Образный уровень поэтической системы.

Идейно-образный уровень (по Гаспарову): пространство/ время, точки авторского и читательского зрения.

1. Проблема оценки образных категорий в рекламной поэзии. (привести цитаты об образе и категории).
2. Важность адресации в рекламе. Пара автор/адресат. Специфика формирования образа адресата в 1. Художественной литературе. (цитаты). 2. В художественной поэзии. 3. В текстах МК. 4. В рекламе. Двусторонний характер образа адресата рекламной поэзии Маяковского. Традиционное для рекламы ориентирование на адресата (ЦИТАТА) с определенным набором качеств + жизнестроительная миссия поэта (цитаты по общему творчеству) и гос. политики (найти цитату по задачам формирования «нового человека», внедрение новых ценностей в сознание людей).

(Кроме того, перед дизайнерами, художниками была поставлена задача внедрять в сознание населения представления о новом быте – желательно с помощью новых художественно-выразительных средств.) из Маяковский и обертка

И можно предположить, что второй, созидательный, аспект структуры образа является доминирующим и наиболее важным. Т.е. адресация рекламного текста направлена на теоретического и идеального, находящегося в состоянии становления, читателя. В то время как текст оказывает непосредственное влияние на формирование реальных качеств читателя.

Отметить взаимосвязь черт и качеств товара и черт и качеств адресата рекламы. (т.к. рекламный текст, при необходимости быть объективным, подчеркивает именно те качества товара, в которых имеет потребность и заинтересованность потребитель).

Определить список важнейших для гос-ва черт «нового человека», оценить лексические и художественные\*?\* маркеры создания этого образа в тексте.

Определить черты и качества товаров / потребителей, важные для Маяковского лично. (если такие есть).