

## Лексические и стилистические средства создания современной персидской рекламы

Гулиев Анар Рагим Оглы

Кафедра языков и литератур Ближнего и Среднего Востока, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко  
(Министерство образования и науки Украины) 01601, г. Киев, бульвар Шевченко 14  
Corresponding author. E-mail: anar@espresso.az

Paper received 16.01.19; Accepted for publication 22.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2019-189VII55-05>

**Аннотация.** С точки зрения языкознания, одним из научных интересов представляются лексические и стилистические средства, использованные при создании современной персидской рекламы. Персидский рекламный текст, как и другие, имеет три главных элемента: заголовок, основной текст и рекламный лозунг - слоган, выражающий его основную мысль, выполняющий воздействующую и информирующую функции. Основная цель смысла-общения в рекламе, особенно, в рекламном слогане, является призыв к действию. Действенность слогана позволяет выполнить его функцию-принуждение к деятельности. Именно этот призыв и принуждение претворяются в жизнь с помощью лексических и стилистических средств языка. В этой статье с этой позиции и исследуются лексические и стилистические средства, использованные при создании современной персидской рекламы.

**Ключевые слова:** лексический, стилистический, средство, современный, реклама, персидский

**Введение.** Как известно, язык является средством общения в широком смысле этого слова. В зависимости от места, времени, формы и характера общения, используются те или иные возможности широкого языкового спектра.

С этой точки зрения лексические и стилистические средства имеют свое собственное место среди этих возможностей. Они играют особую значимость в рекламном творчестве. Потому что реклама является особой формой общения [1, с. 611]. Она носит, в основном, торгово-коммерческую цель. То есть, она акцентирует внимание на заслугах (преимуществах) продаваемого товара или предоставляемой услуги с целью создания спроса и дальнейшего его удовлетворения. В современном мире из-за возросшего значения материального, из-за важной роли купли-продажи в жизни общества, а также в связи с желанием отдельных индивидуумов достичь больших успехов при продаже товаров и услуг, значение рекламы многократно возросло и продолжает расти. С этой точки зрения ведение научных исследований в области рекламы, особенно, рекламного слогана, в сфере ее лексических и стилистических средств имеет актуальный характер.

Объектом данного исследования является экспрессивная лексика, современного персидского рекламного слогана. Предметом нашего исследования выступают лексические и стилистические средства, которые применяются для создания современного персидского рекламного слогана. А цель работы выявить лексические и стилистические средства, которые применяются для создания языковой экспрессивности в современных персидских рекламных слоганах.

Для изучения были отобраны 100 персидских слоганов (приложение 1) и исследования проводились на их основании. В процессе работы были использованы методы описания, классификации, сравнения и сравнительного анализа.

Говоря о стиле, в первую очередь, на ум приходит литературно-художественный стиль. У каждого автора его стиль есть набор проявляющих себя параметров, их единое целое [3, с. 23]. Как в устном народном

творчестве, так и в письменной литературе, в центре внимания всегда были правила высказываний, смысловая нагрузка, форма выражения, отображаемая мысль, мудрость изречений [2, с. 39]. Дело в том, что на Ближнем и Среднем Востоке в средние века персидский язык являлся одним из трех основных используемых языков (арабский, персидский и турецкий) и многие шедевры мировой литературы созданы именно на этом языке. Если учесть, что в указанный исторический период большинство художественных и поэтических произведений создано на персидском, то можно говорить о достаточном использовании лексических и стилистических свойств этого богатейшего языка. Известные художественно-литературные лексические и стилистические изыски персидского языка, выявленные на протяжении веков сыграли особую роль в развитии рекламного производства после появления рекламной промышленности. Естественно, что к этому богатству были добавлены и коммерческие цели, и в результате созданы богатые лексические и стилистические средства современной персидской рекламы и рекламного слогана.

