effect in audiovisual contexts and its conservation in different cultural areas remains always urgent.

Key words: *humour, comic, Italian comedy, humorous effect, translation techniques.*

УДК 811.111'373

Ю. Г. Федорова
Н. М. Восводіна

ВЕРБАЛЬНИЙ КОНТУР КОНЦЕПТА «CYBERSPACE» В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

У статті розглядаються англомовні новоутворення, які пов'язані з вербальним контуром концепту 'CYBERSPACE', який входить до складу сучасної англомовної картини світу. Зазначений концепт складається з таких підгруп: INTERNET, E-MAIL, DATA, SOCIAL NETWORKING, PROGRAMMING AND SOFTWARE, HACKING AND HACKERS, IT-TECHNOLOGIES. Автори статті розглядають три підгрупи зазначеного концепту: INTERNET, E-MAIL, DATA як найбільш репрезентативні. Досліджуючи зміни в різних підсистемах лексико-семантичної системи англійської мови, спостерігається формування нових словотвірних елементів і моделей, функціонування нових розгалужених словотвірних і лексико-семантичних парадигм, що концентруються навколо найважливіших понять. Нові лексико-семантичні парадигми, своєю чергою, створюють феномен поліномінації, позначення одного поняття поліваріантними засобами.

Ключові слова: *мовна інновація, концепт, вербальний контур, інтернетизація, неокорпус.*

DOI 10.34079/2226-3055-2019-12-21-199-206

Відомості про мову лінгвістика отримує за своїми кордонами, але вони також переходять у психологію, філософію, логіку та інші дисципліни. Факт лінгвістичної експансії безпосередньо пов'язаний з вивченням мовного образу світу. Глибоке розуміння номінативних властивостей мовних одиниць у різних мовах, закріплення лексичних одиниць і усталених виразів у мові можливе лише з урахуванням позалінгвістичних факторів – соціальних, етнічних, психологічних. Отже, експансія лінгвістики та більш толерантне ставлення мовознавців щодо використання даних інших наук у лінгвістичних студіях певною мірою сприяє вивченню проблем «мова – мислення», «мова - національний менталітет», «мова – культура», «мова – мовна особистість». Остання кореляція пов'язана з антропоцентричним підходом, який домінує в сучасних гуманітарних дослідженнях.

Актуальність дослідження визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на розгляд мовних одиниць з урахуванням структур людського знання, які вони репрезентують, а також ментальних процесів, що покладені в основу категоризації світу, концептуалізації знань і, врешті решт, мовної номінації.

Мета статті – проаналізувати семантичну природу вербального контуру 'CYBERSPACE' як частину концептосфери сучасної англомовної картини світу, що зумовило виконання наступних **завдань**:

- виділити теоретичні засади методологічної категорії «картина світу», що пов'язана з ключовими концептами сучасної англійської картини світу;
- виокремити в англійській мові особливий шар лексичних новоутворень – слова та вирази, які відбивають ключові концепти сучасної англійської картини світу;
- виявити мовну репрезентацію ключових концептів у сучасній англійській картині, а також семантичні та прагматичні особливості вживання цих одиниць.

Сучасна лінгвістика розглядає мову як вербальний образ світу. Мова не відбиває світ прямо, а передає наше концептуальне сприйняття світу [2, с. 12]. Системи мови використовуються з точки зору мовної свідомості, її лінгвокреативного потенціалу та інтра-мовної техніки. Мові належить активна роль у процесі пізнання. З її допомогою не лише відтворюється логічна, мисленнєва картина навколишньої дійсності. Мова вносить у цей виключно складний процес свої корективи, залишаючи відбиток на пізнанні [1, с. 41]. У цьому процесі беруть участь різні типи мислення: практичне, поняттєве, редуковане, лінгвокреативне. Лінгвокреативне мислення – це здатність людини відбивати світ у мовних нормах. Воно є переважно асоціативним і саме за його допомогою формується картина світу. Лінгвокреативне мислення породжує асоціативні засоби. Це мовленнєво-розумова діяльність, пов'язана з мовним узусом, з простором лексичного та граматичного каркаса мови, а також зі здатністю суб'єкта цієї діяльності мислити даною мовою як тезаурусі культури певного народу в її національній самобутності [5, с. 102]. Цей тип мислення організовує мовне будівництво, а також супроводжує процес пізнання. Поняття картини світу належить до фундаментальних понять і використовується дослідниками, щоб відбити специфіку людини та її буття, взаємовідносини людини зі світом, найважливіші умови її існування у світі.

