

A. Walsh 21W.730: Expository Writing

**论文#1:写作焦点: 精读**

**分析美国消费文化: 作为视觉文本的广告**

**提交: 包含内容索引的两份拷贝 (具体说明如下)**

**截止日期: 2月23日 星期五**

**成稿截止日期: 3月6日 星期二**

**简介:**

乍看之下, 商业广告似乎是美国大众传媒最简单的形式。广告的目的和功能就是直击目标消费群: 如诱导儿童购买玩具, 诱导年轻女人购买化妆品, 诱导中产阶级男性购买手机。但是, 通过深入分析, 我们不仅可以把广告看作产品和服务的代表, 还可以将其看作价值和理想的代名词。广告经常描绘出一个自我实现的理想世界, 一个建立在消费者是什么人和想要成为什么人的假定之上的世界。通过本篇论文, 你将有机会分析广告将产品与特定梦想、价值和文化理想联系在一起的多重方式。

论文要求: (大约 3-4 页, 打印稿, 双倍行距)

在这篇论文中, 你应选择一则当代美国杂志广告以作为分析文化内涵的典型。通过对广告的仔细阅读, 深入分析这则广告是怎样营销产品 (或生产线) 和体现理想、价值的。(例如: 美丽, 男性或女性特质, 年龄, 社会等级或地位, 家族, 家庭, 国家。)

策略:

选择一则广告:

选择一则广告, 仔细思考它的哪些特质最打动你。在文中, “特质” 可被定义为一个有象征意义的主题/背景, (例如: 爱国主义, 环保意识) 图画 (例如, 聪明而粗暴的老年男性) 或是迷你的叙述方式 (理想化的家庭旅行)

对广告最为吸引你的特质加以分析后, 选择一则能够很好代表该特质的广告。通过深入的阅读, 我们发现最有效的广告往往包括了摄影图片和文字, 并且引发了多重复杂的解释。

以文本方式分析广告:

解析和阅读视觉图片 (例如照片、绘画和电影) 所需的技能不同于分析印刷文本。在这篇论文中, 你需要仔细和批判性的思考照片的视觉语言, 分析广告中摄影图片和印刷文本互相影响的多种方式。(参考“阅读印刷广告: 指导”)

\*\*\*\*\*

结构：

这篇论文给你带来两方面的挑战。首先，要使你当代商业广告的分析具有代表性。（该点的动机：为什么读者想充分了解该类型的广告？这则广告代表了美国文化的哪些重要方面？）其次，你需要以一种优美、综合和有趣的方式组织关于这则广告各个元素的分析。如果你对广告的多个主要元素的加以分析，那么你的解析应当是一个统一的整体。或者如果你认为该广告是有矛盾的，它的视觉文本传递了争论性的内涵，你的分析也应前后一致。论文的说服力取决于你支持论点所用的论据。