

4. ... - 18- ... ,1989. - 624 .
5. ... « ... »/ ... - : - , 2009. - 159 .

Summary. The article is devoted to the description of phraseological units in advertising discourse. It is proved that phraseological units serve as a means of hidden language manipulation, making advertising slogans vivid, original and easily remembered. The author indicates techniques of phraseological transformations aimed at ensuring the correct perception of the advertising text by the recipients.

Key words: phraseological unit, advertising text, language manipulation, idiom, slogan.

Chernikova@bsu.edu.ru

« ... » (... .., 2007: 256).

« ... » (... .., 2008: 19).

! (« ... »); (« ... »);

(« ... »).

(... .., 2006).

« »);

« »).

()

« »).

« »);

()

()

()

« » (, 2008);

« » (, 2008).

« »);

()

()

« » (, 2008); « » (, 2006)

«1. . 2. » (, 2008).

« » (, 2006),

« »);

(« »).

« » (

.., 20 8), - «

» (.., 20 8)

:

(« »).

» (

2006).

:

« .., 20 8),

: <_>

« »); <_>

», <_> (« »).

(« »),

- « -

(.., 20 8), .:

(« »).

(:<^>

(« »),

(« »).

()

()

() () ()

1. . . . : . 2- : « », 2007. - 368 .
2. . . . : . - . : « », 2008. - 271 .
3. / [. . . .] . URL: https://phrase_dictionary.academic.ru (: 28.02.2019).
4. [. . . .] . URL: <http://www.ruscorpora.ru> (: 28.02.2019).
5. . . . [. . . .] . URL: <https://phraseology.academic.ru> (: 28.02.2019).

Summary. The article deals with phraseological units that nominate mental activity and emotional state of a person. The author analyzes the semantic, pragmatic and expressive potential of phraseological units in a literary text.

Key words: phraseological units, semantic potential, pragmatic analysis, literary text, A.I. Kuprin.