

## ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЕ

*Швец А.С. (УО МГПУ им. И. П. Шамякина, г. Мозырь)*

*Научный руководитель – И.В. Русецкая, преподаватель*

В связи с массовым увеличением количества пользователей сети Интернет очевиден рост использования в ее рамках рекламы для достижения различных коммерческих целей.

Баннерная реклама является речевым актом, поэтому может быть рассмотрена со стороны лингвистических особенностей: коммуникативных, лексических, грамматических, фонетических и синтаксических. В данной работе объектом исследования является лексическая составляющая баннерной рекламы.

В качестве материала исследования были отобраны англоязычные баннеры, размещенные как на англоязычных сайтах, так и в пределах русскоязычной части сети Интернет. В ходе анализа они были распределены на группы в соответствии с функциями самого баннера. К таким функциям относятся: привлечение внимания, побуждение к переходу на сайт либо к иному конкретному действию, увеличение узнаваемости бренда. Результаты анализа отражены в следующей таблице:

*Таблица – Анализ англоязычных баннеров, размещенных в интернет*

<b>Название функции</b>	<b>Описание</b>	<b>Пути достижения (Лексические)</b>	<b>Примеры</b>
Привлечение внимания	Формирование общего положительного впечатления о товаре или услуге	Минимум лексических единиц, употребление имен существительных, называющих товар или услугу	«Online English tests» «All the best serials at one place»

Побуждение к переходу на сайт либо к иному конкретному действию	Увеличение заинтересованности пользователя для получения дальнейшей информации	Широкое использование вопросительных предложений и глаголов в форме повелительного наклонения	«Get your free deposit at pokerclub.com» «Will you manage to kill all the monsters?»
Увеличение узнаваемости бренда	Закрепление в сознании информации о бренде, его положительной репутации	Лексические повторы, широкое использование стилистических приемов	«Nike – just do it» «US Airways - Fly with US (игра слов, us – мы, с нами, US – США)»

Таким образом, лексическая составляющая баннерных объявлений зависит от функции баннера. Последняя играет значительную роль в выборе лексики, ее объеме и использовании различных лексических приемов с целью достижения необходимого прагматического эффекта.