

– вказівку на незвичний, новий вид видання або жанр: *Vier nach Mitternacht fasst die bisherigen Einzelbände Langoliers und Nachts zusammen (Vier nach Mitternacht) von Stephen King*;

– пряму вказівку на унікальність, новизну і оригінальність інформації, що міститься в книзі: *In einem Band vereint zum ersten Mal diese Textausgabe alle wichtigen Steuergesetze inklusive der Durchführungsverordnungen. Neu in diese Ausgabe aufgenommen wurden neben Fünftem Vermögensbildungsgesetz und Wohnungsbau-Prämiengesetz, jeweils mit Durchführungsverordnung, Auszüge aus dem Handelsgesetzbuch (Wichtige Steuergesetze: mit Durchführungsverordnungen von NWB Gesetzesredaktion)*.

– вказівку на відомого, видатного автора твору. Такий елемент унікальності виконує таку ж роль, що і згадка відомого торгового бренду або марки в рекламі, коли буває достатньо такої вказівки, щоб спонукати споживача до покупки: *Das Jubiläum: Fulminant und packend: Der neue zehnte Band in der Kultserie mit Ann Kathrin Klaasen von Spiegel-Bestseller-Autor Klaus-Peter Wolf (Ostfriesenschwur: Der zehnte Fall für Ann Kathrin Klaasen von Klaus-Peter Wolf)*.

**Висновки та перспективи дослідження.** Порівнявши та проаналізувавши принципи утворення таких типів тексту, як реклама та анотація, і дослідивши їх спільні диференційні жанрові ознаки, можемо стверджувати, що тексту анотації притаманні всі описані нами характерні риси реклами. Однак, на нашу думку, анотація представляє перспективніший напрямок дослідження в силу своєї конфліктності: обмеженості пропонованого продукту (читацький матеріал) та надзвичайно широкого, гетерогенного кола споживачів (будь-яка особа, що вміє читати).

#### Література:

1. Анисимова Т. В. Деловое общение: Речевой аспект / Т. В. Анисимова. – Волгоград : Изд-во ВЮИ МВД РФ, 2000. – 134 с.
2. Белянkin М. Методы рекламного воздействия / М. Белянkin // Реклама и дизайн. – 2003. – № 26.
3. Бровкин Д. Я сам обманываться рад! / Д. Бровкин // Лаборатория рекламы. – 1999. – № 6.
4. Кохтев Н. Н. Реклама: Искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов / Н. Н. Кохтев. – М. : Изд-во МГУ, 2004. – 103 с.
5. Саймон Г. Менеджмент в организациях / Г. Саймон, Д. Смитбург, В. Томпсон. – М. : Экономика, 2010. – 243 с.
6. Ямчинская Т. И. Лингвистические особенности текстов рекламных аннотаций художественных произведений современной англоязычной прозы: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Т. И. Ямчинская / Киевский гос. лингвистический ун-т. – К., 1997. – 196 с.
7. Ярова И. В. Аннотация как вид рекламы книги / И. В. Ярова // Активные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и Интернет-коммуникация : материалы международной конференции 19–21 июня 2009 г. (МПГУ) / под ред. О. В. Фокиной. – М.; Ярославль : Ремдер, 2009. – С. 610–616.
8. Ярова И. В. Жанрово-стилистические особенности современной книжной рекламы: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / И. В. Ярова – Волгоград, 2013. – 20 с.
9. Brinker, Klaus: Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin 2005.
10. Monzel, Monika: Neunundneunzig Tipps für erfolgreiche Werbung. Cornelsen 2006. – 189 S.

#### Корпус дослідження:

<http://www.amazon.de/b%3C%BCcher-buch-lesen>  
<http://www.amazon.com/books-used-books-textbooks>  
<http://www.lovelybooks.de/>

УДК 811.11'42:159.946.3

**О. В. Дьомкіна,**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

## РЕГУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРЕРИВАЮЧИХ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ У СУДОВОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено вивченню одного із способів реалізації мовленнєвого контролю у інституційному дискурсі – перериваючим мовленнєвим актам. У дослідженні визначено основні функціонально-комунікативні особливості адресатних перебивань в інституційних умовах судового слухання та проаналізовано прагматичні типи речень, через резювання яких реалізуються перебивання.