Розглядаючи сучасну англійську картину світу, слід відзначити, що поряд з інноваційною технологічною революцією людина, все ж таки, залишається у центрі уваги, про що свідчать лінгвальні новоутворення. Оскільки метою даної статті є розгляд концептуальної парадигматики мовних новоутворень сучасної англійської мови, які слугували для розвитку динаміки та еволюції сучасного суспільства, слід наголосити, що в нашому дослідженні ми використовуємо загальний, тобто панорамний підхід щодо опису й аналізу концептуальної парадигми мовної картини світу.

Концептом, який відіграє не менш важливу роль у поповненні словникового складу сучасної англійської мови й є ключовим елементом комп'ютеризації у всіх сферах антропологічного буття людини, виступає *'CYBERSPACE'*, що містить 384 лінгвальних інновацій. У свою чергу, зазначений концепт поділяється на підгрупи *INTERNET*, *E-MAIL*, *DATA*, *SOCIAL NETWORKING*, *PROGRAMMING AND SOFTWARE*, та *HACKING AND HACKERS*, *IT-TECHNOLOGIES*. Розглянемо більш детально три підгрупи зазначеного вербального контуру: *INTERNET*, *E-MAIL*, *DATA*, які представлені найбільш яскраво у даному вербальному контурі.

Безумовно, сучасна англійська мова постійно перебуває у розвитку завдяки таким чинникам як мас-медіа, економічні та соціальні перетворення, міжнародний тероризм та боротьба з ним та ін. Проте, слід відзначити, що у сфері тотальної комп'ютеризації та технологічних інновацій, безпосередньо, головним постачальником неологізмів виступає всесвітня мережа Інтернет й вносить неодмінно багату кількість лексичних інновацій у неокорпус сучасної англійської мови. Отже, інформаційна революція на початку ХХІ сторіччя продовжує бути найбільш впливовим чинником щодо процесів поповнення словникового складу сучасної англійської мови. З «інтернетизацією» суспільства, зокрема, пов'язана найбільша кількість лексико-

фразеологічних інновацій останнього часу. Так, в підгрупі INTERNET зосереджена більша кількість лексичних інновацій, які пов'язані із всесвітнім павутинням, таких як *click laundering, clickprint, clickstream, cobweb page, crowdfunding, crowd mining, Crowdsourcing, flash campaign, flash crowd, flash mob, fleshmeet, folksonomy, fridge Googling, friend, friendsourcing, tweetup, Twitterverse, type-in traffic, typosquatter, Wikipedia kid*. За нашими кількісними підрахунками, дана підгрупа містить 87 лексичних інновацій, що складають 41 % загальної кількості неологізмів.

