

*Белозерова Е.В.*, Белорусский государственный университет

Язык есть не только у человека, но и у рекламы. Убедить и уговорить потребителя посредством привлекательности и мотивации – вот что является главной целью рекламного текста. Для этого используются следующие языковые ресурсы:

Повелительное наклонение, 2-е лицо ед.ч. Oye, toca, mira, huele, saborea. Granini. Bebe con los 5 sentidos. Звучит обращение к потенциальному покупателю.

Будущее время в функции повелительного наклонения. Disfrutarás tú. Disfrutarán todos. Bosh.

Элиписис. La cerveza sin para la gente con. San Miguel 0,0. Отсутствие глагола.

Антитеза. ! Grandes Ideas a precios insignificantes!

Парадокс. Si pagas más, es porque quieres. Club Día

Эпитеты. Este oscuro objeto de deseo. Ron Barceló. Dulce pecado. Helado. Прилагательное предшествует существительному.

Метафоры. Pruébatelo. Te deja enfriado. Refresco. Baileys. Dejate contagiar. !Toma Idea!

Риторические вопросы. ?Quién te da tanto? Si todavía la tarjeta no tienes...?quién eres?

Рифмы. Disfruta la fruta. Granini. Tierra Mítica. Emoción que supera la ficción.

Поговорки. Madres e hijas... ' de tal palo, tal astilla'

В рекламных объявлениях выделяют: слоган, заголовок, основной текст, иллюстрации и логотип.

Слоган – рекламный девиз фирмы, товара, услуги, словесный эквивалент знака фирмы. Слоган должен быть простым, лаконичным и легким для запоминания. Его задача – анонсировать товар и привлечь покупателя. Основное различие слоганов – включают ли они название фирмы. Многие рекламисты высказываются за включение, поскольку так рекламный девиз выглядит более эффектно. Es cierto. Con Clarins la vida es más bella. Clarins Paris. Diga lo que digas pero dilo con Telefónica. Название торгового знака появляется в конце, так оно лучше запоминается.

Заголовок – фраза, которая вводит и обобщает тему, притягивает взгляд.

Основной текст – развивает идею, заложенную в заголовке. Он описывает качества товара, подчеркивает его преимущества.

Иллюстрация – фото или рисунок, имеющие коммуникативное значение.

Торговый знак фирмы (логотип) -- графический или словесный торговый знак или оба эти элемента. Логотип помогает распознать фирму, должен быть оригинален, лаконичен, звучать как афоризм.

El deseo te atrapa. Nuevo Bombon Nestle Helado. Ven al Placer azul. Nestle.

Основной текст рекламного объявления может быть длинным или кратким. И в том и в другом случае рекламисты приводят убедительные доводы.

Краткий текст служит для того, чтобы быстро произвести на потребителя впечатление и впечатление молниеносное и благоприятное. Aire LOEWE. La frescura que hay en tí.

GALA de Día. Despierta. Ya es de día. LOEWE Perfumes – торговая марка которая ассоциируется с элегантностью, хорошим вкусом, стилем.

Длинный текст тоже способен произвести сильное впечатление, причем дает для этого больше времени. LYCOS meet you there Tu Web forma parte de tu estilo. Dominio GRATIS

LYCOS te ofrece todas las herramientas para desarrollar tu propia web desde 3,99 euros al mes. Pack Personal, Todo en uno y Webmaster. Un abanico de posibilidades a tu medida para que tu web forme parte de tu estilo. Crea tu web en [www.lycos.es](http://www.lycos.es). Какой текст предпочесть, зависит от вида товара, состава рынка, вида масс-медиа и потребителя. Поскольку реклама основывается на поведении человека, которое иногда трудно предугадать.

Необходимо анализировать языковые особенности рекламы, чтобы сделать ее выразительной, эффективной, грамотной, чтобы она отвечала этическим и эстетическим традициям общества.