**Ключові слова:** судовий дискурс, інституційний дискурс, професійне спілкування, тактика перебивання, перериваючий мовленнєвий акт.

### REGULATORY FUNCTIONS OF INTERRUPTIONS IN CPURTROOM DISCOURSE

The present study investigates the implementation of speech control in the institutional discourse via interrupting speech acts. The author identifies and describes the main functional and communicative peculiarities of interruptions in institutional courtroom discourse and distinguishes major meta-communicative elements and pragmatic types of sentences (such as interrogatives, constatives, imperatives etc.), which are used in the course of interrupting the interlocutor. The study has proved that various types of interruptions play a significant role for the effective development of communication in courtroom. In the course of the research it has been established that there is an interconnection between social and professional status of the participants of the trial and frequency, with which they interrupt other communicators. Professional judges have higher social status and a corresponding wide range of rights prescribed by the court rules. Hence, they are able to influence both thematic and temporal frames of the court proceedings, which finds its reflection in the frequent usage of interruptions.

**Key words:** courtroom discourse, institutional discourse, professional communication, tactic of interruption, speech act of interruption.

### РЕГУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРЕРИВАЮЩИХ РЕЧЕВЫХ АКТИВ В СУДЕБНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена изучению одного из способов осуществления речевого контроля в институциональном дискурсе – прерывающим речевым актам. В исследовании определены основные функционально-коммуникативные особенности перебиваний собеседников в институциональных условиях судебного слушания и проанализированы прагматические типы предложений, посредством употребления которых реализуются прерывающие речевые акты.

**Ключевые слова:** судебный дискурс, институциональный дискурс, профессиональное общение, тактика перебивания, прерывающий речевой акт.

У руслі новітніх напрямів мовознавства об'єктами наукових досліджень все частіше стають професійні дискурси різних сфер, що протікають в інституційних умовах. Активно вивчаються різнобічні аспекти медичного, ділового, судового дискурсів, дискурсу «радіообмін цивільної авіації» [3, 6, 8, 10]. Враховуючи антропоцентричну орієнтованість сучасної лінгвістики такі розвідки переважно спрямовані не тільки на визначення власне особливостей спілкування у рамках конкретного соціального інституту, а й на виявлення та вивчення чинників, які є важливими для успішного протікання інституційної комунікації, що є передумовою ефективного функціонування багатьох сфер сучасного суспільства.

Саме із цим і пов'язана **актуальність** поглибленого вивчення судового дискурсу. Незважаючи на наявність праць, зорієнтованих на вивчення мовленнєвого статусу та риторики комунікантів у професійних дискурсах різних соціальних сфер, у тому числі і судочинства (напр. Л. Б. Шутак, О. С. Шаніна, Т. А. Скуратовська, І. М. Васильянова, С. І. Недашківська, О. В. Красовська, Б. Мартіновські), малодослідженою залишається проблема здійснення ефективного мовленнєвого контролю професійним комунікантом із вищим статусом (лікарем, вчителем, суддею), оскільки професійне спілкування – це спілкування кероване, і управління має здійснюватися саме професіоналом [9, с. 14]. Зважаючи на жорсткі часові рамки інституційного спілкування, це питання вбачається надзвичайно важливим з точки зору досягнення мети комунікації усіма її учасниками. Однією із форм контролю над параметрами та часом говоріння є адресатні переривання.

**Метою** статті є виявлення функціонально-комунікативних особливостей вживання адресатних перебивань (перериваючих мовленнєвих актів) в інституційних умовах судового слухання, визначення їхньої ролі у процесі поетапного розгортання судової комунікації. Дослідження здійснювалося на матеріалі слухань у Верховному суді Сполучених Штатів Америки.

Сучасні дослідження підкреслюють роль, яку відіграють позалінгвальні чинники в виборі мовленнєвих засобів, стратегій і тактик спілкування. Насамперед мова йде про параметри комунікативної ситуації та необхідність врахування при здійсненні лінгвістичного аналізу тих умов і правил, відповідно до яких відбувається власне мовленнєва інтеракція. За цим критерієм виділяють **інституційний і неінституційний дискурси**, що диференціюються за такими параметрами, як сфера комунікації, характер комунікації й адресантно-адресатні конфігурації. Інституційний дискурс призначений виконувати соціальні потреби, необхідні для існування усього суспільства; неінституційний дискурс є спілкуванням у родинній сфері, серед знайомих і друзів [8, с. 7]. В певних стереотипних ситуаціях, що закріплені за тими чи тими суспільними, політичними, правовими інститутами, існують чітко встановлені ритуальні правила поведінки та рамки, вихід за які обмежений. Таким ситуаціям-сценаріям притаманний високий ступінь передбачуваності [6, с. 26]. Інституційність спілкування на судовому засіданні визначає ряд його важливих особливостей: відбір фактичного матеріалу, позицію, з якої він подається, а також використання певних мовних одиниць.

