

РЕКЛАМНІ ТЕКСТИ У ДИСКУРСІ АЗАРТНИХ ІГОР (НА МАТЕРІАЛІ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ)

У статті проаналізовано лексичні, граматичні, синтаксичні та графічні особливості рекламних текстів дискурсу азартних ігор у сучасній іспанській мові. Рекламні тексти відносяться до письмової форми дискурсу азартних ігор. Вербальні й невербальні компоненти рекламних текстів сукупно впливають на читача, створюючи привабливий образ гри та спонукаючи його спробувати зіграти. Емотивний вплив на потенційних гравців відбувається завдяки метафорі, епітетам, персоніфікації, риторичним запитанням, спонукальним реченням, параграфемним засобам. У результаті комплексної взаємодії мовних і графічних символічних засобів формується позитивний образ азартної гри.

Ключові слова: дискурс азартних ігор, реклама, параграфемні засоби, вербальні засоби, невербальні засоби

Останнім часом поширюються лінгвістичні дослідження різних видів професійного дискурсу (І. Карасик, Є. Кубрякова, Г. Монаєнко, М. Альварес). Дискурс азартних ігор, який включає усну форму (безпосереднє спілкування гравців під час гри) та письмову форму (письмові тексти навчального та інформативного характеру у спеціальних посібниках з гри, тести спілкування гравців на форумах, рекламні тексти, статті про азартні ігри, афоризми та приказки про азартні ігри та їх наслідки) ще не був предметом спеціального вивчення, оскільки сфера азартних ігор не користується суспільним престижем. Існують лише праці М.І. Чаморро [1], присвячені лексиці картярства 16-17 століть та Х. Панісо Родрігес [2] про відображення ставлення іспанців до азартної гри через прислів'я та приказки. **Актуальність** дослідження обумовлена швидким розвитком ігрового бізнесу в Іспанії, наявності значної кількості гральних салонів, казино, лотерей, що знаходить свій вияв у збагаченні дискурсу азартних ігор, у тому числі реклами, яка, в свою чергу, сильно впливає на гравців і сприяє популяризації азартних ігор.

Отже, **об'єктом** нашого дослідження є рекламні тексти як один з жанрів дискурсу азартних ігор у сучасній іспанській мові. **Предмет** дослідження становлять мовні особливості, вербальні та невербальні компоненти рекламних текстів. **Мета** статті – проаналізувати лексичні, граматичні, синтаксичні та графічні особливості рекламних текстів дискурсу азартних ігор. Для цього ми використовуємо такі лінгвістичні **методи та аналізи**: метод суцільної вибірки, контекстуальний аналіз, інтерпретаційний аналіз. **Матеріалом** дослідження послуговували іспаномовні рекламні тексти сайтів азартних ігор, спеціальних видань, присвячених азартним іграм.

Варто зауважити, що дискурс азартних ігор має ядро, центр, та периферію. Центром дискурсу азартних ігор виступають тексти, безпосередньо пов'язані з грою, тобто ті, що репрезентують спілкування гравців під час гри, навчальні посібники про азартні ігри з описом, глосарієм, правилами та стратегіями азартних ігор, спілкування гравців про гру, поради та думки щодо гри, рекламні тексти та тексти новин про ігрові події, наприклад, покерні турніри, лотереї тощо. До периферії дискурсу азартних ігор відносимо тексти, опосередковано пов'язані з азартною грою, тобто осмислення азартних ігор у приказках, прислів'ях, афоризмах, анекдотах.

У рекламних текстах застосовуються різноманітні вербальні й невербальні засоби впливу на читача з метою спонукати його до гри, привернути увагу до можливого легкого виграшу, заохотити безкоштовно спробувати зіграти. Лексичні, граматичні, синтаксичні та графічні мовні засоби у сукупній взаємодії емотивно впливають на читача. У рекламних текстах дискурсу азартних ігор лексичні засоби мають найбільше смислове навантаження, оскільки саме слово виражає основний зміст і конкретизує ігрові поняття, наприклад: *Juegue / juega gratis. Juegue ahora. Juega aquí. Juego gratis. Mejores casinos. Superganancia. Bet 365: Hasta 100 € gratis para usuarios nuevos. Bwin Bono exclusivo 50 euros. Bono Interwetten: 100 €*