Як вважає відомий науковець Ю. А. Зацний, у процесі поповнення словникового складу англійської мови спостерігається тенденція поліномінації та синонімізація понять та концентрація неологізмів навколо базових центрів парадигм. Ці явища обумовлюються актуальністю процесів, які відбуваються в умовах сучасного етапу науково-технічного прогресу [3]. Так, наприклад, за словником Ю. А. Зацного, можна навести наступні приклади попереднього твердження, як «великий аматор комп'ютерної техніки» – *chip-head, computer junkie, cyberaddict, cyberhead, cyberbuff, cyberjunkie, data-junkie, digh-head, gearhead, nethead, technofreak, technophile, tekky, telephile*; «фахівець в галузі сучасної техніки» – *compuret nerd, cyberguru, cybernerd, geek, supernerd, techguru, yechnogeeek, technoguru, technoed, technosavant, uberned*; «такий, що добре знає комп'ютерну техніку» – *computer hip, computerate, competent, computer-savvy, cybersavvy, it-savvy, technoliterate, techsavvy*; «людина, яка активно користується мережею Інтернет» – *cider-citizen, cuber-surfer, e-surfer, netter, internaut, nethead, netizen, netsurfer* [4]. Проте, слід зазначити, що не тільки позитивні явища притаманні Інтернету, дуже часто виникають неологізми, які пов'язані із негативною стороною соціального життя.

Так, всесвітня мережа Інтернет дала змогу розповсюдження та широкої пропаганди расизму, насильства, агресивності, для поширення порнографії, сексу (*cyberporn, cybersleaze, cybersex, eco-porn, financial pornography, gadget porn*). Порнографічний бізнес виявився єдиним по-справжньому прибутковим бізнесом для інтернетівських компаній. Проте під найбільший вплив у даному випадку підпадають діти, порнографія на яких й спрямована. Тому для боротьби із розповсюдженням пропаганди було створено міжнародний орган «кіберполіцейського» (*cybercop*); комп'ютери та телевізори останнім часом оснащують спеціальним приладом, який дає можливість відключати певні програми, що передаються через телевізійну мережу або через Інтернет (V-chip) або кодувати ті чи інші канали доступу до певних заборонених каналів, мереж тощо. На цій підставі виникає лексична інновація *mommy hacker*, яка стурбована пошуком її дітьми інформації в Інтернет, і тому вона нерідко «зламає» свої домашні комп'ютери. Крім виникнення міжнародного органу, який керує розповсюдження порнографії, було створено поняття *porn sifter*, під яким мається на увазі людина, яка працює своєрідним «фільтром» й розшукує порнографічні веб-сторінки, для того щоб вони надалі були зафіксовані у списку негативних сторінок і, таким чином, були блоковані програмною системою.

Однак, іноді батьківські тривоги та сумління щодо негативного впливу Інтернет мереж та соціальних трендів, якими активно користуються їхні діти є безпідставними та не мають сенсу. Так, наприклад, телескопічне утворення слова *juvenoia* (*juvenile* + *paranoia*) саме й позначає даний страх та занепокоєння: «*Is the internet really an amplifier for youth deviance, bad behavior, and risk? Or is it just the opposite? Are we simply applying age-old paranoia about youth (juvenoia) to the newest technology and coming to all the wrong conclusions?*» (Generation YES Blog, December 3, 2010).

Підгрупа E-MAIL характеризується лексичними інноваціями, які, безумовно, пов'язані з обміном інформації через «електронну пошту». До речі, поняття «пошта» на сучасному етапі розвитку англійської мови обумовлюється у пізнанні людини як «електронна пошта», «голосова пошта», «відео пошта» (*e-mail*, *voice-mail*, *snail-mail*, тому «звичайна» пошта одержала такі позначення, як *hard-mail*, *snail-mail* (остання номінація – *snail-mail* – натякає на повільність руху традиційної пошти). Зазначимо, що ця концептосфера містить 71 лексичних інновацій, а це 29 % загального об'єму зазначеної підгрупи.

Велика кількість новоутворень, яка характеризує даний концепт, має на увазі ментальні та фізичні особливості людини, як наприклад, *email apnea*, *e-mail bankruptcy*, *e-mail fatigue*, *e-mail hygiene*. Дослідження довели, що нездатність відреагувати на інформацію, яка надходить на електронну пошту якомога швидше у поєднанні із соціальним та персональним очікуванням того, що людина збирається відповісти, може призвести до спустошення та деморалізації людини як фізично так й духовно. Такий стан позначається поняттям *e-mail apnea*: «...*Author Linda Stone, who coined the term “continuous partial attention” to describe the mental state of today's knowledge workers, says she's now noticing, get this, “e-mail apnea”: the unconscious suspension of regular and steady breathing when people tackle their e-mail*» (Breathing your way to a happier and healthier life, Ask the Cognitive Behavior Therapist, April 2, 2009).