Слоган обладает высокой экспрессивностью, имеет призывный характер. Экспрессивность-это весь комплекс стилистических, семантических речевых признаков, которые позволяют выражать субъективную позицию говорящего в отношении предмета или адресата. Слово имеет латинский корень "expressio", что обозначает выражение. Экспрессивность-одно из речевых свойств, что связано непосредственно с эмоциональной оценкой сообщаемой информации, субъективно воспринимаемой и бессознательно выражаемой говорящим [4]. Экспрессивность рекламного слогана достигается за счёт использования в нём разнообразных лексических и стилистических средств языка, их удачного подбора и сочетания. Правильный подбор лексики в рекламном слогане обеспечивает его экспрессивность и, в конечном счёте, успешность и популярность. Лексику, употребление которой в рекламном тексте играет важную роль, можем разделить на следующие группы:

1. Абстрактная, конкретная или специфическая

лексика: например, آب کوثر نوشابه بهتر - Абе коусер лучший напиток (абстрактная), پیشرفت به وسیله ی فناوری آلودی - Ауди развитие с помощью технологии (конкретная), - م و م در دهانتا آب می شود نه در دستتان ام اند ام - М и М размораживает во рту, а не в руках (специфическая);

2. Иностранная и исконная лексика: например, آپل دومای پو دومای (иностранная), اطلاعات قدیمترین روزنامه ایران - Еттелаат старинная газета Ирана (исконная);

3. Эмоционально-окрашенная и нейтральная лексика: например, ایرانسل بزرگترین اپراتور و پیشرو در کسب مشتری - Ирансел самый большой оператор и передовик по привлечению клиента (эмоционально-окрашенная), بانک پاسانداز آینده رفاه - Банк Пасандаз будущее благополучия (нейтральная);

4. Семантически-положительная или семантически-отрицательная лексика: например, تبلیغات به آینده - Таблигат добро пожаловали в будущее пропаганды (семантически-положительная), مطمئناً - Чипс наверно не сможете есть только один (семантически-отрицательная);

5. С прямым или переносным значением слов: например, پیمانہ تمام فن ہا یہ جا - Пеймане все предметы в одном (с прямым значением), جهانفرش دنیا زیر پای شما - Джаханфарш мир под Вашими ногами (с переносным значением);

6. Разговорная и книжная лексика: например, هجاب - Хеджаб честь и достоинство женщины (разговорная), سیرگشت بهترین سیر جهان - Сейре гешт наилучший тур мира (книжная);

7. Низкочастотные слова и часто употребляемые. например, 47 سال به رفاه شما - Галемчи 47 лет для Вашего благополучия (низкочастотное слово), برنامه خانواده از خانواده خودتونه - Барнамайе Ханаведе из Ваших семей (часто употребляемое слово).

Общие черта собранных нами 100 рекламных слоганов по использованию частей речи следующие:

1. Преимущественное использование части речи глагола для выполнения главной задачи слогана - побуждать к действию, причем в большей мере императива, также фразовые и глаголы чувственного восприятия;

2. Широкое использование личных и притяжательных местоимений для адресности рекламы;

3. Широкий спектр эмоционально-емких прилагательных и наречий.

Стилистические средства выразительности языка придают слогану красочность, образность и запоминаемость, поскольку представляют в яркой форме основную идею рекламной компании. А полисемия является мощным средством повышения экспрессивности в рекламном слогане и базой для образования и применения в них многочисленных тропов. Стилистическим средством выражения экспрессии в слоганах служит специфический подбор слов. Например, низкочастотные слова приносят в текст рекламного слогана необычность, и способствует его высокой узнаваемости. А многозначные слова придают слогану игривость. Неологизмы повышают оригинальность, эмоциональность и привлекают внимание потенциального покупателя. Кроме того, разнообразные

художественные средства выразительности-тропы придают рекламному тексту образность, создают особый эмоциональный фон, новый стилистический оттенок. В исследуемых нами слоганах имеются и фразеологизмы, метафора и эпитеты. Причем наибольшей экспрессивностью обладает в слоганах метафора. А эпитеты подчеркивают специфику и уникальные качества предмета рекламы. Следует отметить, что в некоторых слоганах игра слов, то есть каламбур способствует повышению эмоциональности слогана. Гипербола преувеличивает качеств и способности продукта рекламы. Кроме вышеизложенного, в исследуемых нами слоганах есть и менее используемые стилистические художественные средства выражения экспрессивности, как сравнение, контраст, олицетворение, метонимия, ирония, синекдоха, иллюзия. Сравнение используется для демонстрации исключительности и придания повышенной эмоциональности предмету рекламы, контраст выделяет предмету рекламы, олицетворение эмоционально выражает действия, метонимия способствует образной связи между объектами, ирония усиливает эмоциональное отношение, синекдоха скрыто рекламирует товара, иллюзия ассоциирует адресата с определенными эмоциями.

