ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

ВИКОНАЛА: СТУД. ГР.ПР-92
ДАНИЛЬЧЕНКО С.В.
НАУКОВИЙ КЕРІВНИК: КАНД. ФІЛОЛ. НАУК, СТ.ВИКЛ.
БРОВКІНА ОКСАНА ВОЛОДИМИРІВНА

- **Об'єктом** дослідження є сучасний англомовний рекламний дискурс.
- **Предметом** дослідження, безпосередньо, виступають структурно-семантичні та прагма-дискурсивні характеристики реалізації маніпуляції в англомовному рекламному дискурсі.
- **Матеріалом дослідження** є сучасна англомовна періодика, а саме англомовна преса, з якої розглядались приклади англомовного рекламного дискурсу

Мета роботи – дослідити засоби реалізації маніпуляції, як лінгвістичного явища, в сучасному англомовному рекламному дискурсі. Відповідно до мети, в поданій роботі ставляться такі **завдання**:

- розглянути існуючі концепції та підходи до вивчення рекламного дискурсу в лінгвістиці;
- визначити жанрову оригінальність і композиційну організацію рекламного оголошення;
- встановити специфічні для мови інструменти, що сприяють створенню найбільш успішної маніпуляції в рекламному дискурсі;
- охарактеризувати типи та структури рекламних текстів та слоганів;
- охарактеризувати роль фоностилістичних засобів у створенні ефекту поетичності у рекламних текстах та слоганах.

Методологічна база дослідження охоплює:

Емпіричні методи:	Теоретичні методи :
- експеримент - спостереження - опис	- аналіз - синтез - узагальнення - індукція - дедукція - класифікація

Наукова новизна і теоретична **значимість** в роботі полягає в детальному лінгвістичному аналізі текстів рекламних оголошень з позиції комплексного підходу.

Метафора: «*Made of Brazilian summer*»

Антитеза: «*Meet Monsieur Big. Forget the others*»

Парцеляція: «*Keep glowing. Even without makeup*»

Риторичне питання: *«Freakishly shining hair?»*

Вигук: *«Scrumptious handmade chocolate can be ethical too!»*

Алітерація: *«Founded by William Morris, the SPAB protects the historic environment from decay, damage and demolition»*

Рима: «*It handles your tangles*»

Гра слів, каламбур: «*You're sheeting me*».

Використання фразеологізмів, кліше: «*Do pranks with so beautiful hair*».

Використання неформальної лексики, сленгу: *«I'm nutty about Herbal Essences»*

Використання іноземних одиниць: *«The New Eau de Parfum»*

Використання термінів: *«Formulated with Pentapeptides and Hyaluronic Acid, it works»*

Мовне маніпулювання – одна із стратегій мовного впливу.

ВИСНОВКИ

- досліджено мову з точки зору її здатності впливати на суспільство;
- розглянуто сутність і функції маніпулювання мовою;
- з'ясовано, які маніпуляційні прийоми найчастіше використовуються фахівцями з реклами.
- охарактеризовано типи структурних рекламних слоганів та роль фоностилістичних засобів у створенні ефекту поетичності у рекламних текстах та слоганах.

ВИСНОВКИ

- З різних ЗМІ випадковим чином були обрані слогани відомих компаній в категорії парфумерно-косметичної продукції.

- Вторинні джерела аналізуються для виявлення ставлення різних авторів до явища мовної маніпуляції.

- Було проведено невелике глибинне дослідження.

Дякую за
увагу!