gratis. Bonus 100 %. *Bono Sportium: hasta 200 € gratis.* *Promociones bienvenida. Este casino es pionero absoluto.* Лексичними маркерами реклами дискурсу азартних ігор є не терміни, а їх оточення – лексичні одиниці з позитивним оцінним компонентом: *mejores casinos* (найкращі казино), *juego gratis* (безкоштовна гра), *superganancia* (супервиграш), *bono exclusivo* (ексклюзивний бонус), *pionero absoluto* (абсолютний піонер). Крім того, вживаються прислівники, які мають ситуативно-емотивний характер: *juega aquí* (грай тут), *juega ahora* (грай зараз), *gana siempre en el CASINO* (завжди вигравай у казино). Загалом всі ствердження за змістом зосереджені на виграші, на наказі виграти (*¡Gana aquí!* – Вигравай тут!), ніби не існує можливість програти. Крім наказу вигравати є також реклама-застереження про те, як треба грати, щоб не розоритися: *Blackjack online, cuida tu dinero. Siempre tenemos que evitar jugar por fuera de nuestro presupuesto* [3].

У рекламних текстах для створення привабливого образу азартної гри, для позитивної оцінки ігор та їх характеристик часто вживаються такі стилістичні прийоми як: 1) Епітети: *El mus, el juego perfecto entre amigos. Es un juego de astucia con unas normas fijadas donde el arte del engaño maneja a su antojo el ritmo de la partida. A pesar de su sencilla apariencia, cuatro cartas y hablar, se necesita de atención para convertirse en un gran musolari. El mus ha sido un fantástico canal para reunirte con antiguos amigos o para conocer a gente nueva apasionada por esta manera de enriquecer tu ocio. Sin embargo, existen unos límites, que el jugador amateur deberá ir asimilando mediante la experiencia y la observación de los grandes jugadores.* [4, p. 56]. 2) Метафори: *Tanto es así que el mus, tal y como lo conocemos, lleva sembrado en nuestras tierras desde el año 1837 y ha germinado en tabernas, bares, universidades, casas y en su última modalidad: internet.* 3) Порівняння: *Porque al mus no se juega por dinero, a diferencia de otros juegos internacionales, unas cervezas en buena compañía es suficiente motivo para lanzarse a “envidar”.* 4) Гіперболи: *Como ganar siempre en el casino.*

5) Персоніфікація: *El mus es el juego donde el cerdo es el rey, la mano manda y el postre es el último en hablar.*

Розглянемо граматичні засоби впливу на читача. Діалогічний характер навчальних посібників та спеціалізованих сайтів з азартної гри знаходить вияв у вживанні форм наказового способу у 2-й та 3-й особі однини, наприклад: *Juegue / juega gratis.* (Грайте / грай безкоштовно.) *Juegue ahora.* (Грайте зараз.) У більшості спонукальних речень використовуються звертання на ти (*Gana aquí.* – Виграй тут. *Juega gratis.* – Грай безкоштовно. *Gana siempre en el CASINO.* – Завжди вигравай у казино), оскільки в іспанській мові є загальноприйнятим звертання на ти навіть до незнайомих осіб у будь-яких ситуаціях, окрім офіційних листів. Словотвірний потенціал спеціальної лексики дозволяє здійснити емотивний вплив на читача за допомогою префіксів із значенням підвищення якості: *super-* (*superjuego, superganancia*), *multi-* (*multijuego*).

На синтаксичному рівні рекламні тексти впливають на читачів за допомогою інтонації, що передається окличними і питальними, питально-риторичними реченнями. *Posibilidad de realizar miles de apuestas online diarias.* (Номінативні еліптичні речення). Повтори. Окличні речення прямо спонукають зіграти в азартну гру: *¡Juega ahora!* (Грай зараз!), *¡Prueba ahora!* (Спробуй зараз!). Риторичні запитання, як правило на *tu*, опосередковано спонукають потенційних гравців до гри: *¿No has ganado todavía?* (Ти ще не виграв?) *¿Y si te toca aquí?* (А якщо виграєш тут?) *¿No te ha tocado lotería?* (Ти ще не виграв у лотерею?). Спостерігаємо також риторичне питання, на яке дається відповідь: *¿Eres malo en los juegos de cartas o estás harto de perder?* (Погано граєш у карти чи тобі набридло програвати?) *¡Estos son algunos métodos diferentes para mejorar en los juegos de cartas e incluso ganar algunas veces!* (Ось різні методи покращити гру в карти і навіть іноді вигравати!) [5]. Риторичні питання створюють ефект удаваного діалогу автора з читачем.