Вывод. Изучив 100 примеров персидского рекламного слогана, приходим к следующим выводам:

1. Язык исследуемых нами слоганов является экспрессивным;

2. Поскольку природа рекламного слогана многоаспектна, его эмоциональность зависит от удачного подбора и сочетания лексических и стилистических средств языка;

3. На лексическом уровне для выражения экспрессивности в персидском рекламном слогане преимущественно используется следующая лексика:

- по заряду-положительная лексика;
- по смысловому назначению-конкретная и абстрактная лексика;
- по эмоциональной окраске-эмоционально-окрашенная лексика;
- по происхождению-исконная лексика;
- по стилю-книжная лексика;
- по назначению-многозначная лексика.

4. На стилистическом уровне для выражения экспрессивности в персидском рекламном слогане преимущественно используются следующие средства: неологизмы, фразеологизмы, метафора, эпитеты, каламбур и др.

5. Наиболее часто используемыми частями речи для представления основной идеи рекламы и передачи экспрессии в современном персидском рекламном слогане являются глаголы, эмоционально-наполненные прилагательные, наречия, личные и притяжательные местоимения.

6. 80 % всех случаев экспрессивности слоганов достигаются за счет использования экспрессивной лексики, то есть лексическими средствами. А в 90 % исследуемых нами слоганов использовались стилистические средства выразительности для передачи экспрессии в рекламном слогане.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая Советская Энциклопедия. Третье издание, т. 21. Москва: Советская энциклопедия, 1975. 639 с.  
 2. Ibrahimov S. M. Azərbaycan ədəbiyyatşünaslığının tarixi, metodologiyası və problemləri. Bakı: Bakı Dövlət Universiteti. 2012, 183 s.  
 3. درآمدی بر سبک شناسی ساختاری، محمدتقی غیائی، انتشارات علمی، تهران، 1375، 179 صفحه.  
 4. http://psihomed.com/ekspressivnost/ проверено 10.01.2019

REFERENCES

1. Large Soviet Encyclopedia. The third publication, cover 21. Moscow: Soviet Encyclopedia, 1975. 639 p.  
 2. Ibrahimov S.M. History, methodology and problems of Azerbaijan literary criticism. Baku: Baku State University. 2012. 183 p.  
 3. Introduction to the style. Muhammadtağı Qiyasi. Tehran: publishing house "Elmi". 1375. 179 p.  
 4. http://psihomed.com/ekspressivnost/ проверено 10.01.2019