Судовий дискурс є особливий різновидом статусно-зорієнтованого інституційного дискурсу, специфіка якого пов'язана із його залежністю від історично обумовлених поведінкових стереотипів та ритуалів, а також необхідністю виконання функцій, покладених на соціальний інститут суду. Характерні для судової інституційної взаємодії параметри контексту, а також моделі поведінки її учасників зумовлюють особливу позицію суддів. Судді є вищими за статусом комунікантами, яким надані особливі права, прямо передбачені правилами спілкування – вони встановлюють обмеження на мовленнєві ходи сторін та регулюють процес подання інформації, а Головний суддя здійснює контроль за ходом розгортання всього процесу спілкування (розпочинає / завершує засідання, надає слово тощо).

Однією з основних тактик, що часто використовується суддями з метою встановлення контролю над параметрами часу говоріння та для утримання топікального контролю, є тактика перебивання. Ця тактика виявляється у використанні перериваючих мовленнєвих актів різного типу і дозволяє суддям не тільки захоплювати мовленнєвий хід (що надзвичайно важливо в умовах жорсткої обмеженості часу спілкування), а й утримувати топікальний контроль, швидко змінюючи тему або вводячи новий топік.

Перериваючі мовленнєві акти або адресатні переривання визначаються як «вербальні дії адресата, спрямовані на незапрошене втручання у мовлення партнера, з метою його тимчасового або остаточного припинення» [7, с. 7]. Особливістю ситуації з перериванням є те, що адресат, до якого безпосередньо звертається мовець і на якого спрямована ілюктивна сила висловлювання, виступає суб'єктом здійснюваної дії. Об'єктом дій переривання стає такий аспект мовленнєвої діяльності партнера, як реалізація мовленнєвих дій. Перериваючий мовленнєвий акт може включати: 1) ініціалний мовленнєвий хід (ініціативне перебивання); 2) перериваючий мовленнєвий хід у відповідь (реакційне перебивання); 3) подальший мовленнєвий хід, який свідчить про напрям розгортання розмови після переривання.

Тактика перебивання полягає в тому, що мовець заперечує право на здійснення мовленнєвого ходу [4, с. 68]. За своєю суттю переривання мовця є однією з форм участі адресата у мовленнєвій взаємодії. Конвенційні форми такого переривання в умовах асиметричних ролевих відносин сумісні з дотриманням принципу ввічливості, перебивання вищого за статусом комуніканта може здійснюватися експліцитно [1, с. 25].

На судовому засіданні перебивання є звичайним і частотним явищем, що зумовлено необхідністю досягнення цілей спілкування в обмежений термін. Перебивання виступають основним механізмом зміни комунікативних ролей (від 60 до 85% реплік закінчуються перебиваннями). Це дозволяє зробити висновок, що реалізація перериваючих мовленнєвих актів цілком відповідає нормам судового спілкування. Ефективність перериваючої репліки визначається різним ілюктивним потенціалом прагматичних типів мовленнєвих актів і залежить від соціальних параметрів комунікативного акту [7, с. 6]. Отже, вживання адресатних переривань певного типу може свідчити про вищий соціальний статус комуніканта.

Адресатні переривання суддів часто реалізуються через уживання питальних речень, які за своєю суттю є одним із прийомів утримання тематичного контролю:

MR. WOLFMAN: I think the trigger date would be that date. If he...

JUSTICE KENNEDY: When he resigns?

MR. WOLFMAN: If he give notice...

JUSTICE KENNEDY: When he resigns?

MR. WOLFMAN: His resignation is the -- the... (14–613)

У наведеному прикладі суддя, двічі перериваючи мовця за допомогою запитання (ініціативне перебивання), водночас спрямовує обговорення у бажаному для нього напрямку (останнє питання судді передбачає залучення нового аспекту до обговорення). Цей перериваючий мовленнєвий акт окрім моменту безпосереднього фізичного припинення мовлення адресанта містить елементи впливу на подальше тематичне розгортання розмови.

