

## ФИЛОЛОГИЯ

*А.В. Николаева, Н.А. Ляшенко*

*(Южный федеральный университет. г. Ростов-На-Дону, Россия)*

### **Реализация речевых стратегий и тактик в рекламных текстах**

Рассматривается классификация речевых стратегий и тактик, которые используются в рекламных текстах и слоганах в современном английском языке. В результате исследования было выявлено 5 речевых стратегий, а именно: трюизмы, иллюзия выбора, пресуппозиции, дифференциация, отрицание. Перечисленные стратегии реализуются в рекламных текстах, ориентированных на определенную целевую аудиторию – мужчин среднего возраста – посредством определенных речевых тактик. Это тактики уникальных предложений, юмора, неформальности, обращение к авторитету, провокации. В свою очередь, обозначенные стратегии и тактики реализуются в рекламном тексте путем использования морфологических, лексических и синтаксических единиц. Лексические единицы – слова, имеющие общее значение уникальности, а также средства морфологические – прилагательные в сравнительной и превосходной степенях являются эксплицитным средством реализации стратегий и тактик в нашем исследовании.

Ключевые слова: речевые стратегии и тактики, трюизмы, иллюзия выбора, пресуппозиции, дифференциация, отрицание.

*14 августа 2017 г.*

---