

НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ИНОНАЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В МЕДИА-РЕКЛАМНОЙ КАРТИНЕ МИРА

В процессе развития коммуникативной и межкультурной компетенции студентов, изучающих русский язык как иностранный, эффективным может стать обращение к креолизированным текстам массовой коммуникации (прежде всего рекламы), использующим знаки различных семиотических систем: вербальной, визуальной и акустической. Рекламные тексты, имеющие полисемиотическую структуру и использующие богатый потенциал паралингвистических средств, содержат культурные коды, связанные как с социальным единством культур, так и с их многообразием и непоглощаемостью, и играют особую роль в закреплении и распространении национальных стереотипов в современном обществе. Рекламная картина мира утверждает идею материальной и духовной интегрированности общества, универсальности общечеловеческих ценностей, однако эта универсальность обретает в рекламе социально-культурную определенность, здесь сосуществуют и вступают в диалог свое (национальное) и чужое (инонациональное).

Этнокультурный компонент рекламной картины мира отражает общий принцип всех смыслообразований в культуре – дуальную оппозицию «свое-чужое», представляющую структурный архетип, производный от метаоппозиции «я – другое» (К.Леви-Строс). Изображение «своей» этнокультурной реальности выявляет набор культурных констант, посредством которых субъект интерпретирует окружающую действительность и формирует в сознании определенную концептуальную систему. Наложение на систему национальных координат «чужой» этнокультурной реальности, интерпретируемой субъектом с позиций «внеаходимости», становится тем импульсом, который обогащает и позволяет глубже раскрыть собственный этнокультурный статус. Естественно, это обогащение возможно только тогда, когда инонациональные импульсы не противоречат особенностям национального мышления. Возникновение этого противоречия не только разрушает ответную рецепцию, но и может стать раздражающим и травмирующим фактором.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с. – С.336
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М: Издательство «РУДОМИНО», 2001. – 220 с.
3. Гачев Г.Д. Наука и национальные культуры (гуманитарный комментарий к естествознанию). – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 1992. – 316 с. – С. 28
4. Гачев Г.Д. Советский человек //Независимая газета. – 1994. – №18. – С. 8.
5. Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб. ст. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
6. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении / Пер. с англ. И.Б. Шатуновского. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792 с. – (Язык. Семиотика. Культура.).
7. Ренан Э. Из доклада в Сорбонне 11 марта 1882 г.
8. Топоров В.Н. Исследования по этимологии и семантике. Т. 1: Теория и некоторые частные ее приложения. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 816 с. – (Opera etymologica. (Звук и смысл).

Опубл.: Материалы Международной (российско-болгарской) интернет-конференции «Славянская филология : инновации и традиции». – Ставрополь : СГУ, 2009.