
VIRGINIJA VASILIAUSKIENĖ

**REKLAMOS KALBOS
SINTAKSĖ: STRUKTŪRINĖ IR
FUNKCINĖ KAITA**



INFORMACIJA, BŪTINA SINTAKSINIAM TYRIMO ASPEKTUI

- ar reklamos tekstas originalus, ar verstinis
 - sakytinė tai ar rašytinė kalba
 - lietuviška ar nelietuviška prekė ar paslauga reklamuojama
-

TRADICINĖ SAKINIO SAMPRATA

- Sakinio centras – tarinys (V). Kai kuriais atvejais centrui dar priskiriamas veiksnys (S) ir tiesioginis papildinys (O).
 - Struktūros (sandaros) aspektu tai dvinaris sakiny (asmeninis ar beasmenis).
 - Funkciniu aspektu tai konstatuojamasis, rečiau klausiamasis sakiny.
-

Reklamos tekstams tradiciniai sakiniai nebūdingi. Jie randami tik:

1. Moralizuojančiuose pamokymuose:

Vartodami alkoholį rizikuojate savo sveikata, šeimos ir visuomenės gerove.

2. Tradiciniuose reklamuojamo dalyko apibūdinimuose:

Arbatoje esanti teanino medžiaga padeda lengviau susikoncentruoti ir atgaivina tiek kūną, tiek protą.

Populiariausias reklamos sakinio struktūrinis tipas – nominatyvinis sakiny

- *Smetoniška gira. Natūraliai rauginta. Tikros giros gerumas.*
- *Karališkasis. Geriausi merginų draugai. Po deimantų, žinoma. Karūna karališkasis. Aistros skonis.*
- *Aštrus protas. Įžvalgi mintis.*

Nominatyvinio sakinio ypatumai ir paskirtis

- 1. Viso reklamos teksto ar atskirų sakinių fragmentavimas, jų išskaidymas į smulkias frazes:**

*Smetoniška gira. Natūraliai rauginta =
Natūraliai rauginta smetoniška gira.*

2. Sudėtinės atributinės frazės (dažniausiai su išplėstiniu pažyminiu) vartojimas:

- *Tušas, akimirksniu blakstienoms suteikiantis maksimalią apimtį.*
 - *Akiniai nuo saulės, koreguojantys regėjimą.*
 - *Skausmingai atvira ir nebanaliai jausminga G. Karaliūnaitės biografinė knyga.*
-

3. Siekiama adresato aktyvaus įsitraukimo į reklamavimo procesą:

- Adresatas turėtų fragmentuotą tekstą sudėlioti pagal loginę seką, savaip jungti išbarstytus fragmentus ir įsitraukęs į diktuojamą žaidimą papildyti peršamais ypatumais ir savo patirtimi.
 - Užsikrėsti tokiam tekste slypinčiu dirbtiniu emociingumu ir entuziazmu.
-

Antrasis būdas išvengti veiksmažodžio - elipsė

1. Tarinio jungties praleidimas:

*Nuo šiol kiekvienas Utenos butelis – su lengvai
nutraukiamu kamšteliu.*

*Voksvagen Golf šeimoje kiekvienas turi savo
charakterį, tačiau visi – išskirtinės asmenybės.*

2. Numanomo tarinio praleidimas:

- *Praktiška pakuotė – praktiškomis šeiminkėms.*
 - *Dabar – tiesiog miesto maitintoja.*
 - *Drausmingiems vairuotojams dar ir 10 – 30% nuolaidą privalomajam civilinės atsakomybės draudimui.*
-

Populiariausias funkcinis (modalinis) sakinio tipas – skatinamasis sakiny

- *Apdrausk ateitį.*
 - *Drauskitės tik nuo to, kas aktualu jums.*
 - *Nemokėkite už apsaugą.*
 - *Sužinokite daugiau: lancome.com*
 - *Padėkite terminuotąjį indėlį SEB banke ir gaukite solidžias palūkanas.*
 - *Nepraleisk Valentino akimirkos!*
 - *Rinkis MAGI!*
 - *Atraskite vandens atspindžio gaivą.*
-

