subiectul propus.

Structură:

-Titlul (să aibă rol informativ și incitant);

-Un scurt rezumat al textului (chapeaul);

-Un element incitant care urmărește să creeze suspans și să determine continuarea lecturii articolului (intertitul).

-Redactarea articolului;

- Articolul este însoțit și de o imagine, potrivită cu subiectul ales.

Atenție!- Finalul nu trebuie să conțină concluzii, sentințe sau judecăți de valoare.

Subiecte de lucru:

1.Elaborează un articol, destinat unei reviste, în care să surprinzi frumusețea și măreția perlelor naturii- Babele și Sfinxul.

2.Redactează o reclamă, în care să prezinți o revistă a școlii, astfel încât să determini cititorii să o cumpere.

3. Concepe un afişprin care să anunţi faptul că în şcoala ta are loc o expoziţie, cu vânzare de măţişoare realizate de elevi.

Subiect propus de: Alstanei Mihaela
Stoica Mădălina