

## ФИЛОЛОГИЯ

*Е.С. Гайломазова*

*(Ростовский институт защиты предпринимателя. г. Ростов на Дону, Россия)*

### **Лингвостилистические особенности создания рекламного текста (на материале английского и русского языков)**

Ведущие исследователи сходятся во мнении, что влияние рекламы распространяется на такие области общественного развития как культура, социальные классы, семья, личность. Сложно недооценить влияние рекламы на личность потребителя рекламного продукта. Особое место среди тех функционально-стилевых образований, которые также относятся к массовой коммуникации, занимает язык рекламы. Такое особое положение рекламного языка обусловлено спецификой самой рекламной деятельности.

Ключевые слова: рекламный текст, оценочность, экспрессивные средства, манипуляция, словесные стереотипы.

*22 ноября 2020 г.*

---