Неологізм *e-mail bankruptcy* позначає становище, коли людина за будь-якої обставини не хоче або не може читати чи відповідати на всі електронні листи, що надходили до неї певний час, тобто вимушена потреба у «стиранні» всіх повідомлень. «*It's hardly surprising, then, that we're attracted to the concept of e-mail bankruptcy. To declare e-mail bankruptcy, you delete every single message in your inbox and start from scratch*» (Tampa Tribune, May 7, 2007).

В останній час інтернетизація охопила всі галузі буття людини. Однак, поряд із поліпшенням та удосконаленням сучасного життя соціуму в Інтернеті, з'являється так званий «спам», тобто непотрібна інформація, яка часто містить повідомлення неважливого характеру й уражає будь-яку систему комп'ютера вірусом. Наприклад, поняття *empty spam* позначає перенасичений уривками з класичної літератури, позбавлений реклами.

Для контролю та боротьби з будь-яким спамом було створено своєрідна «зброя» *e-mail hygiene*, принципом якої було видалення, знищення та захист комп'ютера від вірусів та інших непотрібних погроз, яким часто піддаються поштові скриньки користувачів Інтернету.

Як було зазначено раніше, в лексичному складі розвитку сучасної англійської мови відбуваються важливі речі, а саме поліномінація понять. Яскравим прикладом даного явища виступає слово *ham*, яка за традиційним трактуванням позначає шинку, проте у контексті підгрупи E-MAIL, зазначене поняття позначає «нон-спам повідомлення», тобто легітимне «нормальне» електронне повідомлення, яке блокується або фільтрується антивірусною системою, оскільки містить одне або декілька слів, що певним чином асоціюються зі спамом. До речі, дане слово й стало основою для створення слова *spam* (*spiced ham*).

Оскільки велика кількість людей щодня користуються Інтернетом та спілкуються за допомогою електронної пошти або обговорюють певні проблеми на різних форумах, не завжди у потоці думки користувач Інтернету зосереджується на тому, що він повідомляє й, як правило, робить багато помилок в ході написання того чи іншого матеріалу. Таким чином, для позначення негативно змістовного повідомлення

з безліччю різноманітних помилок, невірне використання граматичних правил, було винайдено неологізм *dictionary flame*.

Кількісні підрахунки свідчать про те, що до підгрупи DATA входять 63 нововведення. Характерними лексичними інноваціями у даній підгрупі DATA являються парадигматичні центри поняття *information*. За допомогою цього слова було створено цілу низку неологізмів-словосполучень *information broker*, *information environmentalism*, *information fatigue syndrome*, *information food chain*, *information foraging*, *information pollution*, *information scent information superiority*, *information tamer*, *information triage*, *information warfare*, *infostructure*. За визначенням Ю. Зацного, Інтернет вважається частиною простору, яку вчені називають «інформаційною екологією» (*information ecology*), яка розглядається як система людей, процесів, цінностей та відповідних технологій [3, с. 7]. Зазначимо, що за твердженням учених, головною рисою людини «інформаційної екології» вважається його «інформоядність». Так, вони пояснюють, що сучасна людина функціонує через «поїдання» інформації й на цій підставі було винайдено найменування – характеристику *informavore*.

