

ФИЛОЛОГИЯ

М.Н.Черкасова, Л.Н.Черкасова

(Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону, Россия)

Конфликтное поле рекламного дискурса: точки натяжения

Рекламный дискурс – особый тип институционального дискурса медийной сферы. Его характерные особенности – конфликтность, манипулятивность, воздействие, прагматическая направленность, являющиеся объективно необходимыми для современной маркетинговой деятельности как формы коммуникации между производителем и потребителем. Рекламный текст потенциально конфликтен, и рекламный дискурс предполагает наличие конфликтного поля, формирование которого происходит в результате оценочной и экспрессивной маркированности и прагматической направленности самого текста. Рекламный текст становится центром лингвоправового конфликта, так как спор в плоскости права идет о бренде, защите чести и достоинства, деловой репутации, некорректном сравнении, экстремизме, использовании чужих товарных знаков. В современной российской рекламе точки натяжения формируются с учетом дискурсивных характеристик самого рекламного текста. Интерпретация текста рекламного дискурса отличается от анализа текстов других дискурсов медийной сферы в силу собственных законов организации дискурса.

Ключевые слова: конфликтное поле, рекламный дискурс, точки натяжения, лингвоправовой конфликт, интерпретация текста.

3 июня 2014 г.
