ИНСТИТУТ ЛИНГВИСТИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ ТУРИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

(по материалам туристических порталов)

Кафедра: Лингвистики и международных коммуникаций. Исполнитель: Перетрухина Юлия Сергеевна, ЛМ-533 Научный руководитель: к.филол.н., доц. Ваганова Е.В.

Невозможно представить современный мир без рекламы. Став неотъемлемой частью нашей жизни, она выполняет свою главную функцию – привлекает внимание потребителя к товару или услуге, повышая спрос и товарооборот. Большой интерес к сфере путешествий последних лет породил и развитие отрасли туристской рекламы. Привлечь внимание современного потребителя не так легко, поэтому специалисты по рекламе стараются создать яркий, запоминающийся образ рекламируемого тура

как за счет визуальных средств, так и посредством лингвистических приемов. Целью данной работы является изучение лингвистических приемов для привлечения внимания в текстах туристской рекламы на русском и английском языках и способы перевода данных текстов. Для исследования стилистических особенностей текстов туристской рекламы нами были проанализированы рекламные сообщения на русскоязычных и англоязычных туристических порталах.

