

ПОРІВНЯННЯ КАТЕГОРІЙ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ ТА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

Текст і дискурс як досить складні й багатогранні лінгвістичні поняття знаходять у науковій літературі різні визначення, трактування, пояснення. І. Р. Гальперін у своїй праці «Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження» зосереджує увагу на багатогранності цього поняття. Це примушує виокремлювати найголовніші ознаки, які б розкривали природу тексту і визначити: «Текст – це результат мовленнєвої діяльності, що характеризується завершеністю, оформленістю у вигляді писемного документа, літературно опрацьованого відповідно до типу даного документа, сукупність мовних одиниць, що складається із заголовку та ряду особливих одиниць (надфразових єдностей), об'єднаних різними типами лексичних, граматичних, стилістичних зв'язків, що мають певну спрямованість та прагматичну установку» [1, с. 211].

Дискурс – явище більш широке, ніж текст, і динамічне. Це одночасно і процес мовної діяльності, і її результат, а результат і є текст. Дискурс сприймається як живий незакінчений текст, узятий в момент його безпосередньої включеності в акт комунікації, в процес взаємодії з контекстом.

Феномен рекламного дискурсу в його різноманітних аспектах описано багатьма лінгвістами: Т. А. ван Дейк, пише, що поняття «дискурс» використовується для позначення того чи іншого жанру, наприклад: «дискурс новин», «політичний дискурс» [2, с. 98]; І. С. Шевченко, досліджував дискурс як ситуативно обумовлену мовленнєву-розумову діяльність людини [4, с. 176]; Н. Н. Миронова, класифікує дискурси за сферою комунікації, виділяючи педагогічний, науковий, критичний, етичний, юридичний та військовий [3, с. 214].

Рекламний дискурс визначають як цілий комплекс відношень, які виявляються в процесі виникнення, формування, розвитку й функціонування рекламного тексту. Іншими словами, рекламний дискурс – когнітивний процес, пов'язаний зі створенням тексту, а рекламний текст – мовний відрізок як продукт діяльності мовлення та мислення, за допомогою якого комунікатор і реципієнт вступають у певні соціальні стосунки.

Текст і дискурс є поняттями не протилежними, а такими, що спричиняють одне одного, взаємодіють між собою, але в різних мовленнєвих

позиціях. Текст тлумачиться як повідомлення, що характеризується набором мовних одиниць, у яких закодовано певну інформацію; дискурс – як безпосередній процес мовленнєвої взаємодії, що передбачає усвідомлення й аналіз поданої інформації та відповідну реакцію на неї. Дискурс відбиває процес сприйняття і розуміння тексту, є його змістовою природою, що зашифрована у мовних текстових одиницях, що становить формальну сторону дослідження, своєрідну оболонку з інформаційним кодом, що розкривається слухачу або читачу в процесі сприймання й розуміння, та призводить до відповідної реакції з його боку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка [Текст] / И. Р. Гальперин. – М. : Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1958. – 459 с.
2. Дейк, Т. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Теон ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Миронова, Н. Н. Дискурс-анализ оценочной семантики [Текст] / Н. Н. Миронова. – М. : Тезаурус, 1997. – 158 с.
4. Шевченко, І. С. Інтердискурсивність політичного дискурсу [Текст] / І. С. Шевченко. – Х. : Вісник, 2009. – 357 с.