

## ФИЛОЛОГИЯ

*М.Н. Садовникова*

*(Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)*

### **Гендерный аспект лексико-стилистических особенностей языка французской рекламы**

Рассматриваются взаимосвязи гендерного и языкового аспектов языка французской рекламы. Гендерная ориентированность рекламного текста, являясь залогом успешности воздействия на потребителя, находит свое отражение в выборе лексики и стилистики рекламных сообщений. Гендерно обусловленные лингвистические характеристики рекламных текстов обнаруживаются на разных уровнях анализа. Важность пола адресата проявляется, начиная с объема текста и заканчивая словообразовательными особенностями употребляемых лексических единиц. Действие гендерного фактора в современной французской рекламе проявляется как на лексическом, так и на стилистическом уровне. Мужские и женские рекламные сообщения существенно отличаются в плане использования различных выразительных средств. Французские рекламодатели умело используют особенности женской и мужской психологии и речи для привлечения потенциальных покупателей.

Ключевые слова: гендерный фактор, воздействие, рекламный текст, женская реклама, мужская реклама.

---

*30 октября 2014 г.*