

*Пенькова А., Сильченко Э.*

## **ПРИЕМЫ ЯЗЫКОВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

*Научный руководитель ст. преп. Дерунова А. А.*

*Кафедра белорусского и русского языков*

*Белорусский государственный медицинский университет г. Минск*

**Актуальность.** Реклама, являясь важнейшей разновидностью массовой коммуникации, прочно вошла в жизнь современного человека. Рекламный текст, основанный на использовании выразительных возможностей средств языка всех уровней, оказывает значительное влияние на формирование различных стереотипов и образа жизни современного общества.

Рекламный бюджет производителей фармацевтических препаратов занимает первые позиции на мировом рынке рекламы, т.к. рынок лекарственных средств является одной из самых прибыльных сфер бизнеса.

Реклама медицинских товаров и услуг практически не отличается от рекламы других товаров и услуг, однако законодательное регулирование накладывает ряд ограничений при рекламировании лекарственных средств. Специалистам по рекламе приходится использовать такие рекламные стратегии и тактики, которые не должны противоречить закону и одновременно должны убеждать потребителя в необходимости приобретения именно данного товара. Специалисты используют различные приемы для того, чтобы воздействовать на покупателя и убедить его в покупке определенного товара, в арсенал их средств входят и приемы языкового манипулирования.

**Цель:** исследование основных приемов языкового манипулирования в рекламных текстах лекарственных средств на белорусском рынке последнего десятилетия.

### **Задачи:**

1 Провести сбор языкового материала рекламных текстов лекарственных препаратов.

2 Изучить и описать основные приемы языкового манипулирования.

**Материал и методы.** Материалом исследования послужили рекламные тексты лекарственных препаратов, представленных на белорусском фармацевтическом рынке. В исследовании используются описательный, сравнительный, аналитический методы.

**Результаты и их обсуждение.** Проведенный нами анализ языкового материала позволил выявить несколько основных приемов языкового манипулирования при рекламе лекарственных средств.

### **Выводы:**

1 Лекарственные средства – специфический товар, приобретение и использование которого способно решить проблемы, связанные со здоровьем человека, поэтому специалисты по рекламе стремятся придать рекламным текстам образность и выразительность.