

ĪVAIRIŪ KULTŪRŪ POVEIKIS LATVIJOS REKLAMAI

Gunta Ločmele

Santrauka

Straipsnyje autorē aptaria reklamas kalbas ypatybes daugiausia dēmesio skirdama ģvairių kultŪrŪ sŅveikas procesams, darantiems poveikģ Latvijas reklamas kalbai. Latvijas reklamaģ veikia socialiniai, ekonominiai ir tarpkultŪriniai procesai, jie rodo bendrųjų socialinēs komunikācijas modeļģ raidaģ apskritai, ģskaitant ģvairių stilģ sŅveikaģ. Be to, reklamas kalba ģra veikama tarpkultŪrinių procesų - dauguma reklaminių skelbimų ģra vertimai, todēl turi daug verstinēms konstrukcijoms bŪdingų bruoģų.

Apskritai Latvijas reklamas kalbai bŪdinga informācijas kompresija, suasmeninimas, ģtrauktis, grafinio dizaino elementai raģytiniuose tekstuose ir ekspresyvosios kalbas priemonēs, rodanģios ģvairų skirtingų kultŪrŪ poveikio laipsnģ. Kai kuriais atvejais űis poveikis didesnis, pavyzdģiui, vartojant suasmeninimaģ, ģtrauktģ, grafinio dizaino, ekspresyvosios kalbas priemones (pvz., ģš kitų kultŪrŪ perimtas metaforas), kai kuriais kitais atvejais űiek tiek maģsesnis, pvz., kai pasitelkiama kompresija. Dar kitais atvejais ģis apskritai gana retas.

Prastos kokybēs reklaminiai tekstai, kurie daģnai ģra versti ģš anglų kalbas, vartotojams ģra neģdomųs, bet apskritai kitos kultŪros veikia Latvijas reklamas kalbaģ ir teigiamai. Toks teigiamas poveikis ģra naudingas Latvijas reklamas kalbas raidai.