Skatinamojo sakinio ypatumai ir paskirtis

1. Liepiamosios nuosakos vienaskaitos (rečiau) ir daugiskaitos (šiek tiek dažniau) antrojo asmens vartojimas.
 2. Šaukiamasis sakinytis.
 3. Akivaizdi opozicija tarp adresanto (aš, mes) ir adresato (tu, jūs) – pardavėjo ar paslaugos tiekėjo ir pirkėjo ar paslaugos gavėjo.
-

4. Laužomi bet kokie anksčiau lietuvių kalboje gyvavę oficialumo, šaltumo, asmeniškumo vengimo barjerai.

5. Kuriama "draugiško" intymumo ir betarpiškumo atmosfera.

Klausiamieji sakiniai retesni

- Ar tikrai reikia nugyventi 100 metų, kad turėtum ką papasakoti?
 - Suvalgyti ar užauginti?
 - Išalkai?
 - Ar atradai tave atspindintį dvelksmą?
 - Gal tai IDOLE d'Armani?
-

Klausiamųjų sakinių ypatumai ir paskirtis

- Dažnoki sakiniai be klausiamųjų žodelių.
 - Sakiniai dažnai retoriniai.
 - Kuriama alternatyvos iliuzija, sudaromas pasirinkimo dilemos įspūdis.
-

Kiti sakinių tipai

1. Benariai sakiniai:

Aha. Cha! Taip.

2. Jei sudėtinis prijungiamasis sakinytis, tai dažniausiai pažyminio (pažymimasis):

Nemokėkite už apsaugą, kurią kitur turėtumėte rinktis.

...lapai, vaisiai, uogos, iš kurių pagal senąsias tradicijas gaminamas nepamirštamo skonio gėrimas.

Benariai sakiniai. Jungtukų vengimo tendencija

- *Patogus naudoti duše – nereikia papildomai naudoti putų arba želė.*
 - *Nedėk rankinės ant grindų – pinigai išeis.*
-

Sakinių nepilnumas

- *Gamtoje įdomiau. Susikraunam ir maunam!
Nemokamas soliariumas be eilių. Gera mintis.*
 - *Karališkasis. Geriausi merginų draugai. Po
deimantų, žinoma. Karūna karališkasis.
Aistros skonis*
-

Skryrybos ypatumai

1. Populiariausias skryrybos ženklas – brūkšnys elipsei žymėti ir reklamos tekstui fragmentuoti.
2. Brūkšniu ar kableliu taip pat gali būti žymimas pridūrimas:

- *Dabar klasikinė filtravimo sistema papildyta pažangiu filtravimo būdu – per sidabrą.*
 - *Tik natūralios kvapiosios medžiagos, be dažiklių, be saldiklių.*
-

3. Pasitaiko daugtaškių nutylėjimui žymėti:

- *Apie aistrą nepapasakosi...*
 - *Tai taip... itališka...*
-

Reklamos sakinio ypatumai

- Sakinys trumpas, suskaidytas į atskirus fragmentus.
 - Sakinyje atsisakoma veiksmažodžio (tarinio, tarinio jungties). Pasitelkiama elipsė.
 - Struktūriniu požiūriu dominuoja nominatyviniai sakiniai.
 - Populiariausias funkcinis sakinio tipas – skatinamasis sakiny.
 - Vengiama jungiamųjų priemonių (jungtukų) sakiniams ir sakinių dėmenims jungti.
 - Sakiniai nepilni, neišbaigti.
-

Kiti tyrinėtini dalykai

- Temos ir remos santykis.
 - Stilistikos ypatumai (žodžių žaismas, oksimoronas, aliteracija, žargonas, išpūsta reklama...).
 - Reklamos internete ir žinučių pavidalu specifika. Angliški intarpai reklamos tekstuose. Reklama skirtingo amžiaus adresatams. Pažyminių praleidimo ypatumai. Seksizmas ir kt.
-