

ФИЛОЛОГИЯ

А. А. Эльясов

(Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Россия)

Языковые манипуляции в социальной рекламе России и Турции: сопоставительный анализ

Актуализируются способы языковых манипуляций в социальной рекламе с точки зрения сопоставительного контекста социокультурных факторов России и Турции. Исследование проведено на материале текстов социальной рекламы, отражающей ценности в пространстве русской и турецкой культуры. Ключевыми методами явились структурный и сопоставительный. Установлено, что языковые манипуляции, встречающиеся в социальной рекламе разноструктурных языков, имеют как сходные, так и отличительные черты, что обусловлено социокультурными факторами России и Турции, а также языковыми особенностями. Выделено сходство в использовании средств выразительности, определены отличия в выборе образов. Сделаны выводы, что импликатуры, метафоры, сравнения, персонификация и антитеза являются наиболее выразительными способами языкового манипулирования в социальной рекламе.

Ключевые слова: социальная реклама, языковые манипуляции, стилистические средства, социокультурный фактор, Россия, Турция, импликатуры, сопоставительный контекст, языковая демагогия.

4 июня 2025 г.