До цієї групи «інформоядності» належать такі неологізми *information food chain*, *information foraging*. Отже, наведені вище приклади лексичних інновацій свідчать про те, що у своїй семантиці дані неологізми несуть одну й ту ж аналогію, що було основою у новоутворенні *informavore*. Наприклад, нове лексичне словосполучення *information foraging* позначає пошук інформації шляхами та методами, що використовуються тваринами для добування їжі: «**Information foraging theory...views humans as informavores, continually seeking information from our environment. In a sense we are foraging for information, a process with parallels to how animals forage for food. For both human and animal there are cues in the environment that help us judge whether to continue foraging in the same location or to forage elsewhere**» (American Society for Information Science Bulletin, June 1, 2002).

Як було зазначено раніше, вплив глобальної комп'ютерної мережі та новітньої техніки на різні аспекти сучасного громадського життя мають як позитивні так й негативні наслідки. Доказами цього можна визначити перенасиченість інформацією (*infoflood*, *infoglut*), неспроможністю «переварити» велику кількість інформації для звичайної людини. Отже, виникає певна кількість неологізмів, що характеризують таке явище як «інформаційний стрес» (*infostress*, *information anxiety*, *social networking fatigue*, *e-mail fatigue*, *password fatigue*). Таким чином, наприклад, для позначення ментального виснаження та стресу, спричиненого створенням або утриманням великої кількості акаунтів у соціальних мережах, було винайдено неологізм *social network fatigue*: «**This is why there's been a growing online grumble about “social network fatigue”. It's more than a frustration with signing up for umpteen useless accounts; it's the exhaustion that comes from being asked to build an online identity over and over again. Yes, young people have an inexhaustible desire to try on and discard alternative personas like clothing. But the point comes where you say, can't I just be me?**» (The Globe and Mail, February 16, 2007).

Password fatigue позначає також стомлення розумових здібностей людини, причиною яких являється потреба у запам'ятовуванні великої кількості паролей. «**One of the tribulations of internet life is password fatigue. Use a different one for every website and you're likely to forget them. Write them all down, or use the same one, and you risk becoming the latest victim of identity theft**» (The Observer, April 22, 2007).

Тривала робота із сучасною технікою, безперечно, викликає «технострес» (*technostress*) та комп'ютерну хворобу (*computer sickness*). Навіть серед комп'ютерно грамотних та досвідчених людей чимало тих, хто відчуває втому від складної сучасної

техніки (*high-tech fatigue*). Неологізм-словосполучення *e-mail fatigue* характеризує стан втоми від отримання великої кількості повідомлень електронною поштою.

Цікавими є неологізми, які так чи інакше характеризують людину, яка добре пов'язана із всесвітньою мережею Інтернет. Так, наприклад, слово *webrarian* позначає особу, яка є висококласним експертом не тільки у галузі пошуку інформації в Інтернет, але й також пріоритетом якої становить організація та сортування отриманої інформації.

Для номінації користувача Інтернет, було створено інновацію *pancake people*, що позначає людину, яка багато читає, але недостатньо глибоко переймається проблемою того, що читає. «*The changing nature of work, study and leisure is rewiring the human brain in such a way that deep reading the concentrated pursuit of linear stories and thought – is being trained out of us. A University Of California (San Diego) study found that the amount of information the average American processed in 2008 was triple what it was in 1960. This has turned many into **pancake people** – spread wide and thin*» (FLOAT Press Blog, April 5, 2011).

Для позначення веб-сайту, де дозволено людині додавати, змінювати або видаляти інформацію позначають лексичною інновацією *wiki*, яке, до речі, слугувало деяким поштовхом до створення таких неологізмів як *wikiality* – телескопічне утворення від *wikipedia* та *reality* (реальність, яка зумовлена певним консенсусом, зокрема, таким суспільним результатом якого стала Вікіпедія), *wikification* (відкриття веб-сайту, враховуючи побажання та співпрацю інших людей), *Wikigroaning* (практика розміщувати дві однакові статті у Вікіпедії, однак, перша являється інформаційно корисною та короткою, проте як в друга набагато більша ніж перша й мало інформаційна, тобто містить багато непотрібної інформації).

