

ФИЛОЛОГИЯ

А.О. Маслакова, В.А.Собянина

(Московский городской педагогический университет. г. Москва, Россия)

Сенсорные метафоры в англоязычной рекламе продуктов питания

На материале английской рекламы продуктов питания рассматривается сенсорная метафора как вид антропоцентрической метафоры. Метафора обладает выразительностью и способностью оказать эмоциональное воздействие на покупателя. Анализируются особенности метафорического переноса и его механизм, выявляются наиболее частотные лексические единицы, обладающие метафорическим значением в английском рекламном дискурсе, включая рекламу продуктов питания.

Ключевые слова: метафора, антропоцентрическая метафора, сенсорная метафора, рекламный дискурс, метафорический перенос.

10 марта 2020 г.
