

ФИЛОЛОГИЯ

Л.М. Жолос, М.Л. Дасуев

(Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия; Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова, г. Грозный, Россия)

Особенности рекламного текста и рекламного слогана в современном английском языке

Удачно подобранный рекламный слоган оказывает значительное влияние на покупательские способности реципиентов. С целью охвата большей аудитории и, следовательно, увеличения реализации товаров и услуг создатели рекламных слоганов отдают предпочтение нейтральной межстилевой лексике, которая понятна представителям разных социальных групп и словам, относящимся к следующим морфологическим категориям: существительное, которое презентует свойства и отличительные особенности продукта, и глагол – как правило, в повелительном наклонении – побуждающий реципиента к действию, указанному в рекламном слогане.

Ключевые слова: реклама, текст, слоган, лексика, стиль.

10 августа 2022 г.
