

*М. А. Мельникова* (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

*науч. рук. Ж. В. Малиновская,*

*преподаватель*

## **ШКОЛА «ЧЁРНОГО ЮМОРА» В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ 50–70 ГГ. XX ВЕКА**

Целью нашего исследования является выявление языковых средств создания «чёрного юмора» в американской литературе, который по сей день продолжает оставаться предметом острых дискуссий.

Всё современное общество «чёрные юмористы» считают «миром гротеска и абсурда», в котором им видится символ поруганного индивидуализма [1, с. 9]. Писатели избрали юмор оружием против иллюзий прошлого. Этот юмор мрачный, циничный, пронизанный пессимизмом, потому он и называется «чёрным». Для писателей этой школы юмор является синонимом таких понятий, как «смерть», «распад», «уничтожение» [2, с. 3]. Наиболее яркие примеры «чёрного юмора» можно найти в произведениях таких американских писателей как Т. Пинчон, Дж. Барт, Дж. Хеллер и К. Воннегут.

Использование «чёрного юмора» продиктовано тематической направленностью произведений этих авторов: восприятие мира как хаоса, изображение бессмысленности человеческого существования, высмеивание реальной действительности, противопоставление человека обществу. Наиболее приемлемыми языковыми приёмами, используемыми «чёрными юмористами» для изображения реальной действительности являются: бурлеск: «A country is a piece of land surrounded on all sides by boundaries, usually unnatural», пародия: «We believe that humanity is organized into teams that do God's Will without ever discovering what they are doing», гротеск: «...we are all of us rushing headlong to the grave»; ирония: «He knew everything about literature, except how to enjoy it» и сатира: «All the animals, the plants, the minerals are being broken every day to preserve an elite few».

Таким образом, в ходе нашего исследования мы установили, что, несмотря на разнообразие тематики произведений, все «чёрные юмористы» используют сходные языковые средства создания комического: бурлеск, гротеск, иронию, пародию и сатиру.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1 Полухин, О. В. Американский интеллектуально-сатирический роман 70–80-х годов XX века / О. В. Полухин. – Москва, 1990. – 24 с.

2 Черниченко, Л. Л. Школа «чёрного юмора» и американский модернизм / Л. Л. Черниченко. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. – 21 с.

*Н. И. Михальченко* (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

*Науч. рук. Г. Н. Игнатюк,*

*ст. преподаватель*

## **СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДИК ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ**

Цель данного исследования – исследование методик применения нейролингвистического программирования в рекламных слоганах. Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием рекламных технологий и возрастающим влиянием рекламы на жизнь современного общества.

Нейролингвистическое Программирование (НЛП) в настоящее время интегрировало в себя все наиболее эффективные техники воздействия на человека. Применение методов НЛП в рекламе позволяет избежать таких типичных проблем, как негативное отношение потребителя к рекламе из-за ее навязчивости.