

РЕКЛАМА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ: ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Тепла О.М., канд пед. наук, доц.
Сватова Н.С., здобувач вищої освіти
Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна

Аналіз слоганів назв продуктів показав, що в рекламі наявний емоційний і раціональний компоненти для посилення прагматичного впливу на споживача.

Найефективніші рекламні кампанії використовують як емоційний (в аспекті висловлювання: на лексичному, синтаксичному рівнях) і раціональний заклики (в аспекті змісту: на семантичному рівні).

Ми праналізували види комунікативних стратегій (емоційного і раціонального компонентів) та тактик у слоганах реклами кондитерських виробів:

1) емоційна стратегія: а) тактика самопохвали; б) тактика апеляції на задоволення; в) тактика зближення з адресатом;

2) раціональна стратегія: а) тактика апеляції до здорового способу життя; б) тактика апеляції до авторитету.

Емоційна комунікативна стратегія є основною під час створення слоганів реклами харчових виробів. Лексичні, яка обслуговує цю стратегію, притаманна стилістична забарвленість, виразність, емоційна оцінність, превалюють метафори, епітети, каламбури, мовна гра, наприклад: Tunnock's Caramel Wafers: Unspeakably Good; Снікерсні у своєму форматі!; Пористий шоколад Nestle Aero: Приголомшливо тане; Конфаель: Шоколадні стосунки створюються шоколадними подарунками. Зокрема, атрактивним елементом реклами цукерок Конфаель є метафора «шоколадні стосунки». Адресат створює образ красивих, романтичних стосунків, тим самим закріплюючи у свідомості адресата асоціативний зв'язок між цукерками Конфаель та ідилією у стосунках між партнерами.

Прагматична спрямованість синтаксичних конструкцій відображена в таких синтаксичних прийомах, як: синтаксичні повтори, риторичне питання, градація, акцентуючи та утримуючи увагу адресата: 1) Keebler, cookies та crackers. Uncommonly Made, Uncommonly Good;) Give me, give me a break; break me off a piece of that Kit Kat bar; Alpen Gold. Головне – усередині! Alpen Gold – справжнє золото Альп!; Шоколадний батончик (Nuts): Хочеш

більшого? Воруши мізками!

Найбільш поширеною тактикою у реалізації емоційної стратегії є тактика самопохвали. Маркерами такої тактики в україномовній рекламі виявлено лексичні одиниці із семантикою «кращий». Іntenція адресанта – виділити рекламований продукт з інших продуктів, які характеризуються подібними об'єктивними властивостями, пояснює використання операцій вибору і комбінуння мовних засобів: Шоколад Lindt Excellence: Шоколадна досконалість; Dove. Шовковий шоколад...

У результаті аналізу комунікативних стратегій і тактик, ми дійшли висновку, що в слоганах реклами харчових виробів простежується тенденція до використання розглянутих тактик, що свідчить про універсальність прагматичної мети та наднаціональний характер рекламного дискурсу. Однак варто вказати, що засоби вираження певних комунікативних тактик у різних мовах неоднакові.

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАЗВ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Тепла О.М., канд пед. наук, доц.
Задібчук К.Ю., здобувач вищої освіти
Національний університет біоресурсів
і природокористування України, м. Київ, Україна

Сучасні дослідники доводить той факт, що номінації різної продукції – одна з пріоритетних підсистем у повсякденній, рекламній та маркетинговій комунікаціях, вона стає характерною ознакою економічних відносин, що зазнає змін в останні роки і, відповідно до цього, зміною аксіологічних установок.

Науковці пов'язують цей факт із тим, що прагматоніми здійснюють рекламний вплив на адресата, реалізуючи свій денотативний (як маркери властивостей товару), семантичний (як слово з внутрішньою формою), фонетичний (як звуковий комплекс) та стилістичний (як образне) засіб) потенціал.

Сучасний етап розвитку мовознавства характеризується інтенсивними пошуками спільного у мові та культурі, що передбачає вивчення мовних одиниць як засобу зберігання та передавання ментальності носіїв тієї чи іншої національної мови. Прояви культури у мові реалізуються як системи кодів культури, оскільки культура – це особливий тип знання, відбиває відомості про рефлексивному