

KHẢO SÁT TÍNH LIÊN KẾT TRONG QUẢNG CÁO VỀ CHĂM SÓC SỨC KHỎE TRÊN ĐÀI TRUYỀN HÌNH MỸ

AN INVESTIGATION INTO COHESION IN HEALTHCARE ADVERTISEMENTS ON AMERICAN TELEVISION

Tác giả: Lưu Quý Khương, Trương Văn Tuấn*

Tóm tắt bằng tiếng Việt:

Liên kết được xem là một trong những tính chất quan trọng nhất của văn bản, giúp văn bản trở nên có nghĩa và dễ hiểu. Để một văn bản có tính liên kết, người nói, người viết phải làm cho nội dung câu, các đoạn thống nhất và gắn bó chặt chẽ nhau; đồng thời phải liên kết các câu, các đoạn bằng những phương tiện liên kết thích hợp. Bài này trình bày kết quả nghiên cứu về tính liên kết trong quảng cáo về chăm sóc sức khỏe dựa trên cứ liệu gồm 50 video clip quảng cáo trên đài truyền hình Mỹ thu thập từ tháng 2 đến tháng 12 năm 2012.. Qua đó, nhằm giúp người học tiếng Anh có thể nâng cao khả năng nghe hiểu các quảng cáo bằng tiếng Anh, đặc biệt là quảng cáo về chăm sóc sức khỏe trên truyền hình. Những ai quan tâm đến lĩnh vực quảng cáo truyền hình sẽ có sự hiểu biết sâu hơn về cách diễn đạt rõ ràng và mạch lạc các phát ngôn cũng như các văn bản của dạng ngôn ngữ quảng cáo này.

Từ khóa: Tính liên kết; văn bản có tính liên kết; quảng cáo truyền hình; quảng cáo về chăm sóc sức khỏe; phân tích diễn ngôn.

Tóm tắt bằng tiếng Anh:

Cohesion is considered to be one of the most important elements of the text as it allows the text to become meaningful as well as understandable. In order to have a cohesive text, speakers or writers not only try to make sentences and paragraphs unified in content but also connect sentences or paragraphs together by using cohesion. It can be seen that cohesion is used in most genres of discourse. This paper presents the findings of a study on cohesion in televised healthcare advertisements based on evidence from 50 video clips retrieved from American television channels. Thereby, it is hoped to help English learners improve their listening skills for English advertisements on television, especially televised healthcare advertisements. Also, those who are interested in the field of TV advertising might get a deeper knowledge of how to produce utterances and documents of this language type in a clear and coherent way.

Key words: Cohesion; cohesive text; TV advertising; healthcare advertisements; discourse analysis.