

PHÂN TÍCH MIÊU TẢ ĐẶC ĐIỂM CÚ PHÁP NGÔN NGỮ QUẢNG CÁO TRONG KHẨU HIỆU CỦA MỘT SỐ SẢN PHẨM ĐỒ ĂN VÀ NƯỚC UỐNG

Tạo ra những khẩu hiệu quảng cáo có thể coi là một nghệ thuật và việc nghiên cứu những khẩu hiệu thành công là một phương thức hiệu quả để tìm ra cách tận dụng ngôn ngữ nhằm thuyết phục và gây ấn tượng với người khác đặc biệt là đối tượng khách hàng. Những khẩu hiệu quảng cáo khác nhau của các sản phẩm đồ ăn và nước uống nổi tiếng đã được phân tích trên bình diện cú pháp. Kết quả chỉ ra rằng, về các kiểu câu phân loại theo cấu trúc, câu đơn đã được lựa chọn để sử dụng trong hầu hết các khẩu hiệu nhờ tính ngắn gọn và súc tích. Các cụm từ là lựa chọn số hai của các nhà quảng cáo khi viết nên khẩu hiệu cho các sản phẩm đồ ăn và nước uống. Ngược lại, mệnh đề rút gọn lược bỏ động từ và câu phức xuất hiện rất ít trong số các khẩu hiệu được nghiên cứu. Về các kiểu câu khác phân loại theo mục đích nói, câu mệnh lệnh và câu trần thuật chiếm ưu thế hơn hẳn so với câu hỏi và câu cảm thán.