

**СТОЛЯРОВА Елена Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент  
кафедры журналистики, специалист по учебно-методической работе  
Управления аспирантуры, докторантуры и аттестации научно-педагогических  
кадров Поморского государственного университета имени М.В. Ломоносова  
Автор 17 научных работ, из них 3-х научно-методических

### **ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В КОММУНИКАТИВНОЙ СТРУКТУРЕ ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ**

Аннотация. Е.В. Столярова «Лексические средства в коммуникативной структуре текстов политической рекламы». Автор статьи рассматривает лексические средства языка, наиболее часто встречаемые в текстах политической рекламы и обладающие высоким прагматическим потенциалом, и определяет их коммуникативную значимость.

*Ключевые слова:* тексты политической рекламы, лексические средства языка, ключевые слова, оценочная лексика, политическая лексика, экспрессивная лексика, коммуникация

Stolyarova Elena

В тексте политической рекламы каждое слово несет большую семантическую и аксиологическую нагрузку, поэтому при изучении языковых средств рекламы в первую очередь следует обращать внимание на свойства лексики, используемой в этих текстах.

Наиболее прагматичным потенциалом обладают частотные слова. В текстах политической рекламы можно выделить такие группы лексических единиц, наиболее часто используемых политиками: 1) политическая лексика; 2) оценочная лексика; 3) экспрессивная лексика.

Частотность политической лексики в текстах политической рекламы объясняется политической сферой деятельности данного вида рекламы. О.И. Воробьева определяет политическую лексику как частотную и представляющую собой «особый, наиболее важный аспект политической коммуникации. С одной стороны, слова этой микросистемы являются терминами, отличающимися, как известно, особой сферой употребления, точностью наименования и отсутствием коннотивных элементов. С другой стороны, именно политическая