Для реалізації ініціативних переривань судді часто вживають констативи. Наприклад:

MR. KNEEDLER: ....But let me point out that in 2001 –

JUSTICE SOUTER: I know you say you don't think they can do it (06–340).

Переривання судді реалізується без етикетних засобів вибачення, у перериваючій репліці завдяки використанню епітетичного дієслова впевненості із займенником першої особи однини (I know) створюється категоричний ефект вказівки на відсутність необхідності повідомляти вже відому судді інформацію.

Одним із сигналів переривання ходу попереднього мовця є також етикетна формула ввічливості *thank you*, що вживається суддями для ввічливої вказівки адвокату на те, що час аргументів вичерпаний:

MR. WOLFMAN: I would like to reserve the balance of my...

CHIEF JUSTICE ROBERTS: Thank you, counsel. (14–613)

До окремої категорії можна виділити мовленнєві акти перебивання, що реалізуються певною категорією „реагуючих” реплік для підтримання контакту та не ведуть до зміни мовленнєвого ходу [1, с. 24–27]. Такі репліки зазвичай містять метакомунікативні сигнали *Yeah, Yes, Clear, Right, Absolutely*:

MR. COLE: Your Honor, ... this new evidence of which he complaining –

JUSTICE O’CONNOR: Right.

MR. COLE: – didn’t exist.

JUSTICE O’CONNOR: Right.

MR. COLE: When it came into being, he then 23 moved to vacate his sentence at the State –

JUSTICE O’CONNOR: Right.

MR. COLE: – court. And the judge there from the original panel –

JUSTICE O’CONNOR: Yes.

MR. COLE: – one of the judges said... (06–313)

Ці перебивання розглядаються як метакомунікативні засоби гармонізації мовленнєвої взаємодії. Незважаючи на те, що явище перебивання є за своєю суттю виявом домінантної мовленнєвої поведінки й елементом стратегій мовленнєвого контролю, функціонально перебивання, що підтверджують (позитивно оцінюють) зміст попереднього повідомлення, сприяють створенню кооперативної атмосфери. Метакомунікативні контактостановлюючі сигнали слухача ведуть до зміни мовленнєвого ходу мовця й спрямовані на підхоплення, перебивання і захоплення ініціативи у розмові [2, с. 13]. Як правило, такі сигнали виражають згоду з попередньою реплікою або думкою:

MR. CARVIN: .... It could never dictate the union’s position on collective ....

JUSTICE SOTOMAYOR: Absolutely.

MR. CARVIN: Well, well, then, that’s my point (14–915).

Перебивання можуть також мати форму перепитування, викликаного недостатньою експліцитністю висловлювань мовця. У цьому випадку формули вибачення використовуються мовцем (це може стосуватися як суддів, так і представників сторін) для передачі адресату сигналу про збій в каналі комунікації [5, с. 13]. Як правило, вживаються етикетно-ритуальні формули вибачення „*sorry*”, „*pardon*”, „*excuse me*»:

MR. HUNGAR: No, it is, Your Honor –

JUSTICE SOUTER: Pardon?

MR. HUNGAR: It is, because a city can’t subparagraph (a) ... (06–562).

Більша кількість перериваючих мовленнєвих актів реалізується суддями, проте трапляються і випадки перебивання суддів адвокатами. Розглянемо такий уривок:

(1) MR. CARVIN: There are two special justifications, Justice Kagan... reliance or predictability interests of stare decisis and....

(2) JUSTICE KAGAN: You say this a lot in your...

(3) MR. CARVIN: The second....

(4) JUSTICE KAGAN: Excuse me.

(5) MR. CARVIN: Sure.

(6) JUSTICE KAGAN: You say this a lot in your briefs.... (14–915)

В наведеному уривку ми спостерігаємо накладення, яке є результатом спроби одночасного початку своїх реплік суддею та адвокатом (репліки 2,3). Не зважаючи на те, що суддя перебиває адвоката із метою зміни тематичного маршруту діалогу, адвокат, знову перебиваючи суддю (реакційне перебивання), намагається продовжити свою думку (репліка 3). Суддя утримує мовленнєвий хід лише за допомогою нового перебивання із уживанням етикетної формули (репліка 4).

