

# Тема урока:

- **Текст**

**рекламного**

**объявления**

**Реклама - англ. reclaim – привлечь к себе внимание, от лат. reclamare – выкрикиваю.**

**Реклама – это особый вид текста, это информация о товарах, различных видах услуг с целью оповещения потребителей и создания спроса на товары и услуги.**

**Цель рекламного текста – привлечь внимание, сообщить краткую, но убедительную информацию.**

# ***Актуальность***

- **Сегодня актуальность рекламы не вызывает сомнения, так как она играет ключевую роль в развитии рыночной экономики является важным аспектом не только в бизнесе, но и в жизни общества.**

# Реклама

- 1) информация о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью их реализации (продажи), создание спроса на них.
- 2) Распространение сведений о лице, организации, произведении литературы и искусства и т.д. с целью создания им популярности (известности).

***Рекламист*** –  
**составитель рекламы.**

***Копирайтер***

**(от англ, *copyright* – авторское  
право) – составитель  
рекламных текстов, слоганов.**

# КОМПОЗИЦИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

## Элементы рекламного текста:

- заголовок;
- основной текст;
- рекламный слоган.



**DURACELL**

1 батарейка = 2 жизни

**СКИНКОС!**

Дорогие участницы!

С 8 по 18 ноября подбери записку и получи участие в тестировании, ставши на простом вопросе. Вы сможете получить одну из 1000 наборов полноразмерных батареек Duracell Turbo Max!

Правила:  
1. В конкурсе могут участвовать только зарегистрированные пользователи.  
2. Максимальное количество ответов на вопрос – одно.  
3. Конкурс проводится с 8 по 18 ноября.  
4. Организатор: ООО «Дюраселл Рус»

A small version of the pink rabbit mascot from the previous image, holding a Duracell battery. The background is dark with a spotlight effect on the battery and the rabbit.

# структура рекламного текста

**заголовок**

**Основной  
текст**

**Слоган  
(девиз, лозунг)**

**Дополнительная  
информация**



# *Заголовок рекламы*

Основная информация о товаре, его качества, и достоинства перед конкурентами. Убедить покупателя в том, что ему необходимо приобрести именно этот товар.

- Основная информация о товаре, его качества, и достоинства перед конкурентами. Убедить покупателя в том, что ему необходимо приобрести именно этот товар.



# ***Рекламный текст***

- «Рекламный девиз» - привлекает внимание потребителя, побуждает его к действию. По мнению исследователей, слоган- это «ударный инструмент рекламы».
- «Рекламный девиз» - привлекает внимание потребителя, побуждает его к действию. По мнению исследователей, слоган- это «ударный инструмент рекламы».

# ***Слоган***

- **Слоган** – (англ.) девиз, лозунг, призыв, рекламная формула – это постоянный рекламный девиз фирмы, который используется почти так же часто, как и товарный знак, а в звуковой рекламе заменяет его.

## • *Глаголы*

Глагол обозначает действие, он обладает скрытой динамикой, движением и имеет гораздо большую побудительную силу, чем другие части речи. Особенно полезно в рекламе использовать глаголы в повелительном наклонении, так называемые побудительные конструкции.

*Сделай паузу-скушай Twix!*

*Не тормози – сникерсни!*

**Сравните два текста рекламы и скажите, какое рекламное объявление лучше работает? Объясните, почему?**

- **Фирма «Накорми-ка» предлагает макароны, крупу, яйца, молочные продукты. Есть скидки!**
- **У нас хороший товар, качественное сырье, удобная доставка продуктов до дома, поэтому в нашем магазине приятно совершать покупки.**
- **Справки по телефону: 333-222-222.**

# Голоден?

- Хочешь питаться вкусно, правильно и недорого?
- «Накорми-ка» семью натуральными продуктами! Долой химию!
- Да здравствует натуральная еда!  
Доставим прямо к вашему столу самое лучшее.
- Много купишь – скидку получишь!
- За стол родню свою зови и нам скорее позвони: **333-222-222.**

**Рекламный слоган —**  
**это краткая**  
**запоминающаяся фраза,**  
**которая передаёт в**  
**яркой образной форме**  
**основную идею**  
**рекламной акции.**

# Особенности языка рекламы:

- *Заключение*
- *Реклама - особый вид делового текста.*
- *Основные части рекламного текста - заголовок, основной текст, слоган.*
- *Особенности языка рекламы: образность, афористичность, лаконичность, синтаксическая расчленённость, диалогичность.*
- *Основные языковые средства рекламы :изобразительно-выразительные средства языка (ритм, рифма, метафоры, сравнения, каламбуры, гиперболы, повторения, эпитеты) , синтаксис (простые, сложносочиненные предложения) , грамматика (существительные, глаголы, прилагательные).*

# Выразительные средства, используемые в рекламе

- ❖ Часто используются глаголы в повелительном наклонении, **побудительные предложения**



называемый призыв, побуждающий человека к действию того или иного рода.



# Языковые средства

<p><b>Эмоциональные средства выразительности</b></p>	<p>Эпитеты, метафоры, сравнения, лексические повторы, градация, фразеологизмы, термины в переносном смысле</p>
<p><b>Синтаксические особенности</b></p>	<p>Риторические вопросы и восклицания</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- повторы, синтаксический параллелизм</li><li>- присоединительные конструкции, вопросительные, восклицательные, побудительные предложения</li><li>- вводные слова и предложения</li><li>- причастные и деепричастные обороты</li><li>- сложные синтаксические конструкции</li><li>- распространённые обращения</li></ul>

# Выразительные средства, используемые в рекламе



Часто используется  
такой  
стилистический  
прием, как **сравнение**.

Качество предмета, его  
свойства сравниваются  
с качеством другого,  
предполагаемого, т. е.  
без названия, предмета.

# Языковые приемы речевого воздействия

На фонетическом уровне создатели рекламных текстов чаще всего применяют:

- аллитерация («ВЫИГРАЙ ТУР В ТУРЦИЮ!»);
- анафора («Всегда свежий. Всегда к месту»);
- подражание определенным звукам («Ваша киска купила бы Wiskas»);
- наличие рифмы («Есть идея, есть ИКЕА»);
- игра с омофонами, омографами и омофорами

(«Просыпаются дүхи весны. Манящие духи «Весны» для любимых»).



Содержание рекламного объявления, как правило, отвечает так называемой формуле **AIDCA**.

внимание (**a**ttention)

интерес (**i**nterest)

желание (**d**esire)

доверие (**c**onfidence)

требование покупательного действия (**a**ction).



# Домашнее задание:

- Найдите в СМИ примеры рекламных текстов, которым бы вы дали оценку:  
«Смешная реклама»,
- «Самая убедительная реклама»,  
«Ложная реклама»,
- «Вредная реклама».
- «Слоганы вашей любимой команды».
- «Ваша реклама о любом товаре».