



СВІТ МОВИ – СВІТ У МОВІ

МАТЕРІАЛИ VII Міжнародної наукової конференції

Київ 2023

**Міністерство освіти і науки України
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України
Лодзинський університет
Шуменський університет
імені Єпископа Костянтина Преславського**

СВІТ МОВИ – СВІТ У МОВІ

МАТЕРІАЛИ

VII Міжнародної наукової конференції 27 жовтня 2023 р.

УДК 811
ББК 81.2

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету
іноземної філології Українського державного університету
імені Михайла Драгоманова (протокол № 5 від 14 грудня 2023 р.)

Світ мови – світ у мові: матеріали VII Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; Український державний університет імені Михайла Драгоманова): тези доповідей / уклад. І. В. Воловенко, Т. В. Слива; за заг. ред. Ю. В. Кравцової. Київ: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 2023. 285 с. електронне видання

ISBN 978-966-931-299-0

Збірник містить тези доповідей учасників наукової конференції, де розглядаються актуальні проблеми історичного розвитку мови, взаємозв'язку мови та мислення, мови як феномена культури, її ролі в міжкультурній комунікації, мовної семантики, лексико-граматичних інновацій, функціонування мовних засобів у різних типах дискурсу, сутності мовної особистості, прикладні аспекти вивчення мови.

Призначено для філологів – учених, викладачів, студентів.

ISBN 978-966-931-299-0

© Автори статей, 2023

© Український державний університет
імені Михайла Драгоманова, 2023

Деякі меми мають значний вплив на громадську думку та політичні дискусії. Вони можуть використовуватися для висміювання політичних лідерів, коментування подій або підтримки суспільних рухів. Вивчення мемів допомагає розуміти, як вони формують сучасну культуру та політичну реальність [2].

Одним із прикладів мемів, які мають значний вплив на громадську думку та політичні дискусії, є мем, який використовувався для висміювання або коментування політичних подій і дійсно відіграв важливу роль в формуванні громадської думки, а саме *Trump-umbrella*.

Під час президентської кампанії в США 2016 р. був створений мем, в якому кандидат в президенти Д. Трамп показаний із великим зонтом у той час, як інші політичні лідери та діячі виявилися під дощем без зонти. Цей мем став символом того, як Трамп відділяв себе від інших кандидатів і відображав його рішучий стиль і незалежність.

Отже, вивчення структурно-семантичних особливостей англомовних мемів має важливе значення для розуміння їхнього впливу на сучасну інтернет-культуру, мову та суспільство, а також для аналізу мовних і культурних аспектів цифрового спілкування.

Література:

1. Храбан Т. Інтернет-меми як інструмент інформаційно-психологічного впливу. Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології. 2019. Вип. 8, ч. 1. С. 238–248.
2. Чаплак Я., Чуйко Г. Специфіка мемів у інтернет-просторі сучасного суспільства. *InterConf*. 2022. С. 337–350. URL: <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.01.2022.035>
3. Король А. П. Меми та троллінг у сучасному комп'ютерному дискурсі: thesis. 2013. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30512>

**A. A. Ishchuk,
O. M. Ishchuk
Kyiv, Ukraine**

BANNER ADVERTISING'S CREOLIZED NATURE: MERGING VERBAL AND VISUAL ELEMENTS

In contemporary research, Internet discourse is recognized as a cognitive and communicative realm within the global network. It relies on electronic channels for communicative interactions, with hypertext serving as its structural foundation. This research aims to explore the characteristics of Internet discourse and electronic product descriptions within banner

advertising, shedding light on their unique features and significance in the digital era.

The structural organization of Internet discourse is heavily influenced by hypertext, a versatile form of text document interconnected through hyperlinks. While electronic product descriptions within banner advertising share similarities with advertising, they exhibit distinct features [1]. This research seeks to elucidate the precise nature of these features and their impact on the effectiveness of banner advertising.

