

Anotace.

Autoři reklamních textů neustále hledají co nejefektivnější způsoby, jak upoutat pozornost příjemce. Využití precedentních jevů v reklamě může zvýšit její účinnost. Práce popisuje různé druhy reklamy, ale i typy precedentních jevů a jejich funkční a sémantickou specifičnost. Cílem této studie je analyzovat rysy použití precedentních jevů v ruské reklamě a identifikovat různé typy precedentních jevů používaných v reklamních textech. Kromě toho je důležitou součástí práce databáze reklamních textů obsahujících precedentní jevy.