Проте номінація *Wikipedia kid* позначає зовсім не інтелектуальну людину, яка сповнена енциклопедичних знань, а навпаки, дана лексична інновація трактується як особа, яка має невідосконалені властивості для пошуку інформації та якої бракує здібностей для критичного мислення.

Отже, вербальний контур концепту '*CYBERSPACE*' широко представлений у складі сучасної англійської мови та еволюції мовної картини світу, оскільки являє собою невіддільний й ключовий елемент даної системи. Сьогодення не можна представити людину без використання певних технологічних засобів, які з кожним днем поширюють своє функціонування від звичайного мобільного телефону до «розумного» девайса, який використовується не лише за своїм прямим призначенням, але й функціонує як комп'ютер, телевізор тощо.

Перспективу подальших досліджень убачаємо у вивченні закономірностей механізмів, факторів впливу та прогнозування інноваційних процесів у різних мовах на матеріалі різних типів інституціональних дискурсів і, зокрема, у контрастивних дослідженнях різних пар мов.

Список використаної літератури

1. Брутян Г. А. Аргументация / Г. А. Брутян. – Ереван : Из-во АН Арм.ССР, 1984. – 105 с. ; Brutyan G. A. Argumentatsiya / G. A. Brutyan. – Yerevan : Iz-vo AN Arm.SSR, 1984. – 105 s.
2. Вежбицкая А. Семантика грамматики / А. Вежбицкая. – Москва : ИНИОН РАН, 1992. – 31 с. ; Vezhbtskaya A. Semantika grammatiki / A. Vezhbtskaya. – Moskva : INION RAN, 1992. – 31 s.
3. Зацный Ю. А. Англо-русский словарь новых слов и словосочетаний (рубеж столетий) / Ю. А. Зацный. – Запорожье : Запорож. гос. ун-т, 2000. – 243 с. ;

Zatsnyy Yu. A. Anglo-russkiy slovar novykh slov i slovosochetaniy (rubezh stoletiy) / Yu. A. Zatsnyy. – Zaporozhe : Zaporozh. gos. un-t, 2000. – 243 s.

4. Зацний Ю. А. Неологізми англійської мови 80-90-х років XX століття / Ю. А. Зацний. – Запоріжжя : Тандем-У, 1997. – 396 с. ; Zatsnyi Yu. A. Neolohizmy anhliiskoi movy 80-90-kh rokiv XX stolittia / Yu. A. Zatsnyi. – Zaporizhzhia : Tandem-U, 1997. – 396 s.

5. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1986. – 143 с. ; Teliya V. N. Konnotativnyy aspekt semantiki nominativnykh edinit / V. N. Teliya. – Moskva : Nauka, 1986. – 143 s.

Список фактичного та ілюстративного матеріалу

1. Generation YES Blog, December 3, 2010.
 2. Breathing your way to a happier and healthier life, Ask the Cognitive Behavior Therapist, April 2, 2009.
 3. Tampa Tribune, May 7, 2007.
 4. American Society for Information Science Bulletin, June 1, 2002.
 5. The Globe and Mail, February 16, 2007.
 6. The Observer, April 22, 2007.
 7. FLOAT Press Blog, April 5, 2011.
- Стаття надійшла до редакції 30.10.2019.

Yu. Fedorova

N. Voievodina

VERBAL CONTOUR OF THE 'CYBERSPACE' CONCEPT IN THE MODERN ENGLISH-LANGUAGE WORLD'S PICTURE

The article explores word innovations in modern English in the sphere of cyberspace. Such subgroups as INTERNET, E-MAIL, DATA, SOCIAL NETWORKING, PROGRAMMING AND SOFTWARE, HACKING AND HACKERS, IT-TECHNOLOGIES are considered as parts of the suggested concept. But it should be pointed out that three subgroups of the mentioned concept: INTERNET, E-MAIL, DATA are investigated as the representative ones.

