

- <https://data.oecd.org/gdp/gdp-long-term-forecast.htm>. – Дата доступа: 22.03.2025.
2. World Bank Open Data – GDP (current US\$) // The World Bank. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>. – Дата доступа: 28.03.2025.
 3. Иванов, К. П. Влияние структуры ВВП на экономическую устойчивость государства / К. П. Иванов // Вопросы экономики. – 2022. – № 10. – С. 45–53.

УДК 811

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

Ковалевская В. А., студ., Степанов Д. А., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Рекламный дискурс представляет собой совокупность языковых, визуальных и коммуникативных средств, направленных на влияние на потребителя. Он служит механизмом передачи рекламного сообщения, адаптируя его к аудитории и формируя восприятие бренда или продукта. Основная цель рекламы – побудить человека к определенному действию, например, покупке, регистрации или взаимодействию с контентом. Для достижения этой цели используются яркие слоганы, эмоциональные образы и личностно-ориентированные обращения, способствующие вовлечению и формированию доверия.

Англоязычная интернет-реклама обладает рядом уникальных лингвистических особенностей, которые делают рекламные сообщения убедительными, запоминающимися и эффективными. Используемые языковые приемы помогают привлечь внимание пользователей, вызвать эмоциональный отклик и сформировать положительное восприятие бренда. Одной из ключевых характеристик англоязычной рекламы является активное применение слоганов. Они представляют собой короткие, емкие фразы, передающие основную идею бренда и вызывающие ассоциации у аудитории. Например, слоган Nike «Just Do It» отражает философию бренда, мотивируя целевую аудиторию к действию.

Рекламные тексты часто используют риторические приемы, такие как вопросы, гиперболы и повторения. Риторические вопросы вызывают у потребителей интерес и подталкивают их к размышлению («Why settle for less?» – «Почему соглашаться на меньшее?»). Гиперболы усиливают восприятие, создавая эффект преувеличения («The best burger you've ever tasted!» – «Лучший бургер, который ты когда-либо пробовал!»). Повторения и аллитерация добавляют ритмичность и делают текст более выразительным («Snap, Crackle, Pop!» – рекламный слоган бренда Kellogg's).

Метафоры, помогают создать яркие образы, которые вызывают ассоциации и формируют эмоциональную связь с аудиторией. Например, слоган Apple «Think Different» побуждает потребителей идентифицировать себя с инновационным подходом компании.

В англоязычной интернет-рекламе широко применяется разговорный стиль, который делает сообщения более персонализированными и легкими для восприятия.

Использование простых, неформальных выражений позволяет рекламным текстам звучать естественно и дружелюбно. Одной из популярных тактик является обращение к аудитории напрямую, часто с использованием местоимения «you» («You deserve the best!» – «Ты заслуживаешь лучшего!»). Это создаёт эффект личного общения и усиливает влияние рекламы.

В рекламных текстах также встречаются сокращения, сленговые выражения и эмодзи, которые помогают адаптировать рекламу под цифровую среду и молодую аудиторию. Например, бренды активно используют фразы типа «Hey, check this out!» («Эй, взгляни на это!») или «Cool deals waiting for you!» («Крутые скидки ждут тебя!»).

Таким образом, особенности рекламного дискурса в англоязычной интернет-рекламе заключаются в сочетании убедительных языковых приемов и стратегий психологического воздействия, что позволяют брендам эффективно коммуницировать с потребителями, адаптируя рекламу к их потребностям и ожиданиям в условиях цифровой среды.

Список использованных источников

1. Бодурова, А. Р. Функционально-стилистические особенности рекламного дискурса (на материале англоязычных слоганов сети instagram) / А. Р. Бодурова, А. С. Салина, А. В. Иванова // Вестник ПНИПУ. Проблема языкознания и педагогики. 2020. – №3 – С. 69–78.

УДК 811

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В БЛОГОСФЕРЕ

Сивцова А. А., студ., Степанов Д. А., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В эпоху цифровизации значимость английского языка еще более возросла в результате распространению интернета, который стал основным пространством для обмена информацией и культурного взаимодействия. На фоне этих процессов англоязычный интернет-дискурс приобрел статус одного из важнейших феноменов современной цифровой среды.

Актуальность темы исследования обусловлена тем влиянием, которое англоязычный дискурс оказывает на межкультурное общение в условиях роста популярности социальных сетей, блогосфер и других цифровых платформ.

Цель работы – анализ особенностей англоязычного интернет-дискурса и его реализации в блогосфере, а также изучение влияния этого феномена на языковые, культурные и социальные процессы в условиях цифровой эпохи.

Ключевые понятия, рассматриваемые в работе, включают интернет-дискурс как форму цифровой коммуникации, блогосферу как важную платформу для самовыражения и глобального взаимодействия, а также особенности англоязычного контекста, характеризующегося гибкостью, креативностью и межкультурной универсальностью.

Интернет-дискурс охватывает практически все формы общения, происходящие в