

Лингвокультурная специфика американской социальной рекламы (лексико-стилистический анализ)



Выполнила
студентка 3 курса группы фил/б-17-2

Барташук О.Д.

Научный руководитель:
кандидат психол.н., доцент

Барашева Д.Е.

Актуальность



- Культура тесно связана с языком, именно поэтому лингвокультурология ориентирована на культурный языковой фактор и на человеческий фактор в языке. Национально-культурные особенности языка отражаются и в текстах социальной рекламы.
- Так как лексический фонд языка национально-культурного коллектива отражает определенную специфику концептуальной системы знаний данного коллектива, а традиции стилистических модификаций до определенной степени отражают особенности отношения данного коллектива к описываемым объектам, то лексико-стилистический анализ американской социальной рекламы позволил бы выявить определенные лингвокультурные особенности американской лингвокультуры, репрезентируемые в ней.

Цель



Цель исследования: выявить лингвокультурную специфику американской социальной рекламы посредством изучения ее лексико-стилистической организации.

Понятие «социальная реклама»



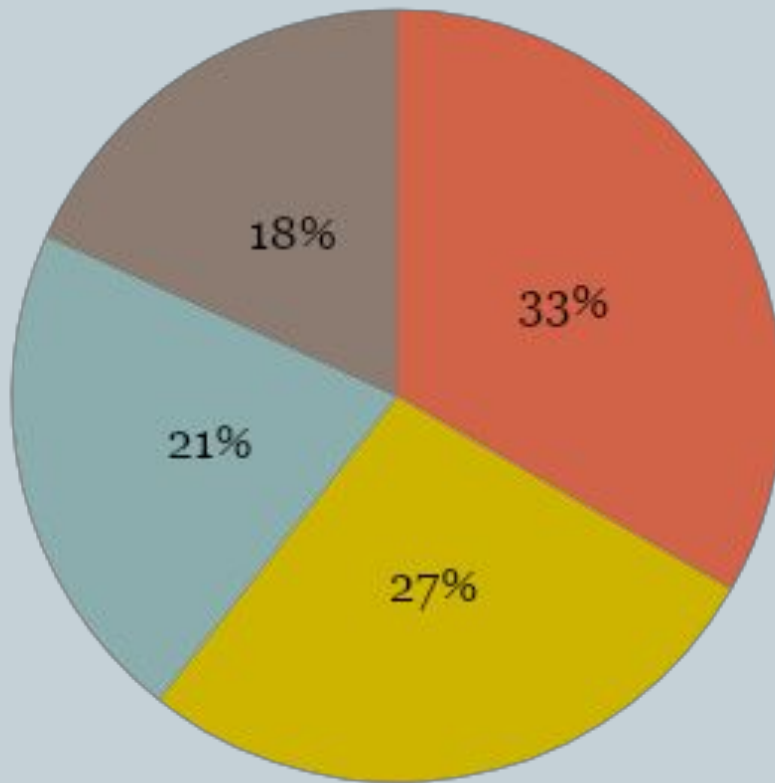
Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям. Предназначение социальной рекламы – гуманизация общества, формирование моральных ценностей.