Beginning with studies that have gradually emerged as linguocultural studies, linguists have chosen the notion of the linguistic picture of the world as central to describing a complex and multidimensional mechanism of reflection in the language of reality and consciousness. Gradually, it became clear that the linguistic picture of the world is a multilayered entity and embraces verbalized frames, concepts, stereotypes, customs, rituals and values. The concepts themselves, frames, belong to the conceptual picture of the world or the concept sphere. The conceptual picture of the world is at the heart of the linguistic picture of the world, it is a more universal concept. The linguistic picture of the world is created in the nomination process, it is a key component of national culture. The basic elements of the linguistic picture of the world are verbalized universals and nominations denoting national-specific concepts. Universal and nationally labeled concepts can be verbalized in both individual words and idiomatic units. In the context of our research, we aimed to describe key concepts as part of the conceptsphere of modern British society, namely the 'CYBERSPACE' concept. The main value concepts were selected as a result of the analysis of non-fiction, including newspapers and magazines in print and electronic. The UK is a multinational country, but the study did not take into account the values of the individual national groups that make up the British nation, because it was interesting to explore the value concepts shared by the majority in the country and help reflect the most

common features of the British national mentality. The development of society, economy, expansion of spheres of activity and sources of profit influenced the lexical formulation of concepts. The concept of 'CYBERSPACE' is represented by the following sub-groups: INTERNET, E-MAIL, DATA, SOCIAL NETWORKING, PROGRAMMING AND SOFTWARE, HACKING AND HACKERS, IT-TECHNOLOGIES. It is well known that modern society has existed in the age of IT-technologies, so the emergence of such a concept as 'CYBERSPACE' may be explained by the fact that the information revolution in the early 21st century continued to be the most influential factor in the processes of replenishing the English vocabulary. The «Internet» of society, in particular, is associated with the largest number of vocabulary and phraseological innovations of recent times.

Key words: *internatization, concept, cyberspace, verbal contour, IT technologies.*

УДК 81'42:659.123

О. А. Цупікова

РЕКЛАМНИЙ ДИСКУРС ЯК ОДИН ІЗ ТИПІВ ІНСТИТУЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Стаття присвячена аналізу рекламного дискурсу як одного з типів інституційного дискурсу з позиції лінгвопрагматики; представлено основні ознаки рекламного дискурсу; схарактеризовано особливості рекламного тексту; окреслено специфічні риси рекламної комунікації; систематизовано стратегії впливу на адресата.

Ключові слова: *реklamний дискурс, рекламний текст, рекламна комунікація, стратегія впливу.*

DOI 10.34079/2226-3055-2019-12-21-206-212

Постановка проблеми. У сучасному комунікативному просторі рекламний дискурс посідає значне місце, адже реклама активно проникає у життя кожної людини, керуючи її поведінкою. Основним завданням реклами є забезпечення попиту на певну продукцію та максимальне розширення кількості потенційних споживачів. Успішного результату ця прагматична настанова досягає через комунікативні стратегії реклами: інформування, вплив, переконання. Тому сучасна реклама – це дієвий інструмент впливу на покупця, здатний трансформувати його світогляд.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Механізми впливу реклами на індивідуальну свідомість всебічно вивчаються науковцями різних галузей. У центрі мовознавчих студій перебуває різноманітна проблематика рекламного дискурсу: дослідження психолінгвістичного (Ю. А. Сорокін, Є. Ф. Тарасов), комунікативно-прагматичного (О. Ю. Арешенкова, Ф. С. Бацевич), когнітивного (В. І. Охріменко, О. Є. Ткачук-Мірошніченко), прагмалінгвістичного (Т. А. Безугла, О. Д. Македонова) аспектів. Проте, незважаючи на численність і поліаспектність лінгвістичних праць та значні здобутки у вивченні рекламного дискурсу, залишається недостатньо розробленим цей феномен з позиції лінгвопрагматики, тоді як ця проблема є **актуальною**, потребує постійного оновлення і вимагає подальших досліджень.