**Типовые вопросы к эксперту**

по спорным речевым произведениям, имеющим рекламную направленность

1. Каковы признаки рекламного текста? Является ли данный текст рекламным?
2. Что является объектом рекламирования? Каково количество рекламируемых объектов?
3. В какой форме – утверждения о фактах или оценочного суждения – представлена информация в рекламном тексте?
4. Кто является непосредственным адресатом данного рекламного текста?  
   Имеется ли в рекламном сообщении сравнение?
5. Имеются ли в рекламном сообщении сведения о товарах (услугах) других компаний? Носят ли данные сведения негативный характер?
6. Используются ли в рекламном сообщении языковые средства, искажающие смысл информации или формирующие дополнительные смыслы?
7. Формирует ли реклама негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждает таких лиц?
8. Имеются ли в тексте призывы? Каково их содержание?
9. Имеются ли в тексте иностранные слова и выражения, искажающие смысл информации?  
   Построен ли текст в соответствии с речевой стратегией дискредитации?
10. Содержит ли рекламное сообщение пропаганду (алкоголя, наркотиков и др.)?
11. Содержатся ли в рекламном тексте непристойные и неприличные смыслы и образы?
12. Про