Лингво- и социокультурные основы формирования американской социальной рекламы



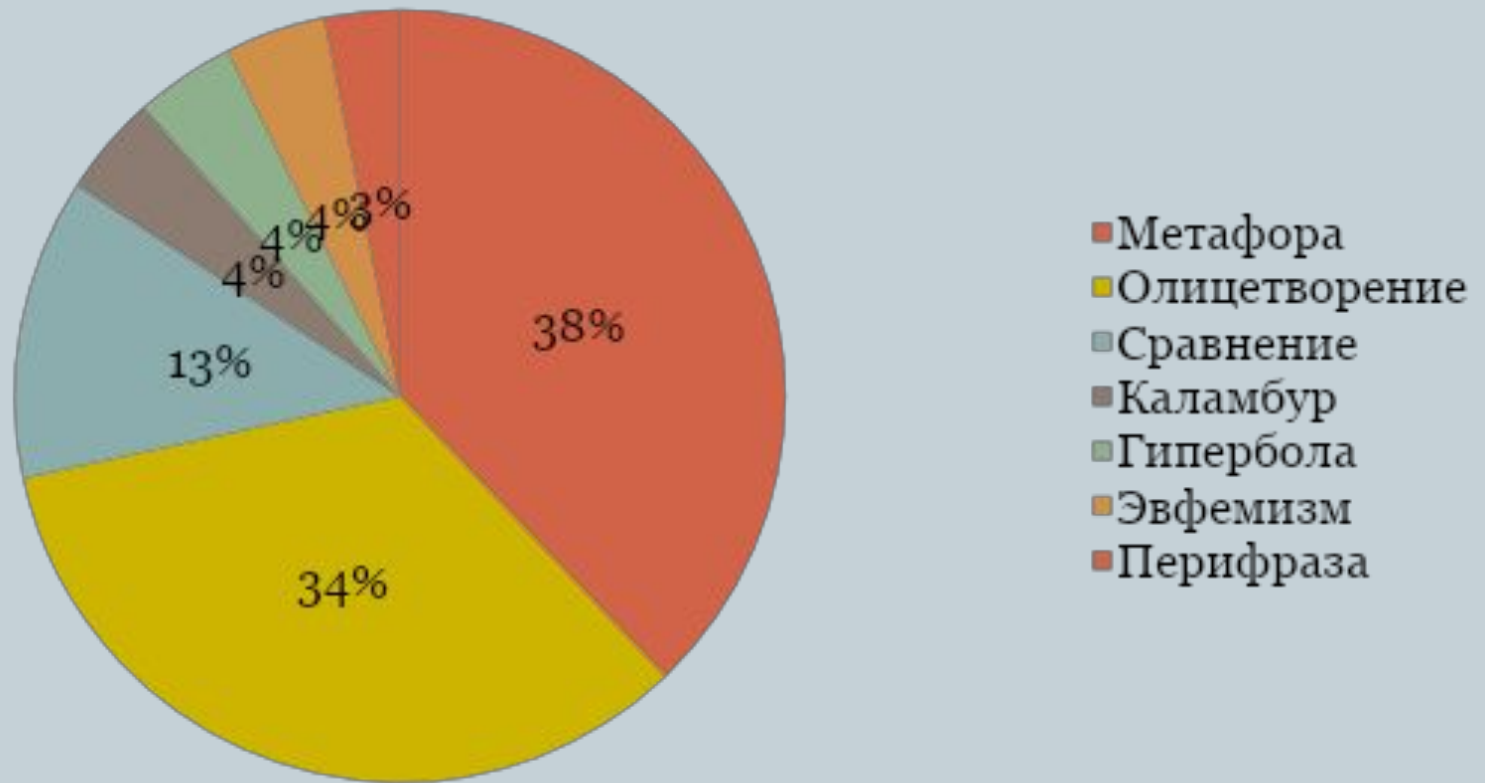
- использование лексики с яркой коннотацией;
- построение семантической и формальной организации высказывания;
- использование корректных языковых средств;
- учет лингвокультурных стереотипов языкового коллектива;
- отражение ключевых национально-культурных ценностей коллектива;
- воздействие на общественное сознание реципиента;
- демонстрация корректной модели поведения.

Выборка лексико-стилистических средств



- Антитеза
- Сарказм
- Аллюзия
- Ирония

Выборка лексико-стилистических приемов



Лингвокультурные особенности использования лексико-стилистических средств и приемов



- отражение прагматичности и прямолинейности американцев за счет использования антитезы и построения четкой и структурированной фразы – *“No forest. No life”*.
- пропаганда здорового образа жизни и борьба с негативными привычками посредством использования аллюзии и сарказма в языке – *“If Rapunzel had been a Smoker, she’d still be in the tower. Smokers are 77 % more likely to experience hair loss. Don’t shut the book on your happy ending”*, *“After a stroke from smoking, get used to losing your independence”*.
- отражение идей равноправия и борьба с насилием над женщинами за счет применения иронии на языковом уровне – *“A door doesn’t hit a woman for ironing the shirt the wrong way. No more excuses. Report women abuse”*.
- отражение предусмотрительности американцев за счет распространения темы безопасности – *“Embrace life. Always wear your seat belt”*.
- использование идиом – *“Alcomortale. My life is in my hand”*.
- намеренное преувеличение проблем за счет использования гиперболы – *“Half the patients entering an abortion clinic never come out alive”*.

Лингвокультурные особенности использования лексико-стилистических средств и приемов



- активная борьба с загрязнением природы, отражаемая на языковом уровне за счет использования метафоры – “*Help mother nature to fight back*”.
- применение концепта национально-культурного единства – “*Pollution is enemy to healthy environment. We should take care about nature*”.
- употребление сленга – “*Don't smoke Mary Jane, go date her*”.
- распространение темы толерантности, реализуемой использованием олицетворения на языковом уровне – “*Your skin color shouldn't dictate your future*”.
- осуществление тактики языкового манипулирования за счет использования статистических данных – “*If you smoke, statistically your story will end 15 % before it should*”.

Выводы



Национально-культурные особенности американцев нашли свое отражение в текстах социальной рекламы. Анализ текстов американской социальной рекламы на предмет выявления лексико-стилистических средств и приемов позволил определить специфику культуры, особенности уклада жизни, мышления и менталитета американцев, а также обозначить основную тематику и посыл сообщений социальной рекламы.



Благодарим за внимание!