Отже, важливою характеристикою судового дискурсу є комунікативна роль суддів на засіданні, що визначається наданою їм можливістю впливати на всі параметри спілкування. Досягнення мети комунікації у судовому інституційному дискурсі із високим ступенем формалізованості опосередковується впливом комуніканта із вищим професійним статусом на комуніканта (або комунікантів) із нижчим статусом, оскільки мовленнєвий вплив є засобом реалізації владних повноважень суддів.

У рамках судового засідання частотне вживання перериваючих мовленнєвих актів дозволяє суддям здійснювати повний контроль над розгортанням інтеракції і є цілком сумісними з етикетними нормами комунікації. Перебивання реалізуються з уживанням різних прагматичних типів речень (інтерогативів, констативів тощо). Для зміни мовленнєвого ходу вживаються також метакомунікативні сигнали слухача, спрямовані на захоплення ініціативи у розмові (*absolutely right, of course, okay, correct too*) та деякі етикетно-ритуальні формули (*thank you, excuse me, pardon too*).

### Література:

1. Азнабаева Л. А. Принципы речевого поведения адресата в конвенциональном общении / Л. А. Азнабаева. – Уфа : Башк. ун-т, 1998. – 32 с.
2. Каптурова О. В. Роль англійських вигуків у прагматичній організації дискурсу / О. В. Каптурова // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. пр.]. – К. : Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2004. – Випуск 10. – С. 290–295.
3. Ковтун О. В. Формування професійного мовлення у майбутніх фахівців авіаційної галузі : монографія / О. В. Ковтун; наук. ред. док. пед. наук, проф., дійсний член НАПН України Богуш А. М. – К. : Освіта України, 2012. – 448 с.
4. Лавриненко И. Н. Стратегии и тактики прерывания в системе меню коммуникативных ролей / И. Н. Лавриненко // Вісн. Харк. нац. ун-ту. – 2005. – № 667. – С. 66–68.
5. Лисенко М. В. Место стратегий извинения в гармонизации межличностных отношений : на материале английского языка : автореф. дис. на соискание научн. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / М. В. Лисенко. – СПб., 1999. – 16 с.
6. Скуратовська Т. А. Аргументація в американському судовому дискурсі (на матеріалі справ за участю суду присяжних) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. А. Скуратовська. – К. : Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2002. – 196 с.

7. Стечишин Н. В. Адресатні переривання в мовленнєвій комунікації та мовні засоби їх реалізації в сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Н. В. Стечишин. – К. : Київськ. держ. лінгвістичний ун-т, 1997. – 18 с.
8. Шпак О.В. Реалізація комунікативної категорії КОНТАКТ у сучасному англомовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Міністерство освіти і науки України. – Харків, 2015.
9. Харченко Е. В. Межличностное общение: модели вербального поведения в профессиональных стратах : автореф. дис. на соискание научн. степени д-ра фил. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание, социолінгвістика, психолінгвістика» / Е. В. Харченко. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2004. – 49с.
10. Bayley P. Cross-cultural Perspectives on Parliamentary Discourse. // Paul Bayley.- 2004. – 384p. – Режим доступу : [https://books.google.com.ua/books?id=m\\_GnECGIURc&hl=ru&source=gbs\\_book\\_other\\_versions](https://books.google.com.ua/books?id=m_GnECGIURc&hl=ru&source=gbs_book_other_versions)

#### Список джерел ілюстративного матеріалу:

- Транскрипти слухань Верховного Суду США, розміщені на офіційному Інтернет-сайті Верховного суду США [http://www.supremecourtus.gov/oral\\_arguments/argument\\_transcripts.html](http://www.supremecourtus.gov/oral_arguments/argument_transcripts.html)
1. 06-313 – Case № 06-313. Roper v. Weaver. – 3/21/07
2. 06-562 – Case № 06-562. United States v. Atlantic Research Corp. – 4/23/07
- 14-915 – Case № 14-915. Friedrichs v. California Teachers Assn. – 11/01/15
- 14-613. – Case № 14-613. Green v. Brennan. – 11/30/15

