

В. Лупашко

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В РЕКЛАМЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

В современном обществе роль товарно-денежных отношений очень велика: все что-то продают или покупают. Мировой рынок крайне разнообразен, и для продуктивного существования на его просторах производители обращаются к использованию рекламы. Ни для кого не секрет, что авторы рекламных текстов прибегают к ряду языковых средств для воздействия на потенциального потребителя. Данное исследование посвящено выявлению стилистических средств в испаноязычной рекламе детских товаров.

Проведенный анализ показал, что наиболее частотными стилистическими приемами в рассматриваемом типе рекламы являются:

1) **эпитет**: *los niños dulces, el sabor divertido* (DANONINO), *cajita feliz* (Mcdonald's), *aventura helada* (Barbie);

2) **метафора**: *alimenta su curiosidad con NIDO Forticrece* (NIDO), *el escudo de tus dientes* (CREST), *esta niña está hecha de leche* (NESTLÉ), *mordisco choco pop congela tu hambre* (MORDISKO ChocoPop);

3) **метонимия**: *con dos vasitos al día le darás DHA* (ENFAGROW), *buen provecho, barriguita* (Papilla Nestlé);

4) **олицетворение**: *Lumiluv's – tus compañeros de día y de noche* (Lumiluv's), *los crunch mania están fuera de control* (Crunch Mania);

5) **окказионализм**: *estoy pantera* (CHOCO MILK), *jugueterilandia* (Walmart), *de plak en plak* (PANDITAS);

6) **гипербола**: *HUGGIES UltraConfort además de ser ultra ligero y ultra flexible ahora tiene nuevos canales ultra absorbentes* (HUGGIES UltraConfort), *todos estos litros de leche son suficientes* (ENFAGROW con DHA + MFGM), *yogur más cremoso que nunca* (YOPLAIT Mini), *el comercial que sopapea a todos los comerciales* (Mini momentos); *el ratón más rápido del mundo* (Pilla ratón);

7) **сравнение**: *completo como el amor de mamá* (SUAVITEL), *para crecer como un dinosaurio* (Cola Cao);

8) **параллелизм**: *hora de comer – hora de descubrir* (Gerber), *piel limpia es piel sana* (Toallitas KLEENBEBÉ Suavelastic), *tu amor – su futuro* (NIDO Miel y Cereales), *puro de soya – pura salud* (NUTRIOLI);

9) **перифраз**: *para concen a sus ídolos* (equipo de fútbol) (NESQUIK y el FC Barcelona), *en sus primeros años (infancia)* (NIDO Kinder y Pre-Escolar NutriTods);

10) **рифма**: *diversión llena de nutrición* (BATTI SHAKE 'Minios'), *se aprenden mientras se divierten* (KINDER SORPRESA), *un minimomento lo necesito, por favor! Hacer de maestra... es agotador* (Mini momentos); *en tu tazón, el desayuno campeón* (Cola Cao).