

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ – МАГИСТРАТУРА

серия основана в 1996 г.



МАРКЕТИНГОВАЯ ЛИНГВИСТИКА

УЧЕБНИК

Под редакцией *Л.М. Гончаровой* и *О.А. Ксензенко*

znanium.com

электронно-библиотечная система

Москва
ИНФРА-М
2023

УДК 659+81`33(075.8)
ББК 60.842:81.1я73
М25

*Исследование выполнено при поддержке
Междисциплинарной научно-образовательной школы
Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова
«Сохранение мирового культурно-исторического наследия»*

Рецензенты:

Добросклонская Т.В., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры лингвистики, межкультурной коммуникации и перевода факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова;

Киуру К.В., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики Челябинского государственного университета

Маркетинговая лингвистика : учебник / под ред. Л.М. Гончаровой
М25 и О.А. Ксензенко. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 290 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1862771.

ISBN 978-5-16-017598-0 (print)

ISBN 978-5-16-110138-4 (online)

В настоящее время внимание лингвистов привлекают языковые средства, реализующие маркетинговую модель потребительского поведения и обеспечивающие принятие реципиентом решения о покупке. Подобные исследования привели к формированию нового интегративного направления — маркетинговой лингвистики. Цель данного учебника — отразить специфику воздействия на адресата в маркетинговой коммуникации через использование лингвистических средств.

Соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования последнего поколения.

Для магистрантов, аспирантов, обучающихся по направлениям подготовки «Лингвистика», «Отечественная филология», «Филологическое обеспечение связей с общественностью», «Реклама и связи с общественностью», «Маркетинг», а также исследователей и практиков, занимающихся вопросами рекламы и PR.

УДК 659+81`33(075.8)
ББК 60.842:81.1я73

ISBN 978-5-16-017598-0 (print)
ISBN 978-5-16-110138-4 (online)

© Коллектив авторов, 2023

Авторский коллектив

Любовь Марковна Гончарова, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и русского языкознания Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина, заведующий кафедрой сервиса и бизнес-коммуникаций Российского нового университета (общее редактирование — совместно с О.А. Ксензенко; введение — совместно с О.А. Ксензенко; гл. 1: 1.1; гл. 2: 2.1, 2.4, 2.5; гл. 3: 3.1, 3.3; гл. 4: 4.1, 4.2; приложение);

Оксана Александровна Ксензенко, доктор филологических наук, доцент кафедры теории преподавания иностранных языков факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (общее редактирование — совместно с Л.М. Гончаровой; введение — совместно с Л.М. Гончаровой; гл. 1: 1.2, 1.3 — совместно с Е.П. Марченко; гл. 2: 2.3 — совместно с Е.П. Марченко);

Елена Павловна Марченко, лингвист, менеджер проектов Информационного телеграфного агентства России (ИТАР-ТАСС) (гл. 1: 1.3 — совместно с О.А. Ксензенко; гл. 2: 2.3 — совместно с О.А. Ксензенко);

Елена Вячеславовна Медведева, кандидат филологических наук, доцент кафедры региональных исследований факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (гл. 2: 2.2; гл. 3: 3.2, 3.4);

Татьяна Михайловна Надеина, доктор филологических наук, профессор кафедры судебных экспертиз Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) (гл. 1: 1.4; глоссарий);

Юлия Олеговна Соловьева, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (гл. 4: 4.3);

Елена Александровна Чубина, кандидат педагогических наук, директор Института судебных экспертиз, доцент кафедры судебных экспертиз Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) (гл. 4: 4.4).

