

Это было только начало истории французского стиля, который диктовал не только моду на детали одежды и предметы обихода, но и вводил новые лексические единицы.

В. Сантарович

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СМЫСЛОВОГО ВЫДЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Во французском языке существует множество лексических средств, способствующих смысловому выделению в рекламном тексте: наречия, имена прилагательные, группы слов, местоимения, фразовые частицы и т.д. Они могут выделять как предшествующий элемент – **рему**, так и последующий – **тему**.

Для выделения **темы** используются отделители (isolants): *quant à ...*, *pour...*, *en fait de...*, *en ce qui concerne*, *pour ce qui est de...*, *comme...*, *à propos de*. По своей функции они близки к препозитивному сегменту расчлененных предложений:

Quant aux amoureux de la nature, du canal du Nivernais, du Morvan ou de la Loire, Randonnière vous invite à la découverte et au dépaysement dans un département ou traditions et bien-vivre font bon ménage!

При этом образуется эмоциональный (эмфатический) порядок слов, поскольку нарушается прогрессивное логико-связующее построение членов предложения.

Для выделения **ремы** могут быть использованы лексемы *bien*, *donc*, *même*, *précisément*, *notamment*, *voire*, *seulement* и т.д. Они могут сопровождать слова разных частей речи либо включаться непосредственно в общий состав предложения:

*La situation est **bien** trop grave (P).*

При вынесении ремы в начало предложения, тема становится неким дополнением к сообщаемой информации и несет объяснительный, уточняющий характер.

Наречие *même* подчеркивает важность, значительность лица или предмета, усиливает значение слова или словосочетания, способствует выражению экспрессии и может выделять подлежащее или дополнение:

*Les Maldives, **elles-mêmes**, attirent beaucoup de touristes de tous les coins du monde, cherchant la liberté et la beauté.*

Наречие *aussi* усиливает ударную форму личного местоимения, которое – употребляясь самостоятельно – уже выделяет подлежащее:

***Vous aussi**, vous rêvez de dépaysement?*

***C'est aussi** l'occasion d'entrevoir un pan de l'Histoire, à travers les ruines d'anciennes cités, ou de profiter d'une croisière à bord d'un caïque !*

В рекламных текстах современного французского языка лексические средства можно рассматривать как **самостоятельные** средства смыслового выделения при прямом порядке слов и как **дополнительные** – при выделении какого-либо элемента в высказывании.