

Подходы к выделению структурных компонентов рекламного текста

Выполнила студентка 3
курса РСО 312
Ладыгина Ольга

Х. Кафтанджиев, рассматривая только вербальную составляющую, называет четыре основные части рекламного текста:

- СЛОГАН
- РЕКЛАМНЫЙ ЗАГОЛОВОК
- ОСНОВНОЙ РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ
- ЭХО-ФРАЗА

Другая модель рекламного текста представлена в исследовании **Е.В. Медведевой**:

- 1) вербальный уровень;
- 2) визуальный: изображение, графическое оформление текста, логотип;
- 3) звуковой: звучание текста, музыка, шумовые эффекты.

В книге Л.Г. Фещенко «Структура рекламного текста» представлена наиболее полная модель.

Автор выделяет:

- 1) формальные признаки рекламного текста (элементы презентации, компоненты бренда);
- 2) рекламный текст: заголовочный комплекс (рекламный заголовок + подзаголовок + вводный абзац - лид), основной рекламный текст (ОРТ), эхо-фраза (завершающая фраза);
- 3) подписи к рисункам;
- 4) рекламные реквизиты (формальные признаки).

Д. Огилви выделяет элементы системы не на основе анализа, как это сделано у предыдущих авторов, а на основе процесса продуцирования текста. Д. Огилви рассматривает в печатной рекламе следующие элементы структуры:

- заголовок
- собственно текст
- иллюстрацию
- верстку
- оформление

«Целое больше суммы его частей»

Аристотель

Эмерджентностью называется наличие
качественно новых свойств целого,
отсутствующих у его составных частей

Объединение различных элементов структуры рекламного текста позволяет их оценка с точки зрения семантики, смысла.

Л.В. Щерба «правила сложения смыслов, дающие не сумму смыслов, а новые смыслы»

Системный подход к анализу рекламного текста дает следующие возможности для исследования:

- 1) ориентирует на выявление различных типов связей объекта исследования. Это относится к самой системе, надсистеме и подсистеме
- 2) позволяет определить значимость каждого элемента системы с учетом того, что свойства целого несводимы к сумме свойств его элементов;
- 3) позволяет подойти к рекламному тексту с позиций определения энтропии / негэнтропии отдельных элементов его структуры
- 4) дает возможность получить количественные показатели для оценки состояния данной системы
- 5) проверить гипотезу о наличии / отсутствии семантического единства различных элементов в пределах поликодового текста