Окрім реклами ігрових сайтів є спеціальні статті, присвячені новинам про азартні ігри, які мають імпліцитний рекламний характер, наприклад: *Torneo Latinoamericano de Poker por Equipos. Este mes finalizó el TLPE 2008. El Torneo Latinoamericano de Poker por equipos se llevó a cabo desde el 11 de septiembre hasta la semana pasada en el Casino Iguazú. Este torneo es considerado el torneo mejor premiado de la Argentina y es transmitido por ESPN para 78 millones de usuarios. Dentro del contexto de juego latinoamericano, este casino es pionero absoluto a través de su producto TLPE. Este formato implica jugar al poker representando a los países. Es una característica distintiva del torneo que lo hace diferente a otros torneos de poker que se juegan en otros lugares del mundo. Javier Gutiérrez, gerente de Marketing del Casino Iguazú, manifestó que “este es el único torneo en donde uno juega representando a un país, como si fuera un partido de fútbol u otro deporte. El poker se está tornando cada vez más como una actividad deportiva que un juego de azar o actividad lúdica.”* [6]. Підкреслені нами лексичні одиниці є дейктичними, маркованими, а також передають позитивну оцінку автора статті. Власні назви (назва казино, покерного турніру та ім'я менеджера казино) є дейктичними маркерами місця, дата проведення покерного турніру – маркером часу. Слід зазначити, що позитивна оцінка події (покерного турніру) формується сукупно за допомогою різнорівневих мовних засобів: лексичних (метафора: *este casino es pionero absoluto*), лексико-граматичних (вищий ступінь порівняння: *el torneo mejor*), синтаксичних (порівняльний зворот: *El poker se está tornando cada vez más como una actividad deportiva que un juego de azar o actividad lúdica*).

За допомогою графічних засобів відбувається вплив на читачів та забезпечується письмове спілкування гравців і спеціалістів ігрового бізнесу. До графічних елементів структурування тексту, згідно Ф. Алеман Торрес, відносяться заголовки, підзаголовки, вербальні та невербальні графічні елементи, причому заголовки мають значний вплив на читача [7, р. 7]. Графічне оформлення заголовку дуже важливе. Саме в заголовках

читач стикається з основною інформацією про рекламований продукт, тому заголовок у рекламному тексті сфери азартних ігор, як правило, вже містить рекламу, наприклад, *Como GANAR a la RULETA*.

Візуальні ефекти поєднання малюнків, символів, фавіконів, фото (залів казино, гральних автоматів, лотерейних білетів) з вербальними засобами мають комплексний вплив на сприйняття й уяву потенційних гравців. Невербальні засоби письмової форми дискурсу азартних ігор включають параграфеміку (текстовий шрифт, виділення шрифту, підкреслення, абзаци в тексті) та ілюстрації. Рекламні тексти ДАІ впливають на читача різноманітними вербальними й невербальними компонентами, такими як:

- капіталізація (написання великими літерами) всієї фрази або частини фрази: *JUEGA GRATIS, GANA AHORA, Como GANAR a la RULETA, Ganar siempre en el CASINO*;
- вживання курсиву: *Promocion William Hill : 100€ Gratis + 10€ exclusivos. Bono 100% hasta 200€ gratis. Superporra 5.000 euros.*
- вживання жирного шрифту: *Bienvenidos al foro de apuestasdeportivas.com, diviértete participando en **nuestros concursos gratuitos**, aprende de los **pronósticos de nuestros expertos** y no dejes de ver los videos de nuestra musa **Silvia**.*
- вживання різних кольорів як тексту, так і фону (переважання зеленого, чорного, червоного кольорів – типові кольори казино);
- вживання різних шрифтів та їх розмірів;
- вживання аббревіатур: *el TLPE 2008 (Torneo Latinoamericano de Poker por Equipos)*;
- вживання декількох графічних маркерів одночасно (підкреслення, виділення жирним шрифтом): *William Hill es una afamada casa con más de 70 años de experiencia en el sector de las **apuestas deportivas**. Desde 1998 esta casa opera en Internet, dando servicio online a millones de personas en todo el mundo.*

