

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ КАК ОСОБЫЙ ВИД ДИСКУРСА

Ш. Д. Эгамбердиева

Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека,

Ф. О. Эгамбердиева

Чирчикский государственный педагогический институт

АННОТАЦИЯ

Рассматривается один из актуальных вопросов лингвистики, касающийся понимания дискурса с точки зрения базовой парадигмы «текст – дискурс». Выявлены особенности языка и задачи рекламных текстов в контексте дискурсивных параметров (коммуникативных, семиотических, социальных).

Ключевые слова: рекламный текст, дискурс, дискурсивный анализ, рекламный дискурс, коммуникация.

ADVERTISING TEXT AS A SPECIAL KIND OF DISCOURSE

Sh. D. Egamberdieva

National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek,

F. O. Egamberdieva

Chirchik State Pedagogical Institute

ABSTRACT

One of the topical issues of linguistics concerning the understanding of discourse from the point of view of the basic paradigm "text – discourse" is considered. The features of the language and the tasks of advertising texts in the context of discursive parameters (communicative, semiotic, social) are revealed.

Keywords: advertising text, discourse, discourse analysis, advertising discourse, communication.