

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

**С. Н. Прохорова**

# **РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС**

*Текст лекций*

*Рекомендовано*

*Научно-методическим советом университета  
для студентов, обучающихся по направлению Филология*

Ярославль  
ЯрГУ  
2013

УДК 659(072)  
ББК Ш100я73  
П84

*Рекомендовано  
Редакционно-издательским советом университета  
в качестве учебного издания. План 2013 года.*

Рецензенты:  
канд. полит. наук, доцент ГАПМ им. Н. П. Пастухова  
С. Б. Кудачкова;  
кафедра массовых коммуникаций  
и социально-культурного сервиса МУБиНТ

**Прохорова, Светлана Николаевна.**  
П84 Рекламный дискурс: текст лекций / С. Н. Прохорова;  
Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ,  
2013. — 72 с.

ISBN 978-5-8397-0951-5

Текст лекций содержит теоретический материал к курсу «Рекламный дискурс», задания для практических занятий и самостоятельной работы, список рекомендуемой литературы. Теоретический материал опирается на результаты анализа трехсот текстов печатной рекламы, проведенного автором издания.

Предназначен для студентов, обучающихся по направлению 032700.68 Филология (дисциплина «Рекламный дискурс», цикл М2), очной формы обучения.

**ISBN 978-5-8397-0951-5**

УДК 659(072)  
ББК Ш100я73

© ЯрГУ, 2013

## Оглавление

Введение .....	3
<b>Тема 1. Основные понятия и исторические формы рекламного дискурса .....</b>	<b>4</b>
<b>Тема 2. Модель рекламной коммуникации .....</b>	<b>12</b>
2.1. Рекламная коммуникация как особый вид социальной массовой коммуникации.....	12
2.2. Рекламная коммуникация как особый вид маркетинговой коммуникации .....	15
2.3. Модель рекламной коммуникации.	
Участники рекламной коммуникации.....	16
<b>Тема 3. Модель рекламного сообщения.....</b>	<b>24</b>
3.1. Формальные признаки рекламного сообщения .....	24
3.2. Базовая модель рекламного текста .....	25
3.3. Рекламный заголовок .....	27
3.4. Основной рекламный текст (ОРТ).....	28
3.5. Справочные сведения.....	31
3.6. Слоган .....	32
3.7. Изображение в рекламном сообщении .....	34
3.8. Варианты расположения композиционных компонентов в тексте рекламы .....	38
<b>Тема 4. Разновидности рекламных дискурсов. Жанровые особенности рекламных сообщений .....</b>	<b>41</b>
<b>Тема 5. Приемы построения рекламного сообщения .....</b>	<b>44</b>
5.1. Порционная подача текстового материала и прием монтажа.....	44
5.2. Шрифтовое и цветовое выделение слов и предложений.....	53
5.3. Морфологические особенности рекламного текста .....	54
5.4. Синтаксические средства организации коммуникации ..	62
Рекомендуемая литература.....	67