

## ФИЛОЛОГИЯ

*И.А. Гричаный*

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

### **Цитирование как один из способов создания экспрессивности в языке современной телерекламы**

Проводится анализ цитирования как одного из средства создания экспрессивности в языке телерекламы. Рекламный текст должен реализовывать задачи рекламы в целом. Цель рекламного текста – привлечение внимания к товару или услуге и побуждение к его приобретению. Автор ставит целью определить эмоциональный и экспрессивный потенциал цитирования в рамках рекламного дискурса. Изучение фактического материала осуществлялось описательным методом лингвостилистического анализа. Существует несколько дискурсивных способов ввода цитат в рекламный текст. При прямом цитировании формируются ностальгические аллюзии у адресата, что способствует аттракции внимания потенциального покупателя к рекламируемому товару. Трансформированная цитация актуализирует внимание адресата на рекламируемом товаре.

*Ключевые слова:* реклама, цитирование, экспрессивность, текст, оформленность.

*12 ноября 2021 г.*

---