

Воздействие рекламы тесным образом связано с манипулированием. Самым очевидным способом манипуляции на лексико-семантическом уровне является использование слов с эмоциональной нагрузкой. Фразеологические единицы, несомненно, относятся к таковым. За счет новых семантических значений появляются новые оттенки, привлекающие внимание реципиента. Например, текст рекламы жевательных драже «Mentos» ориентирован на молодую аудиторию, поэтому в нем используется фразеологический оборот *to miss out on something*, который означает 'не использовать возможность насладиться или получить преимущество от чего-либо'. Данная фразеологическая единица и форма контекста являются яркими и современными. Они расслабляют реципиента и вызывают положительные эмоции, которые мотивируют на выбор данного продукта: *Ever had the fear of missing out on the greatest party of all time?*

Для достижения наибольшего эффекта рекламодатели могут использовать фразеологические единицы с ярко выраженной стилистической окраской, что хорошо видно на примере рекламы компании «Nike» для женщин: *If we want to play against men, we're nuts*. Подобная фразеологическая единица обладает яркой экспрессивностью, что помогает компании обратить на себя внимание, вызвать у реципиента сильные эмоции, желание ломать стереотипы с одеждой данной марки.

Характерной чертой многих рекламных текстов выступает игра слов, как, например, в рекламе «Burger King»: *We go out of our way to bring you coffee your way*. Здесь употребляется выражение *to go out of somebody's way*, которое означает 'очень стараться что-то сделать, особенно для кого-то другого'. Игра слов в данном тексте является удачной с психологической точки зрения, потому что сам текст апеллирует к эмоционально-чувственному восприятию продукта, давая человеку почувствовать себя особенным.

Таким образом, использование фразеологических единиц в рекламных текстах добавляет определенную стилистическую окраску, что делает рекламу заманчивой для той аудитории, на которую она рассчитана, все это вызывает интерес и усиливает привлекательность продукта. Подобная формулировка семантически обогащает текст, призывает человека к действию и мотивирует его приобрести именно этот продукт.

М. Козуля

ВИРТУАЛЬНЫЙ ПОСТМОДЕРНИСТСКИЙ РОМАН XXI ВЕКА

Постмодернистский роман представляет собой сложную многоуровневую конструкцию с подвижным или вовсе непредусмотренным центром. Каждый ее уровень имеет своего адресата, а в основе лежит принцип диалогизма всех элементов. Для глубокого понимания постмодернистского текста читателю требуется серьезная филологическая подготовка, потому что его истинный смысл закодирован и требует расшифровки.

Виртуальный роман XXI века стал ответом на вызовы новой реальности, связанной с местом, которое занял в жизни каждого человека Интернет. Сетевая литература, в отличие от традиционной («бумажной» или оцифрованной), может быть прочитана только с помощью компьютера. Всемирная паутина обеспечивает гипертекстовую структуру и интерактивность сетевого произведения, создает возможности индивидуального выбора маршрута прочтения, позволяет вносить изменения в развитие сюжета, добавлять в него новые эпизоды, вводить дополнительных персонажей и т.д. Гипертекстуальный тип нарративной организации изменяет как форму представления знаний в соответствии с образом человеческого мышления, так и форму взаимодействия текста с другими текстами, расширяя тем самым понятие интертекстуальности.

Предпринятое нами исследование показало, что наряду с вышеперечисленными особенностями виртуальный постмодернистский роман XXI века обладает рядом специфических свойств, к которым относятся:

- принципиально открытая структура как разомкнутая «вмещающая форма», многократно усиливающая проявление деконструктивизма;
- сознательно сымитированная незаконченность, намеренная фрагментация текста;
- интеллектуальная подоплека, обычно зашифрованная, в то время как на поверхности остается увлекательный сюжет;
- безграничные возможности для реализации культурной дифференциации, создания полифоничности, проявления «интернет-шизоидности», актуализации «смерти автора», попавшего в гипертекстовую среду;
- принятие текста читателем, который не смог увидеть намеки и воспоминания в традиционном тексте, но встречает их в гипертексте;
- возможность обновить или игнорировать определенные ассоциации в зависимости от личного выбора читателя.

Технический прогресс в нынешнем столетии вывел постмодернистский роман на новый уровень качества. Только Интернет позволяет по-настоящему реализовать многие принципы постмодернизма. В печатном тексте постмодерн по большому счету остается на уровне деклараций, поскольку сама среда, в которой он существует, в корне модернистская.

Е. Кондрашова

ИГРА СЛОВ И ЕЕ РАЗНОВИДНОСТИ

(на материале американского телесериала «the Big Bang Theory»)

В современной науке нет единого мнения об определении игры слов, но все исследователи сходятся в том, что это явление имеет место только в случае преднамеренного нарушения языковой нормы с целью определенного воздействия на адресата, зачастую для усиления экспрессивности речи. В данном исследовании мы будем понимать под термином *игра слов* преднамеренное нарушение языковых норм с целью реализации в речи категории экспрессивности. Рассмотрим классификацию видов игры слов, основанную