The primary purpose of this research is to explore and analyze the key characteristics of electronic product descriptions in banner advertising within the broader context of Internet discourse. The specific objectives are as follows: examine the structural organization of Internet discourse, focusing on the role of hypertext and hyperlinks; differentiate electronic product descriptions from traditional advertising texts, highlighting their unique attributes.

Electronic product descriptions within banner advertising prioritize objectivity and informativeness over persuasive tactics. They typically consist of straightforward product characteristics, aiming to inform rather than persuade potential customers. For example, one product description reads, «*This is a white tunic with an appliqué flower and screen print 'Roc Love Peace'*». Such descriptions emphasize product details without resorting to persuasive language.

Banner advertising employs specific linguistic strategies tailored to the digital medium [2]. These include the use of imperative verbs for calls to action, nouns for clarity, adjectives for differentiation, pronouns for personalisation, numerals for quantification, and interjections to evoke emotions. For instance, banners often feature phrases like «*Get started*», «*Shop now*», or «*Save up to 10%*» utilizing verbs, nouns, adjectives, numerals, and interjections to engage and motivate viewers effectively.

Banner advertising is characterized as a creolized text due to its fusion of verbal and non-verbal elements [3]. Verbal and visual components work together to convey messages and create a unified, multilayered sign. For instance, a banner advertising a Norelco electric shaver combines verbal and visual elements with the text «*Give your guy the best shave ever*» coinciding with an image of the razor. This integration enhances the advertising image and resonates with the target audience.

In conclusion, this research illuminates the intricate dynamics of Internet discourse and electronic product descriptions within banner advertising. Hypertext serves as the structural backbone of Internet discourse, enabling seamless communication through hyperlinks. Electronic product descriptions in banner advertising prioritize objectivity and informativeness, as demonstrated by specific product descriptions. Banner advertising leverages a range of linguistic features to engage and motivate

viewers effectively. Furthermore, the creolized nature of banner advertising, where verbal and non-verbal elements merge, plays a pivotal role in conveying compelling messages. Understanding these dynamics is essential for crafting impactful digital advertising campaigns in the contemporary era of Internet discourse.

References:

1. *Sherman L., Deighton J.* Banner advertising: Measuring effectiveness and optimizing placement. *Journal of Interactive Marketing*. 2001. 15(2). P. 60–64.
2. *Truong Y., Simmons G.* Perceived intrusiveness in digital advertising: strategic marketing implications. *Journal of Strategic Marketing*. 2010. 18(3). P. 239–256.
3. *Батринчук З. Р.* Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англomовному епістолярному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. 3 (1). С. 80–84.

О. П. Кадочнікова
Київ, Україна

СИМВОЛІЗМ ХУДОЖНЬОГО ОНІМІКОНУ (на матеріалі подкасту «Хоробрі казки»)

Сучасний український воєнний дискурс з-поміж інших текстів яскраво репрезентує жанр «терапевтичні казки» – твори, що допомагають дітям усвідомити і подолати емоційні виклики. Донедавна поширені переважно в традиційному книжковому форматі (твори О. Русіної, Н. Гербіш, О. Максименко, Л. Денисенко, О. Луцевської, В. Чернишенко, З. Живки), від початку повномасштабного війни такі тексти все частіше з'являються у форматі аудіопродуктів («Аудіоказки – дітям» О. Гуляш; «Казки від тата на війні», «Казка під час війни», «Таємні історії маленьких і великих перемог» Т. Стус; «Хоробрі казки» від «Суспільного»). Останній з названих у вересні 2023 р. отримав нагороду міжнародного фестивалю «Серце Європи». Його вирізняє також доступність і видимість у медіапросторі: розміщений на кількох цифрових платформах, подкаст охоплює широку аудиторію, а отже – потенційно має на неї великий вплив, і тому є об'єктом нашого дослідження.

Автори текстів для дітей виявляють посилений інтерес до власних назв, які є «стилістичною особливістю більшості творів дитячої літератури» [3, с. 348]. Мета художніх онімів – ідентифікувати персонажів, локалізувати хронотоп, і при цьому вони є одним із