

**Тексты массовой
коммуникации и их
отличительные
характеристики**

Тексты МК

- Журналистские.
- Рекламные.
- PR-тексты.

Цель: регулирование, обустройство, развитие современного общества.

Отличительные характеристики

- Доступность;
- оперативность (например: «Мы гарантируем разработку рекламной кампании за одни сутки»);
- конкретность;
- лаконизм;
- удобство восприятия;
- комбинированность (тексты МК представляют собой совокупность тематически и композиционно разнородных материалов);
- унифицированность;
- возможность быстрой переработки.

Отличие журналистских текстов от текстов рекламы и PR

- В основе журналистских текстов лежит факт, информация о событии, имеющем общественное значение. В рекламных и PR-текстах на первый план выступает отношение к фактам, событиям.
- Журналистская информация отличается соотнесенностью с актуальной общественной практикой читателя, слушателя, зрителя. Реклама и СО апеллируют к потребительскому опыту адресата.
- Поводом для создания журналистского текста становится общественно значимое событие. Рекламные и PR-тексты инициируются заказчиком.
- По отношению к адресату журналистские тексты полиадресатны, рекламные и СО-тексты ориентированы на конкретный сегмент аудитории.
- Журналистские тексты используют средства публицистического стиля, рекламные и PR-тексты могут использовать средства всех функциональных стилей (их выбор будет обусловлен коммуникативной задачей и типом целевой аудитории).

Отличие рекламных текстов от PR-текстов

РЕКЛАМА	PR
1. Содержание сообщения Информация о товаре, услуге; побуждение к их приобретению	Информация об организации
2. Аудитория Потребители	Разные группы общественности (потребители, СМИ, власть, общественные организации и т.д.)
3. Средства воздействия Художественные образы, привлекающие внимание изображения, языковая игра, оценочные определения	Информирование, сообщение фактов
4. Стилистика Эмоциональность, экспрессивность выражения	Сдержанность, нейтральность
5. Цель коммуникации Продвижение товара, услуги	Выстраивание благоприятных отношений с целевыми аудиториями, формирование положительного имиджа
6. Условия публикации Платное	По преимуществу бесплатное
7. Правовое регулирование Закон РФ «О рекламе» (2006 г.)	—

Стилевые отличия.

Примеры

РЕКЛАМА

Блокбастер Шарля Перро «Красная Шапочка» - это захватывающая история о борьбе светлых и темных сил. Мужественная женственность на защите покоя обитателей леса! Беззащитная невинность побеждает в неравной битве с беспощадным коварством. Читайте «Красную Шапочку», и вы узнаете, как оставить пирожки целыми, а волков голодными.

Кто бы мог подумать, что маленькой хрупкой девочке по имени Красная Шапочка под силу самой справиться со страшным серым волком? А вот был такой случай... Правда, действовала девочка не в одиночку – ей помогали родственники и доблестные охотники. Но факт остается фактом: волк был повержен, и справедливость восторжествовала. А о том, как это произошло, вы узнаете, прочитав нашу сказку.

PR

Сегодня Красная Шапочка заявила о чудесном спасении ее самой и ее бабушки. Несмотря на проявленную бдительность Красной Шапочки, волк коварством захватил в заложники сначала бабушку, а потом и саму девочку, и удерживал их в своем желудке. Им удалось спастись только благодаря оперативным действиям охотников, которые по случайности оказались рядом.

Сегодня охотники службы безопасности зеленого леса обезвредили опасного преступника по кличке Серый волк. Он был задержан на месте преступления в ходе импровизированной операции. Жертвы преступления – Красная Шапочка и бабушка – спасены и чувствуют себя удовлетворительно.