

Е.Н. Сердобинцева

СТРУКТУРА И ЯЗЫК РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Учебное пособие

4-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2016

УДК 659.131+811.161.1(075.8)
ББК 76.006=81.2Рус-5
С32

Сердобинцева Е.Н.

С32 Структура и язык рекламных текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.Н. Сердобинцева. — 4-е изд., стер.— М. : ФЛИНТА, 2016. — 160 с.

ISBN 978-5-9765-0910-8

В учебном пособии дается определение рекламы, рассматриваются ее целевое назначение и виды. На основе анализа большого фактического материала (более 500 текстов), который базируется на научных данных психофизиологического восприятия человеком текста, определяется структура современного рекламного объявления, выявляются разноуровневые языковые особенности, характерные для рекламного текста вообще и для рекламного текста определенной целевой аудитории в частности. После каждого раздела приведены контрольные вопросы и практические задания. В конце пособия помещены рекламные иллюстрации.

Для специалистов рекламного бизнеса, журналистов, специалистов по связям с общественностью, студентов-лингвистов.

УДК 659.131+811.161.1(075.8)

ББК 76.006=81.2Рус-5

ISBN 978-5-9765-0910-8

© Сердобинцева Е.Н., 2016

© Издательство «Флинта», 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
1. Текст — основа рекламы	5
1.1. Определение рекламы	5
1.2. Психофизиологические факторы восприятия текста	7
1.3. Виды рекламы	27
1.4. Цель и задачи рекламы	33
1.5. Структура рекламного текста	35
1.5.1. Заголовок и подзаголовок	35
1.5.2. Основной текст	40
1.5.3. Подписи и комментарии	43
1.5.4. Слоган	43
1.6. Языковые средства рекламы	48
1.6.1. Фонетические средства оформления рекламного текста	49
1.6.2. Лексическое оформление рекламы	52
1.6.3. Грамматические средства языка в оформлении рекламного текста	53
1.6.4. Синтаксические средства в рекламном тексте	55
1.6.5. Стилистическое оформление слогана	56
2. Рекламные тексты и целевые аудитории	70
2.1. Целевая аудитория рекламы	70
2.2. Структура и языковые особенности рекламных текстов, адресованных разным целевым группам	70
2.2.1. Реклама для женщин	70
2.2.2. Реклама, адресованная мужчинам	92
2.2.3. Реклама, адресованная молодежи	100
2.2.4. Реклама лекарственных средств для целевой группы «Заболевшие люди»	104
2.2.5. Реклама, адресованная любителям животных	109
2.2.6. Реклама для людей, пользующихся услугами банков	110
2.2.7. Реклама пластиковых окон, адресованная владельцам жилья и строителям	111
Заключение	124
Библиография	128
<i>Приложение 1</i>	130
<i>Приложение 2</i>	139