

## عنوان مقاله:

تاثیر نظام معنایی زبان و صنایع ادبی در شعارهای تبلیغاتی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحقیقات پیشرفته در مدیریت و علوم انسانی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

نیکو رحیمی نژاد یزدی - کارشناسی ارشد مترجمی زبان انگلیسی، مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز ایران فریمکو-

سهیل مروتی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز شهرداری شهر جدید هشتگرد-

## خلاصه مقاله:

در این مقاله به بررسی کیفی تاثیر زبان و در واقع انتخاب زبان و واژگان مناسب در شعارهای تبلیغاتی پرداخته شده است. بدیهی است شعار تبلیغاتی نقش مهمی در معرفی کیفیت و کارایی محصول دارد. در حقیقت هرچه تبلیغات با فکر و دقت بیشتری انجام شود در نهایت فروش چشمگیری صورت می گیرد. با انتخاب ده شعار برتر از برندهای مطرح جهان و همچنین ده شعار انتخابی شرکتهای برتر و معروف ایرانی به بررسی شیوه ی انتخاب زبان مناسب و قدرت تاثیر زبان پرداخته شده است. این برندها توانسته اند برای شرح کالای برگزیده ی خود با چند واژه ی کلیدی و معنا دار، به کارگیری نظام معنایی زبان، کاربرد زبان استعاری و آرایه های ادبی همچون استعاره، استفهام انکاری و واج آرایی و از سویی دیگر قافیه سازی برای زیبایی و به خاطر سپاری کلام، شعار تبلیغاتی زیبا و کارآمدی خلق کند و پیام خود را به طور خلاصه بیان کنند.

## کلمات کلیدی:

شعارهای تبلیغاتی، نظام معنایی زبان، زبان استعاری، آرایه های ادبی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1466319>

