

Самореклама: адаптация текста к онлайн-среде

Зырянов Богдан Владимирович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: bzyryanov@msn.com

Ключом к успешной коммуникации в сетевом обществе становится правильно настроенный сетевой профиль или аккаунт — особый вид рекламного текста. Вне зависимости от типа взаимодействия (личный контакт или бизнес-общение), мы имеем дело с документом формата «анкета». Он представляет собой фиксированный шаблон, в который вносятся наиболее значимые факты о человеке. Выборка жизненных событий варьируется в зависимости от целей коммуникации.

Таким образом, можно говорить о виртуальном профиле как о формате рекламного сообщения, который инспирирован анкетой или резюме, CV. Этот формат опирается на ориентирующую и номинативную функции рекламного текста и характеризуется высокой степенью эффективности. Он в сжатой форме доносит всю необходимую информацию о рекламируемом субъекте — авторе странички.

Сетевой профиль существует в креолизованном виде. Согласованность его текстовой и невербальной частей достигается с помощью денотативной соотнесённости. Таким образом, портрет человека в Интернете выглядит как сумма вербальных и визуальных компонентов, которые дополняют друг друга. Они расположены особым образом, чтобы обеспечить эффективное рекламное воздействие. Этому способствует статичный дизайн (в противовес т.н. «резиновой вёрстке»).

Источники и литература

- 1) Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). — М.: Academia, 2003.
- 2) Бородина В. САМОреклама: мода и традиции. — М.: РИП-холдинг, 2000.
- 3) Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. — СПб.: Питер, 2002.
- 4) Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров (Пер. с англ. — СПб. и др.: Питер, 2000.
- 5) Старых Н.В. Коммуникационный менеджмент. Учебное пособие для студентов. М.: Факультет журналистики, 2009.
- 6) Учёнова В.В., Старых Н.В. История рекламы. — СПб.: Питер, 2002.
- 7) Чигаев Д.П. Способы креолизации современного рекламного текста. Автореферат диссертации. — М., 2010.

Слова благодарности

Автор благодарит к.ф.н. доц. Старых Н.В. за помощь в подборе научной литературы и конструктивную критику.