

ФИЛОЛОГИЯ

Е.В. Федорович

(Ростовский юридический институт министерства внутренних дел Российской Федерации)

Лексико-стилистические особенности выразительности рекламных слоганов в современном английском языке

Реклама формирует общественное сознание, культивирует стандартизированное общее представление о правильном современном укладе жизни. Чтобы заинтересовать потребителя при создании рекламного слогана используется весь арсенал языковых и неязыковых средств для наиболее эффективного воздействия на реципиентов. Стилистическая сторона рекламного слогана заслуживает особого внимания, поскольку слоганы содержат различные средства художественной выразительности, которые способствуют достижению основных целей создателей рекламных слоганов – выделению товара или услуги на общем конкурентном фоне. Выделяются лексико-стилистические особенности рекламного слогана на фонетическом, лексическом и синтаксическом уровнях. Также в статье проанализированы наиболее узнаваемые рекламные слоганы в современном английском языке.

Ключевые слова: рекламные слоган, средства выражения, тропы, стилистический прием, реклама.

27 сентября 2020 г.
