

Оглавление

Предисловие	5
Сведения об авторах.....	7
Вместо введения.....	9
Глава 1	
РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	18
1.1. Реклама как дискурс	18
1.2. Когнитивные мотивы и дискурсы рекламы (коммерческая коммуникация).....	40
1.3. Концепты и символы рекламной коммуникации.....	64
1.4. Особенности современной рекламной коммуникации: взаимодействие и воздействие.....	76
1.5. Национальная культура как источник создания рекламных текстов.....	84
Глава 2	
ЯЗЫК РЕКЛАМЫ	95
2.1. Стилистический аспект современной рекламы	95
2.2. Термин в рекламном дискурсе.....	99
2.3. Языковые особенности рекламной странички в традиционных видах газет.....	103
2.4. Речевые особенности рекламы туристской сферы.....	113

2.5. Синтаксические и композиционные принципы построения рекламы. Газетно-журнальная коммуникация	119
2.6. Речевые модели построения в рекламных произведениях	140
2.7. Классификация рекламного слогана	147
2.8. Речевая культура современного общества через призму рекламы	169
2.9. Язык рекламы в контексте глобализации и этнизации	177

Глава 3

РЕКЛАМНЫЕ ЖАНРЫ 205

3.1. Объявление – реклама – рекламное объявление (к уточнению характеристики жанра)	205
3.2. Претензия одного жанра на преобразование структуры современного русского литературного языка (о силе рекламы)	215
3.3. Имплиcitный смысл номинативного рекламного объявления	223
3.4. Жанр рекламного объявления в аспекте его коммуникативных, речевых и языковых характеристик (на материале радиорекламы)	227
3.5. Особенности жанров телевизионной рекламы	242
3.6. Текст рекламной газеты	252

Библиографический список 257

Глоссарий 261

Приложения 270

Приложение 1. Язык рекламного дела	270
Приложение 2. Обучающая коммуникативная игра «Копирайтер»	277
Приложение 3. Рабочая программа	283