

Рэпрэзентацыя традыцыйнасці і інавацыйнасці ў камерцыйным медыядыскурсе

Кавалькова Т.У.

Установа адукацыі «Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт», Мінск

Эксплуатацыя камерцыйнымі суб'ектамі ідэі прыхільнасці да традыцый ці інавацый выступае стратэгічным напрамкам маркетынгававай палітыкі сучасных камерцыйных арганізацый.

Мэта артыкула – выяўленне і апісанне языковай рэпрэзентацыі стратэгіі традыцыйнасці і інавацыйнасці ў камерцыйным медыядыскурсе.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужылі рускамоўныя і беларускамоўныя камерцыйныя медыятэксты прадпрыемстваў алкагольнай і піваварнай прамысловасці Рэспублікі Беларусь, размешчаныя ў перыядычных выданнях і інтэрнэт-публікацыях сучаснасці, з якіх метадам суцэльнай выбаркі былі вылучаны тэкставыя фрагменты з камунікатыўнай функцыяй «схільнасць да традыцыі» / «схільнасць да інавацый». Разам з агульнанавуковымі метадамі выкарыстоўваўся метады дыскурсу-аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. Маніфестацыя стратэгіі традыцыйнасці рэалізуецца праз апеляцыю да нацыянальных каштоўнасцей, сімвалаў, фальклору, настальгіі па мінулым. Для рэалізацыі стратэгіі інавацыйнасці выкарыстоўваюцца ўказанне на адпаведнасць сучаснаму ўзроўню развіцця эканомікі, канстатацыя першынства, падкрэсліванне ступені крэатыўнасці кампаніі. Пры стварэнні вобраза некаторых прадпрыемстваў назіраецца тэндэнцыя падкрэсліваць спалучэнне традыцыйнай накіраванасці з пэўнымі інавацыйнымі мадэлямі.

Заклучэнне. У аснове камунікатыўных тактык, што выкарыстоўваюць прадпрыемствы, ляжыць апеляванне да эмацыянальнай, аксіялагічнай сферы мэтавай аўдыторыі, яе жадання быць у мейнстрыме сучаснасці, выказваючы, такім чынам, лаяльнасць у адносінах да пэўных камерцыйных суб'ектаў. Моўныя сродкі (паўторы, сінтаксічны паралелізм, парцэляцыя, анафара, вобразнае параўнанне, увасабленне), якія выкарыстоўваюцца пры вербалізацыі ўказаных стратэгіяў, спрыяюць дасягненню прадпрыемствамі сваіх камунікатыўных намераў.

Ключавыя словы: традыцыйнасць і інавацыйнасць, камерцыйны медыядыкурс, языковая рэпрэзентацыя, моўныя сродкі.

Representation of Tradition and Innovation in Commercial Media-Discourse

Kavalkova T.U.

Educational Establishment “Belarusian State Economic University”, Minsk

The exploitation of the idea of closeness to tradition or innovation is used as the critical deciding factor for the marketing policy of the modern commercial organizations.

The purpose of the article is to detect and describe the language representation of the tradition / innovation strategy in commercial media-discourse.

Material and methods. The materials used in the course of the research are commercial media-texts used by the companies of the alcohol production and brewing industry of Republic of Belarus in the Russian and Belarusian languages, published in periodicals and on the Internet, text fragments picked by the general sample method with communicational function “leaning towards tradition” / “leaning towards innovation”. The discourse analysis method was used along with general scientific methods.

Findings and their discussion. The manifestation of the tradition strategy is implemented through appellations to national values, symbols, folklore and nostalgia. The means of innovation strategy realization are the demonstration of the current economy level, statements of being the first, underlining the company's creativity stage. Some companies show tendency to underline the combination of tradition-oriented but acutely innovative models in their image-making.

Conclusion. The basis of communication tactics which are used by the companies is made up of appellations to emotional, axiological part of the target audience, its desire to be mainstream here and now, showing this way its loyalty to certain commercial brands. Linguistic tools (repetitions, syntactic parallelism, parcellation, anaphora, figurative comparison, personification), which are used for

verbalization of the aforementioned strategies, help the companies achieve their communicative objectives.

Key words: tradition and innovation, commercial media discourse, language representation, linguistic tools.