

ПРИСТАВОЧНЫЕ ГЛАГОЛЫ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ

Реклама использует огромный спектр средств выразительности всех языковых уровней, в том числе морфологического уровня. Глагол – самая сложная и самая яркая грамматическая категория русского языка. Материалом нашего исследования послужили рекламные ролики, демонстрирующиеся на телеканале «ОНТ» (дата трансляции – 24.02.2019), откуда посредством сплошной выборки нами были отобраны все рекламные слоганы, в которых отмечены факты употребления глагольных форм. Одной из значимых характеристик рекламного текста выступает именно специфическое употребление глагольных форм, их частотность, что значительно усиливает текстовую динамику, акцентирует обращенность к субъекту. Из 50 рекламных слоганов 23 единицы вообще не используют глагольных форм, в остальных слоганах встретилось 18 бесприставочных глаголов и 11 приставочных глаголов.

Из 27 глаголов, которые встретились в исследуемом частном сегменте телевизионного рекламного дискурса, 17 глаголов употреблены в форме повелительного наклонения, 8 из них – приставочные. Приставочные глаголы в форме повелительного наклонения обладают очень высоким потенциалом воздействия на адресата, так как подобные глаголы способствуют реализации основной цели рекламного текста – воздействовать на адресата с целью побудить к приобретению товара или услуги.

Приставка *по-* встретилась в текстах 3 раза: *Jacobs. Познайте ароматию Jacobs!*; *Позаботьтесь о правильном развитии малыша!*; *Electrosila. Выбирай и покупай!* Данная приставка реализует 2 типа значений – значение совершенного вида («доведение действия до результата») и пространственное, или специально-результативное. 2 раза реализована приставка *у-* в составе глагольных форм: *MEZIM. Эффективно улучшает пищеварение*; *ACTIMEL. Кто-то сильный, а ты нет? Укрепляй иммунитет!* Данная приставка имеет значение усиления качества действия: в первом случае делает нечто более качественным, а во втором случае – более крепким. Приставка *о-* употребляется 1 раз: *Освежите вашу спальню!* (*освежить*, т.е. вернуть в прежнее, первоначальное состояние). Используются также единичные приставки *про-* (*WELLA. Искусство пробуждать красоту волос!*), *под-* (*Подберите для любимых Samsung Galaxy A8!*), *пере-* (*JOOM. Не переплачивай за то, что можно купить дешевле. Скачай JOOM: данная приставка, как правило, реализует значение излишества, превышения нормы в каком-нибудь действии*), *вы-* (*Electrosila. Выбирай и покупай!*).

Глагол обладает высоким прагматическим потенциалом в рекламном тексте. Приставочные глаголы в повелительном наклонении усиливают перлокутивный эффект, оказываемый на адресата.