Оглавление

Авторский коллектив.....	3
Введение	4
Глава 1. МАРКЕТИНГОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ	7
1.1. Маркетинговая лингвистика.....	7
<i>Вопросы и задания</i>	<i>12</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>12</i>
1.2. Основные предметные понятия маркетинговой лингвистики:	
маркетинговая коммуникация, комплекс продвижения, реклама	12
<i>Вопросы и задания</i>	<i>22</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>23</i>
1.3. Системообразующие признаки связей с общественностью	
в интегрированных маркетинговых коммуникациях.....	23
<i>Вопросы и задания</i>	<i>33</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>34</i>
1.4. Термин в маркетинговой коммуникации.....	34
<i>Вопросы и задания</i>	<i>41</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>42</i>
Глава 2. МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АДРЕСАТА	
В МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ. ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ	
СОЗДАНИЯ ПРОДАЮЩИХ, ПРОДВИГАЮЩИХ	
И ИМИДЖЕВЫХ ТЕКСТОВ	43
2.1. Рациональные и эмоциональные составляющие рекламного текста.....	43
<i>Вопросы и задания</i>	<i>57</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>57</i>
2.2. Языковые способы манипулирования в рекламе.....	57
<i>Вопросы и задания</i>	<i>75</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>76</i>
2.3. Особенности реализации речевого воздействия в сфере связей	
с общественностью	77
<i>Вопросы и задания</i>	<i>84</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>85</i>
2.4. Жанровая трансформация PR-текстов в эпоху цифровизации	86
<i>Вопросы и задания</i>	<i>100</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>100</i>
2.5. Нейминг в рекламе	100
<i>Вопросы и задания</i>	<i>122</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>122</i>
Глава 3. ЛИНГВОСТИЛИСТИКА РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	123
3.1. Рекламный текст в маркетинговой коммуникации.....	123
<i>Вопросы и задания</i>	<i>126</i>
<i>Рекомендуемая литература</i>	<i>127</i>

3.2.	Стилистические аспекты современной рекламы	127
	<i>Вопросы и задания</i>	150
	<i>Рекомендуемая литература</i>	151
3.3.	Рекламные жанры	152
	<i>Вопросы и задания</i>	161
	<i>Рекомендуемая литература</i>	161
3.4.	Классификация рекламных слоганов	162
	<i>Вопросы и задания</i>	179
	<i>Рекомендуемая литература</i>	180
Глава 4. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА В СОЦИУМЕ.....		181
4.1.	PR-тексты архитектурно-строительной отрасли	181
	<i>Вопросы и задания</i>	190
	<i>Рекомендуемая литература</i>	190
4.2.	Прагмалингвистические характеристики рекламы в туризме	190
	<i>Вопросы и задания</i>	205
	<i>Рекомендуемая литература</i>	205
4.3.	Лингвистилистические характеристики рекламы в сфере права	206
	<i>Вопросы и задания</i>	213
	<i>Рекомендуемая литература</i>	213
4.4.	Использование специальных знаний с целью разрешения ситуаций споров и конфликтов в сфере рекламы	214
	<i>Вопросы и задания</i>	237
	<i>Рекомендуемая литература</i>	242
Глоссарий.....		245
Список использованной литературы		255
<i>Приложение. Рабочая программа «Маркетинговая лингвистика»</i>		<i>273</i>

По вопросам приобретения книг обращайтесь:
Отдел продаж «ИНФРА-М» (оптовая продажа):
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел. (495) 280-33-86 (доб. 222, 564)
E-mail: books@infra-m.ru

•

Отдел «Книга—почтой»:
тел. (495) 280-33-86 (доб. 222)

ФЗ № 436-ФЗ	Издание не подлежит маркировке в соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 1
----------------	--

Учебное издание

МАРКЕТИНГОВАЯ ЛИНГВИСТИКА

УЧЕБНИК

Под редакцией *Л.М. Гончаровой* и *О.А. Ксензенко*

Оригинал-макет подготовлен в НИЦ ИНФРА-М
ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел.: (495) 280-15-96, 280-33-86. Факс: (495) 280-36-29
E-mail: books@infra-m.ru <http://www.infra-m.ru>

Подписано в печать 26.07.2023.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Гарнитура Petersburg.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 18,13.
Тираж 500 экз. (I — 50). Заказ № 00000
ТК 750225-1862771-260723

Отпечатано в типографии ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»
127214, Москва, ул. Полярная, д. 31В, стр. 1
Тел.: (495) 280-15-96, 280-33-86. Факс: (495) 280-36-29