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Бренд и его слоган

На русском	Транскрипция	На персидском
Абе коусер лучший напиток	Abe kousər nushabeye behtər	1. آب کوثر نوشابه بهتر
Авис больше стараемся	Avis bishtər sey mikonim	2. اویس بیشتر تلاش می کنیم
Ауди развитие с помощью технологии	Audi pishrəft be vəsileye fənnəvəri	3. آلودی پیشرفت به وسیله ی فناوری
Ауди Формула S спорт стиль страсть	Audi Formula S vərzesh səbk ve ehteras	4. آودی فرمولاس ورزش سبک و احترام
Адбид несколькими нажатием свой бизнес делай международным	Adbid ba chənd klik kəsb o kare xodra cəhani kon	5. ادبید با چند کلیک کسب و کار خود را جهانی کنید
Апл думай по другому	Əpl motəfəvet beəndish	6. اپل متفاوت بیندیش
Естекбал другая постель	Estegbal bəstəre digər əst	7. استقبالی بستر دیگر است
Еститфарм как хороший сосед рядом с Вами	Estitfarm mesle yek həmsəyeye xub dər kenare shomast	8. استیتفارم مثل یک همسایه ی خوب در کنار شما است
Еттелаат с 93 летним постоянным изданием	Ettelaat ba 93 sal enteshare mostəmər	9. اطلاعات با 93 سال انتشار مستمر
Еттелаат старинная газета Ирана	Ettelaat qədimterin ruznameye İran	10. اطلاعات قدیمترین روزنامه ایران
Электростиль качество и нежность	Elektrostil keyfiyyet ve zerafet	11. الکتروستیل کیفیت و ظرافت
М и М размораживает во рту, а не в руках	M end M dər dəhanetan ab mishəvəd ne dər dəstetan	12. ام اند ام در دهانتا آب می شود نه در دستانتان
Иранское общество дарения органов дарение органа спасение жизни	Əncoməne ehdaye ozve iraniyan ehdaye ozv ehdaye zendegi	13. انجمن اهدای عضو ایرانیان اهدای عضو اهدای زندگی
Иранхебер все информация, подлежащая к печати	İranxəbər həməye əxbare gabele chap	14. ایران خبر همه ی اخبار قابل چاپ
Ирансел самый большой оператор и передовик по привлечению клиента	İransel bozorgterin operator ve pishrov der kesbe moshteri	15. ایرانسل بزرگترین اوپراتور پیشرو در کسب مشتری
Иранфильм друг наших семей	İranfilm duste xanevadeyemun	16. ایرانفیلم دوست خانواده مون
Банк Айенде светлое будущее	Banke Ayənde ayəndeye roushen	17. بانک آینده آینده روشن
Банк Ансар символ сервиса и доверия	Banke Ənsar nəmade xədmət ve etebar	18. بانک انصار نماد خدمت و اعتبار
Банк Пасагарт банк третьего миллениума	Banke Pasaqard banke hezareye sevvom	19. بانک پاساگارد بانک هزاره سوم
Банк Пасандаз будущее благополучия	Banke Pəsəndaz estegbale refah	20. بانک پسنداز استقبال رفاه
Банк Маскан нуждаются в жилье? Пожалуйста!	Banke Məskən niyaz be məskən darid? Befərmaid!	21. بانک مسکن نیاز به مسکن دارید؟ بفرمائید!
Бартар черты нашей способности Ваши соображения	Bərtər məhdudeye təvane ma təsəvvorate shomast	22. برتر محدوده توان ما تصورات شما ست
Барнамеје Ханаваде из Ваших семей	Bərnameye Xənevade əz xanevadeye xodetune	23. برنامه خانواده از خانواده خودتونه
БМВ наконец одна автомобиль	BMW nəhayətən yek xodro	24. ب.م.و نهایتاً یک خودرو
Бехруз, мой друг, здравствуй	Behruz, duste mən, səlam	25. بهروز دوست من سلام
Бехсазан создатели высшего	Behsazan behtərin sazane	26. بهسازان بهترسازانه
Бимей Дей с Вами для возмездия	Bimeye Dey ba shoma bəraye cobran	27. بیمه دی با شما برای جبران
Пепси живи настоящим моментом	Pepsi bəraye əknun zendegi kon	28. پپسی برای اکنون زندگی کن
Полибас совершенство мытья	Polibas təkamole shost o shu	29. پلیباس تکامل شست و شو
Пеймане все предметы в одном	Peymane təmame fənnha ye ca	30. پیمانہ تمام فن ها به جا
Тармар спокойные ночи плодотворные рабочие дни	Tarmar shəbhaye aram ruzhaye məhsuldare kar	31. تارمار شبهای آرام روزهای محصولدار کار
Тойота управляй по своей мечте	Tayota ba arzu ye xod edare kon	32. تاپوتا با آرزوی خود اداره کن
Табликтат добро пожаловали в будущее пропаганды	Təbligat be ayəndeye təbligat xosh amədid	33. تبلیغات به آینده تبلیغ خوش آمدید
Теско даже одна маленькая частица помогает	Tesko hətta yek zərre ye kuchek komək mikonəd	34. تسکو حتی یک ذره کوچک هم کمک می کند
Цитроен будущее разума	Chitroen estegbale təfəkkor	35. چیتروین استقبال تفکر
Чипс наверно не сможете есть только один	Chips motmeinən nemitevanid fəgət yeki bexorid	36. چیپس مطمئناً نمیتوانید فقط یکی بخورید