УДК 811.161.2' 42

**О. В. Дячук,**

Київський Національний Лінгвістичний Університет, м. Київ

### ДИРЕКТИВИ НА ПРИКЛАДАХ ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

*Застосування директивних мовленнєвих актів у дискурсі соціальної реклами США продиктоване однією із прагматичних цілей його створення, спрямованого не тільки на інформування та привертання уваги представників американської нації до суспільно значущих проблем, але й активізацію їх дій по вирішенню цих проблем. Бездіяльність вважається американцями негативною рисою характеру. Саме тому заклик до дій, реалізований директивними мовленнєвими актами в дискурсі соціальної реклами США, є його типовою рисою.*

**Ключові слова:** директиви, дискурс соціальної реклами, прагмалінгвістика, мовленнєві акти та іллокутивна мета.

#### **DIRECTIVES ON THE EXAMPLES OF THE PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT DISCOURSE**

*Advertising discourse shows cognitive process connected with creation of the text and advertising text is a language fragment as products of speech and thinking action with the help of which communicator and recipient entering into the some social relationship. Application of directive speech acts in social advertisement discourse of the USA is dictated by one of pragmatic aims of its creation sent not only to informing and attracting attention of representatives of American nation to the publicly meaningful problems but also activation of their action under the decision of these problems. Inactivity is considered the American negative character trait. That's why, appealing to the action, realized by the directives speech acts in the public service announcement discourse of the USA, is its typical feature.*

**Key words:** directives, the public service announcement discourse, pragmalinguistics, speech acts and illocutionary aim.

#### **ДИРЕКТИВЫ НА ПРИМЕРАХ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ**

*Применение директивных речевых актов в дискурсе социальной рекламы США продиктовано одной из прагматичных целей его создания, направленного не только на информирование и привлечение внимания представителей американской нации к общественно значимым проблемам, но и активизацию их действий по решению этих проблем. Бездеятельность считается американцами отрицательной чертой характера. Именно поэтому призыв к действиям, реализованный директивными речевыми актами в дискурсе социальной рекламы США, есть его типичной чертой.*

**Ключевые слова:** директивы, дискурс социальной рекламы, прагмалінгвістика, речевые акты и иллокутивна цель.

Реклама являє собою унікальне явище, яке є предметом вивчення багатьох наук: економіки, маркетингу, психології, соціології, політології, мистецтвознавства, лінгвістики тощо. У межах лінгвістики реклама є об'єктом аналізу як зарубіжних, так і вітчизняних мовознавців, які досліджують рекламні тексти у таких аспектах: 1) загальний лінгвістичний опис рекламних текстів (К. Бове, О.І. Зелінська, Г.Г. Почепцова); 2) дослідження певного аспекту реклами: прагмалінгвістичного (Ю.Б. Корнева, Т.М. Лівшиц, І.П. Мойсеєнко); психолінгвістичного (Е. Макгрегор, Ю.О. Сорокін, Є.Ф. Тарасов); когнітивного (О.В. Анопіна, В.І. Охріменко) тощо.

Широке коло науково-теоретичних питань, які актуалізуються лінгвістами у зв'язку з розглядом реклами як мовного феномена, потребує формування методологічних засад вивчення рекламного дискурсу. Рекламний дискурс визначають як цілий комплекс відношень, які виявляються в процесі виникнення, формування, розвитку й функціонування рекламного тексту. Іншими словами, рекламний дискурс являє собою 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 [2, с. 9].

У межах прагмалінгвістики вивчення рекламного дискурсу може здійснюватися й у зв'язку з теорією мовленнєвих актів. Беручи до уваги те, що передумовою мовленнєвих актів виступають 1) наявність двох осіб – партнерів по комунікації: мовця (відправника повідомлення) та слухача (адресата повідомлення), які виступають у певних соціальних ролях; 2) наявність спільного фонду знань і 3) наявність певного предмета мовленнєвої комунікації [8, с. 227], інтерпретація деякими лінгвістами рекламного повідомлення як мовленнєвого акту виявляється правомірною, оскільки рекламна комунікація обов'язково здійснюється за наявності продуцента (рекламодавця) та реципієнта (аудиторії, на яку розраховане рекламне повідомлення), що володіють спільним фондом знань, мають конкретно визначений предмет комунікації (об'єкт рекламування). Дослідник Ю.В. Сильвестров підкреслює: якщо розглядати рекламний текст як структурну основу дискурсу – складного комунікативного цілого, – то зміст рекламного повідомлення виявляється похідним від відправника інформації,