

## ФИЛОЛОГИЯ

*Л.В. Дудникова, М.С. Шевченко*

*(Южный федеральный университет; Ростовский юридический институт министерства внутренних дел Российской Федерации. г. Ростов-на-Дону, Россия)*

### **О специфике использования метафоры в рекламном тексте (на материале английского и французского языков)**

Рассматривается специфика использования метафоры в рекламном тексте. Исследуются существующие подходы к интерпретации рекламного текста в отечественной и зарубежной лингвистике. Особое внимание уделяется анализу роли метафоры в современных рекламных текстах, определяются ее виды и основные функции. Материалом для исследования послужила реклама на английском и французском телевидении, в международных журналах Elle, Cosmopolitan, Vogue, Glamour (англо- и франкоязычные версии). Результаты проведенного анализа подтверждают, что реклама использует все свойства метафоры, ее образность, выразительность, оригинальность и подчиняет ее употребление двум главным задачам: привлечь внимание потенциального покупателя, а главное побудить его купить рекламируемый товар.

Ключевые слова: стилистические приемы, метафора, функции метафоры, реклама, рекламный текст.

---

*08 апреля 2020 г.*