Джелус лучшая разница	Celus tãfavote behtør	37. جلوس تفاوت بهتر
Дженерал электрик воображение на работе	General elektrik tãxayyol dør kar	38. جنرال الكتریک تخیل در کار
Джаханфарш мир под Вашими ногами	Cøhanførsh donya zire paye shoma	39. جهانفرش دنیا زیر پای شما
Джип Черике приключения привычки	Cip cheruke macøraha adøte	40. جیبی چروکه ماجراها عادتہ
Хейли себз для двенадцатиклассников	Xeyli sæbz børaye døvazdehominha	41. خیلی سبز برای دوازدهمین ها
Дарис улыбайтесь с каждой покупкой	Daris ba hør xærid løbxænd bezenid	42. داریس با هر خرید لبخند بزنید
Даво качество и доступ наша честь	Davo keyfiyyöt vø dæstrasi leyagete mast	43. داوو کیفیت و دسترسی لیاقت ما است
Хайат вода органической жизни	Høyat abe orqanike høyat	44. حیات آب ارگانیک حیات
Данькин донатс Америка управляет-ся Данькином	Dankin donats Amrika ba dankin edare mishøvød	45. دانکین دوناتس امریکا با دانکین اداره می شود
Немайе таджиз лучшие бренды с наилучшими гарантиями	Nemaye tãchiz behtørin brenhdha ba motøbørtørin qarantiha	46. نمای تاجیز بهترین برند ها با معتبرترین گارانتی ها
Жилет наилучшая бритва для мужчин	Jilet behtørin tig børaye mærdan	47. ژilet بهترین تیغ برای مردان
Рах ахане Иран ось развития	Rah ahøne Iran mehvøre tousie	48. راه آهن ایران محور توسعه
Ройтел лучший цифровой оператор	Roytel operatore digitale behtør	49. رویتل اپراتور دیجیتال بهتر
Зам-зам вода райская	Zem-zem abe cønnoti	50. زم زم آب جنتی
Зендегиуе салеи курение родителей вредит и детям	Zendegiye salem øz kešidøne siqare valideyn bæchcheha høm asib mibinønd	51. زندگی سالم از کشیدن سیگاروالدین بچه ها هم آسیب میبندد
Сана единство искусства и питания	Sana vøhdøte honør o tægziyye	52. سانا وحدت هنر و تغذیه
Сарауе Иран покупка с нами	Søraye Iran xærid ba ma	53. سرای ایران خرید با ما
Сарпуш самый распространенный сайт	Sørpush xøbøri cameetørin sayt	54. سرپوش خبری جامعترین سایت
Сираб жизнь в каждой капле	Sirab dør hør gøtreøsh høyat høst	55. سیراب در هر قطره اش حیات هست
Семнантур откровой мир с нами	Semnantur donya ra ba ma kæshf konid	56. سمنانتور دنیا را با ما کشف کنید
Сейре гешт наилучший тур мира	Seyre gøst behtørin seyre donya	57. سیرگشت بهترین سیر جهان
Шабакейе 5 вместе с Вами	Shøbøkeye 5 hømrah ba shoma	58. شبکه 5 همراه با شما
Собхе шома с Вами	Søbhe shoma ba shoma	59. صبح شما با شما
Шабакейе 1 канал каждого иранца	Shøbøkeye 1 shøbøkeye hør irani	60. شبکه 1 شبکه هر ایرانی
Шахре фарш войдите в новый мир	Shøhre førsh vared donyayi cædid shøvød	61. شهر فرش وارد دنیای جدید شوید
Шевролит один год удобного сна	Shevroliit yek sal xæbe rahøt	62. شورولیت یک سال خواب راحت
Фарше Машхад шедевр Машхада	Førshø Møshhød shahkare Møshhød	63. فرش مشهد شاهکار مشهد
Флат пришло время двигаться дальше	Flat zømane hørøkøte durtør ræsid	64. فلات زمان حرکت دورتر رسید
ФМ 90 слушайте Иран	FM 90 Iran ra beshenøvid	65. ف م 90 ایران را بشنویید
Коран книга праведных	Koran ketabist børaye pøhrizkaran	66. قران کتابی است برای پهریزکاران
Галемчи 47 лет для Вашего благополучия	Qølømchi 47 sal be refahe shoma	67. قلمچی 47 سال به رفاه شما
Кадж группа передового обучения	Kac qøruhe amuzeshiye pišrov	68. کاج گروه آموزشی پیشرو
Карйаби принцип найти работы, а не опыт	Karyabi øsle karyaft est nø døryaft	69. کاریابی اصل کاریافت است نه دریافت
Касни молодой секрет нашей кожи	Kasni raze cøvane pust mast	70. کاسنی راز جوان پوست ما
Кока кола пышность наслаждения	Koka kola ehteshame lezzet	71. کوکا کولا احتشام لذت
Кит кат отдыхай и ешь кит кат	Kit kat esterahet kon kit kat bexor	72. کیت کات استراحت کن کیت کات بخور
Голранг веселое тело	Qølreng bødøne shadab	73. گلرنگ بدن شاداب
Голдфайер с тройной силой	Qoldfayer be godrøte se børabør	74. گولدفایر به قدرت سه برابر
Голфайер чистота, здоровье, безопасность, эффективность	Qoldfayer pak salem ømin moesser	75. گولدفایر پاک سالم øمین مؤثر
Гилантаблик первый сайт объявления и рекламы	Gilantøblig øvvølin sayt agehi tøbligat	76. گیلان تبلیغ اولین سایت آگهی تبلیغات
Гилантаблик электронный символ и доверие в области рекламы с центра	Gilantøblig nømad o etemade elektroniki dør houzeve tøbligat øz mærkæz	77. گیلان تبلیغ نماد و عتماد الکترونیکی در حوزه ی تبلیغات از مرکز
Гилантаблик с малым объявлением свой товар и сервис предьявите сотни тысячи людям в день	Gilantøblig ba yek agøhiye kuçek kala vø xedømate xod ra be sødha hezar næfør dør ruz moørefi konid	78. گیلان تبلیغ با یک آگهی کوچک کالا و خدمات خود را به صدها هزار نفر در روز معرفی کنید
Гилантаблик регистрация объявление в банке лучших профессий	Gilantøblig sæbte agøhi dør banke møshagele børtør	79. گیلان تبلیغ ثبت آگهی در بانک مشاغل برتر
Лотус особенная разница	Lotus tãfavote mæxsus	80. لتوس تفاوت مخصوص
Лореал поскольку Вы достойны на него	LoREAL chon layegøsh høstid	81. لورنال چون لایقش هستید
Лиза Мари новая кристальность	Liza Muri kristaliye nou	82. لیزا موری کریستالی نو
Мастеркарт возможность оплаты везде и всегда	Masterkart emkane pørdaxt børaye hør ca vø hør zøman	83. ماسترکارت امکان پرداخت برای هر جا و هر زمان

