

А. Г. Цыбранков

РОЛЬ СЛОГАНА ВО ФРАНЦУЗСКОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Реклама – это средство, приносящее прибыль и известность, поэтому компании прикладывают огромные усилия и вкладывают огромные суммы в рекламу.

Рекламный текст – это один из видов текста, задачей которого является продвижение товаров и услуг, с целью их популяризации, увеличения продаж и получения прибыли. Существует классическая форма построения таких текстов: заголовок, слоган, основной рекламный текст и эхо-фраза. Рекламный слоган – короткий лозунг или девиз, отражающий качество товара, обслуживания, направления деятельности фирмы, иногда в прямой, чаще в иносказательной или абстрактной форме. Слоган выполняет следующие функции: привлечение внимания потребителей, поднятие престижа фирмы, увеличение объема продаж и т.п. Рекламные слоганы характеризуются точностью, краткостью, простотой, оригинальностью, рифмой и запоминаемостью. Французская реклама использует разнообразные приемы при создании слогана.

Аллитерация – повторение одинаковых или однородных согласных, придающее ему особую звуковую выразительность: *Chic, choc, chouette, dimanche* («Coca-Cola»).

Омонимы это одинаковые по написанию и звучанию, но разные по значению слова. *Festival de cannes* ‘Фестиваль тростей’ (слоган к рекламе тростей интересен тем, что игра слов здесь строится на замене имени собственного на имя нарицательное (*Cannes* ‘Канны’ и *cannes* ‘трости’)).

Для привлечения внимания адресата, рекламодатели обращаются к образным фразеологическим единицам, используя при этом пословицы и поговорки: *Les chiens aboient, Lee Cooper passe* ‘Собаки лают, Lee Cooper продается’ (намек на пословицу *Les chiens aboient, la caravan passe* ‘Собаки лают, караван идет’).

Для привлечения большего внимания покупателей, во французских рекламных текстах используются известные выдержки и цитаты, что делает их более выразительными и легкими к запоминанию. *Le rouge et le soir*, реклама французского вина (отсылка к роману Стендаля *Le rouge et le noir* ‘Красное и черное’).

Французская реклама, как и реклама других западноевропейских государств подвержена влиянию английского языка. Вкрапление в рекламный текст английских слов придает рекламе новизну, делает ее более привлекательной и современной, отражая тенденции интенсивного заимствования англицизмов французским языком. *Bye bye monotonie* ‘Прощай прощай монотонность’ («Luminarc, посуда»).

Рекламный слоган позволяет в краткой форме, ярко, точно и кратко, отразить суть рекламы. Необычные лингвистические формы привлекают внимание читателя, и побуждают его к дальнейшим действиям.