- підкреслення: *En ellos aprenderás todo lo necesario para convertirte en un entendido de las apuestas y poder así realizar tus propios picks.* [8]

Дуже часто рекламні тексти он-лайн містять посилання на інші електронні джерела, тому використовується одночасно і підкреслення, і виділення жирним шрифтом одного й того ж елемента тексту, наприклад: *Después de que termine el sorteo podrá asegurarse de si sus décimos tienen o no premio en la herramienta de la verdad.es para **comprobar sus números de la Lotería de Navidad.*** [9]. Посилання на інші джерела є показником інтертекстуальності сайтів ігрового спрямування. З рекламного тексту можна перейти до тексту про історію азартної гри, до анекдотів та висловів про азартні ігри тощо.

Графічні засоби, окрім літерних, включають символічні та іконографічні позначки, наприклад позначення мастей карт. У текстах відбувається поєднання вербальних і символічних засобів: As de ♥, Rey de ♦, Ocho de ♣, Diez de ♠ [10, p. 131]. Зустрічається поєднання цифр та символів: 10 de ♥. Такі символічні позначки можна віднести до своєрідних скорочень.

Висновки. Вербальні засоби впливу на читача рекламного тексту сфери азартних ігор знаходять свій прояв на усіх мовних рівнях і у сукупності з невербальними засобами досягають найбільшого ефекту у заохоченні до гри, представляючи її особливим і неповторним досвідом, вартим того, щоб спробувати. Слід зазначити, що окрім вербальних і невербальних засобів прямого впливу на читача, виділяємо також засоби опосередкованого емоційного впливу (інтерв'ю з людиною, яка виграла в лотерею, відео, що передають позитивні емоції тих, хто виграв). Таким чином, азартна гра постає як продукт ігрового бізнесу, який рекламодавці вигідно представляють на сайтах і в спеціалізованих виданнях. Перспективним вважаємо дослідження усної реклами азартних ігор у відеозаписах, де невербальний компонент знаходить свій прояв у просодичних засобах мовлення (темп, інтонація тощо).

Список використаної літератури:

1. Chamorro Fernández M.I. Léxico del naípe del Siglo de Oro / M.I. Chamorro Fernández. – Gijón : Ediciones Trea, 2005. – 180 p.
2. Panizo Rodríguez J. Refranes alusivos al juego / J. Panizo Rodríguez // Revista de folklore. – 1995. – Tomo 15b. – №175. – P. 20–25.
3. Blackjack online, cuida tu dinero. – [Recurso electrónico]. – modo de acceso: <http://www.saberperder.com/blackjack-online-cuida-tu-dinero.html>
4. El juego del mus. Todas sus reglas y señas. – Madrid : Tikal Ediciones, 2013. – 95 p.
5. Como hacer trampas en los juegos de cartas. – [Recurso electrónico]. – modo de acceso: <http://es.wikihow.com/hacer-trampa-en-los-juegos-de-cartas>
6. El torneo latinoamericano de póker por equipos. – [Recurso electrónico]. – modo de acceso: <http://www.pokergratis.es/torneo-latinoamericano-de-poker-por-equipos>
7. Aleman Torres F. Una aproximación a la didáctica del discurso profesional de la ingeniería desde una perspectiva integradora: la propuesta técnica / F. Aleman Torres // Revista de didáctica español como lengua extranjera MarcoELE. – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. – 2010. – №11. – P. 1–13.
8. Apuestas deportivas. – [Recurso electrónico]. – modo de acceso: <http://www.apuestasdeportivas.com/>
9. Loterías y apuestas de Estado. – [Recurso electrónico]. – modo de acceso: <http://www.loteriasyapuestas.es>
10. Botín A. Todos los juegos de cartas / Arturo Botín. – Barcelona : Robinbook, 2011. – 299 p.