Марва достойна каждой мусульманке	Mərva layeğe hər zəne mosəlman	84. مروا لایق هر زن مسلمان
Макдональдс влюблен в него	Makdonalts asheğeməsh	85. مک دونالدس عاشقتمش
Магзе бартар Ваш мозг для Вас	Məğze bərtər məğze shoma bəraye shoma	86. مغز برتر مغز شما به کمک شما
Махде фарш секреты ковер	Məhde fərsh razeqane fərsh	87. مهد فرش رازگان فرش
Молфикс первый выбор мам	Molfiks entexabe evvele mamana	88. مولفیکس انتخاب اول مامانا
Молфикс очень привлекательное счастье	Molfiks xoshbəxtiye xeyli cəzəbtər	89. مولفیکس خوشبختی خیلی جاذبتر
Молфикс счастье завтра ребенок завтра	Molfiks xoshbəxtiye fərda bəchcheye fərda	90. مولفیکس خوشبختی فردا بچه فردا
Монди с Монди будь в покое	Mondi ba mondi rahət kon	91. موندی با موندی راحت کن
Митсубиши беспредельные возможности	Mitsubishi imkanate bihəd	92. میتسوبیشی امکانات بی حد
Найки только выполняй	Nayki fəğət əncaməsh bedeh	93. نایکی فقط انجامش بده
NX100 создай свой мир	NX100 donyaye xodət ra ehdas kon	94. ن خ 100 دنیای خودت را احداث کن
Насим канал улыбки и радости	Nəsim shəbəkeye neshat o shadi	95. نسیم شبکه نشاط و شادی
Хеджаб честь и достоинство женщины	Hecab ezzət o shərəfe zəne	96. هجاب عزت و شرف زنه
Веризон теперь слышишь меня? Хорошо	Verizon hala sedaye mera mishenəvi? Xube	97. وریزون حالا صدامو می شنوی؟ خوبه
Вестел предложение экономичности	Vestel pishnəhadə sərfəcuyi	98. وستل پیشنهاد صرفه جویی
Витиз завтрак героев	Vitiz sobhaneye ġəhrəmanan	99. ویتیز صبحانه ی قهرمان ها
Йаташ если уснуть проблема, то помощь в Йаташе	Yatash əgər moshkel xab əst chare Yatash əst	100. یاتاش اگر مشکل خواب است چاره یاتاش است

### Lexical and stylistic means of the creation Of the advertisement of modern Persian

Anar R. Guliyev

**Abstract.** The article examines the lexical and stylistic tools of modern Persian advertising, based on selected 100 slogans. Since the nature of the advertising slogan is multidisciplinary, its emotion depends on the choice and correspondence of lexical and stylistic tools. The study concludes that the language of the modern Persian advertising slogan is expressive. The most commonly used lexical tools in this language are positive for their weight, specific and abstract for their meaning, emotional for their sense, local for their origin, literally for their style, and polysemantic for their definition. Applied stylistic tools may include neologisms, idioms, metaphor, epithet, pun and so forth. Thus, 80% of expressiveness of slogans used in the study is achieved by lexical tools, whereas 90% of them is achieved through stylistic tools.

**Keywords:** lexical, stylistic, modern, advertising, Persian.