

Работа с текстами в рекламе и СО (ч.1)

Понятие текста. Основные характеристики текста

Текст -

сложное коммуникативное единство, представляющее собой результат взаимодействия двух участников коммуникационного процесса – автора и получателя. Как всякое произведение текст имеет план выражения – некую устойчивую форму и план содержания – некий смысл, заключенный в эту форму.

Основные характеристики текста

- Целостность.
- Связность.
- Закрепленность.
- Информативность.

Целостность

- наличие единой темы повествования (эта тема может быть сформулирована как заглавие);
- композиционное единство всех частей;
- стилистическое единство.

Средства обеспечения связности текста

- грамматические средства (союзы, частицы, повтор однотипных синтаксических конструкций);
- логические связи (для научных текстов, официально-деловых материалов);
- порядок следования частей (композиционные приемы);
- образы, которые создают ассоциативные связи (в художественных произведениях);
- повторы.

Закрепленность -

фиксация текста на разных носителях.

Цель: дальнейшее редактирование, воспроизведение, использование для создания других текстов.

Информативность

- Наличие в тексте новой информации.
- Наличие в тексте актуальной для адресата информации.
- Расположение информации с учетом возможностей восприятия адресата.