



Biuletyn Polonistyczny

28.01.2021

Data wydarzenia: 22.03.2021 - 23.03.2021

Kreatywność językowa w marketingu

Typ wydarzenia: Konferencja

Organizatorzy: Uniwersytet Łódzki

Grupy docelowe: Studenci, Doktoranci, Doktorzy

Koło Naukowe Językoznawców działające przy Zakładzie Współczesnego Języka Polskiego Uniwersytetu Łódzkiego z wielką przyjemnością zaprasza do udziału w ogólnopolskiej konferencji naukowej młodych badaczy pt. *Kreatywność językowa w marketingu*, która odbędzie się w dniach 22–23 marca 2021 r. za pośrednictwem aplikacji MS Teams. Zaproszenie kierujemy do studentów, doktorantów i młodych doktorów reprezentujących filologię polską, filologię obce, dziennikarstwo, medioznawstwo, komunikację społeczną i kierunki pokrewne.

Już po raz czwarty chcielibyśmy zachęcić Państwa do udziału w dyskusji dotyczącej kreatywności językowej, która stanowiła przedmiot rozważań w ubiegłych latach podczas konferencji: *Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)* (2014), *Kreatywność językowa w przestrzeni publicznej* (2016) oraz *Kreatywność językowa w komunikacji internetowej* (2018). Tym razem centrum naszego zainteresowania postanowiliśmy uczynić kreatywne zabiegi językowe i tekstowe wykorzystywane w marketingu.

Rosnące znaczenie internetu jako medium komunikacyjnego sprawia, że pojawia się coraz więcej strategii marketingowych opartych na doborze środków językowych oddziałujących na odbiorcę ze względu na nietypową formę. Im bardziej oryginalny czy wręcz kontrowersyjny jest przekaz reklamowy, tym większe zainteresowanie wzbudza on u konsumentów. Język i tekst stanowią – obok środków pozawerbalnych – podstawowe narzędzia marketingowe służące do wywierania wpływu na odbiorcę. Jako językoznawcy chcielibyśmy, aby tematyka referatów koncentrowała się wokół przejawów **kreatywności językowej** w różnych rodzajach działań marketingowych.

Proponujemy następujący zakres zagadnień:

- środki językowe w reklamie prasowej, radiowej, telewizyjnej, internetowej, outdoorowej,
- style funkcjonalne języka w reklamie,

Biuletyn Polonistyczny

- metaforyka, frazeologia, intertekstualność i słowotwórstwo w przekazach reklamowych,
- dobór środków językowych a grupa docelowa, np. trendy feministyczne, slang młodzieżowy, regionalizmy w marketingu,
- infantylicyzacja, brutalizacja, wulgaryzacja języka reklamy,
- kreatywność a gatunki wypowiedzi marketingowych,
- budowanie narracji w reklamie i biznesie (storytelling),
- wykorzystanie języka mediów społecznościowych w marketingu, np. hashtagi,
- grzeczność i niegrzeczność językowa w reklamie,
- wartościowanie w przekazach reklamowych,
- wykorzystanie skojarzeń i aluzji, np. real-time marketing,
- językowe środki perswazji i manipulacji w marketingu,
- humor i karnawalizacja języka w marketingu politycznym,
- nazwy własne i slogany reklamowe.

Dopuszczamy możliwość rozszerzenia dyskusji o zagadnienia zaproponowane przez uczestników. Przewidywany czas wystąpienia to 20 minut.

Prosimy o wypełnienie i przesłanie formularza zgłoszeniowego **do 15 lutego 2021 r.**

Opłata konferencyjna wynosi **150 zł** i obejmuje koszt zdalnego udziału w konferencji i publikacji o charakterze monograficznym. Wygłoszone referaty zostaną wydane po otrzymaniu pozytywnych recenzji.

Po zaakceptowaniu przez organizatorów przesłanych zgłoszeń powiadomimy Państwa o szczegółach związanych z płatnością.

Bieżące komunikaty dotyczące konferencji mogą Państwo śledzić na stronie wydarzenia na Facebooku.

Komitet naukowy konferencji

dr Katarzyna Burska

dr Bartłomiej Cieśla

Sekretarze konferencji

mgr Beata Kacperska

mgr Aleksandra Kujawiak

Regulamin konferencji dostępny tutaj.

Biuletyn Polonistyczny

Data zgłaszania prelegentów: 15.02.2021

Opłata: 150 zł

Linki:

- https://www.facebook.com/events/3399318230195512/?active_tab=about
- <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=7xpEYw7al0O7fvnUcF6WO7q3mQn5IWVlqVIHrtb1R1IUODBDR1czT0k4MkRFUEtDRk9B>

Słowa kluczowe: kreatywność, reklama, media społecznościowe, marketing