

«Стратегическое планирование коммуникации в англоязычной социальной рекламе»

Подготовил:

студент V курса
кафедры ГЯиМП

Гжегожевская Татьяна Вадимовна
Руководитель СНО «Лингвистика и
межкультурная коммуникация»

доцент кафедры ГЯиМП
Соловьяннова Евгения Викторовна

Реклама – это одна из сфер использования языка, где он служит инструментом *увеџевательной коммуникации*, целью которой является побудить адресата, воспринимающего рекламное сообщение, к необходимым действиям, заставить его определенным образом модифицировать свое поведение.

- Be part of the *solution*, not the *pollution*.
- Buckle up. Stay alive.

Актуальность изучения объясняется недостаточной изученностью стратегий коммуникативного воздействия в социальной рекламе, обусловленных ее персузивным характером: доминирующей функцией рассматриваемого нами вида рекламы будет являться воздействие на ментальную сферу реципиента с целью трансформации его поведения (побуждения к совершению / отказу от совершения определенных действий).

Коммуникативная стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. (*O.C. Иссерс*)

Коммуникативная тактика – это одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии.

Коммуникативный прием – это прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной коммуникативной тактики.

Коммуникативная
стратегия

Коммуникативная
тактика

Коммуникативный
прием

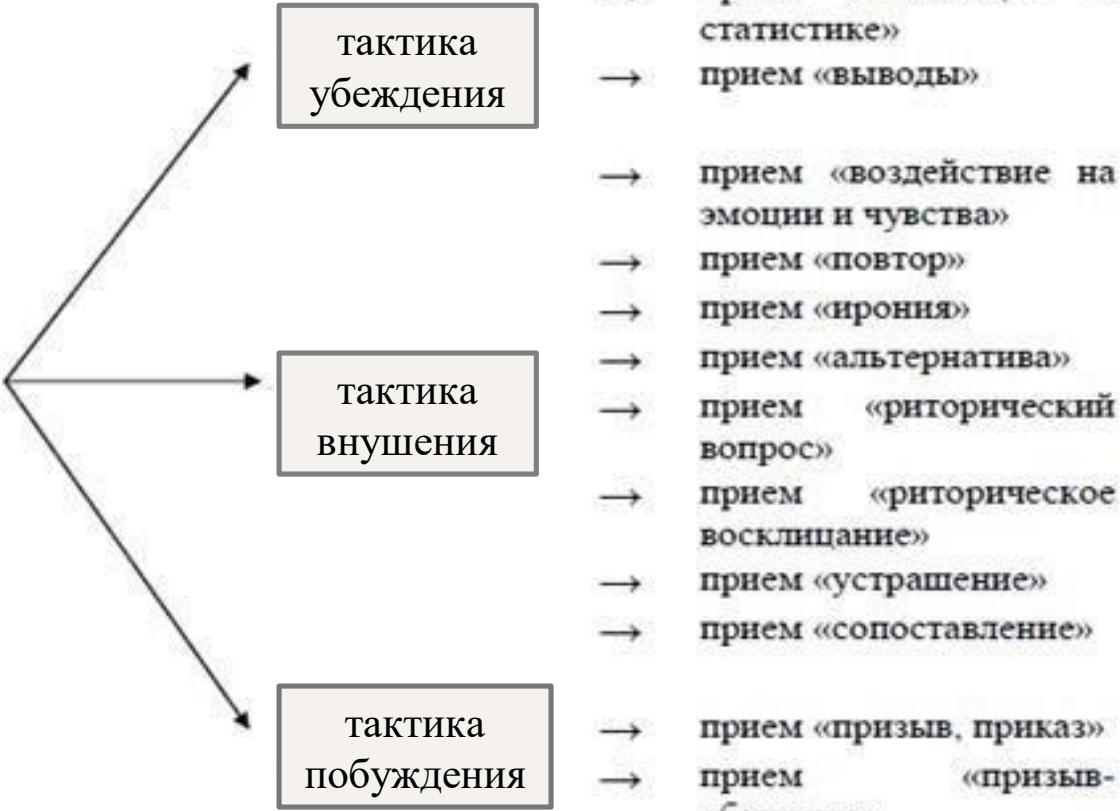


Стратегия воздействия и манипулирования



Основная функция социальной рекламы – это привлечение внимания к актуальным проблемам общества, информирование о способах их решения и профилактики, изменение поведенческих норм, формирование у людей определенных моральных ценностей, принципов, взглядов и убеждений.

Стратегия воздействия и манипулирования



Тактика убеждения

1. Прием «трюизм»:

Speed kills.



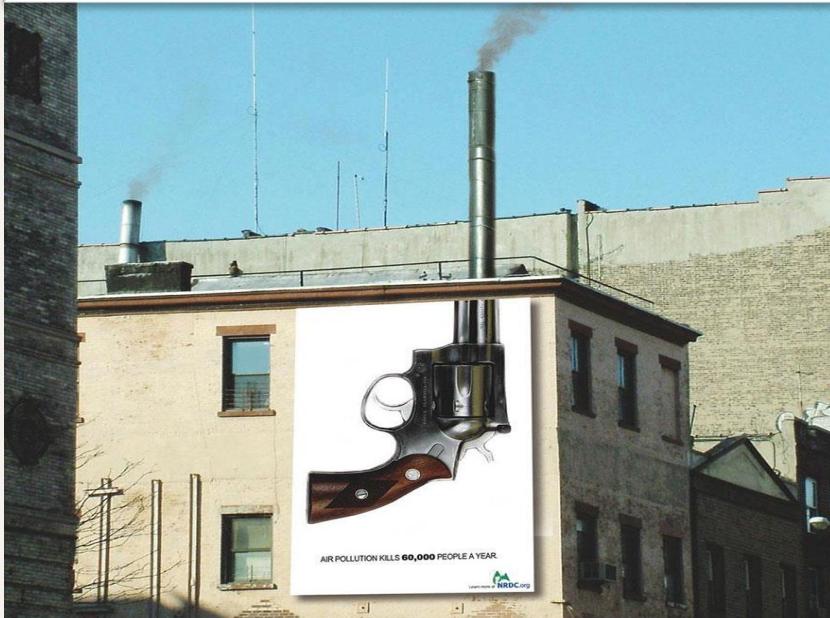
Smoking causes premature aging



Тактика убеждения

2. Прием «апелляция к статистике»:

Air Pollution Kills 60.000 People a Year.



World-wide, almost 5 million die prematurely each year as a result of smoking.

Today 2 out of 3 people survive cancer. Help make it 3 out of 3 by volunteering today.

Тактика убеждения

3. Прием «ВЫВОДЫ»:

Children of parents who smoke, get to heaven earlier.



If you don't want millions of animals tortured and killed in leg-hold traps, don't buy a fur coat.

Тактика внушения

1. Прием «воздействие на эмоции и чувства»:



Animal Rights.
Human Wrongs.



Тактика внушения

2. Прием «повтор»:

You caused your cancer yourself.



Тактика внушения

3. Прием «ирония»:



Тактика внушения

4. Прием «альтернатива»:



Тактика внушения

5. Прием «риторический вопрос»:

What did I do to deserve this?



What did I do to deserve this?

Тактика внушения

6. Прием «риторическое восклицание»:



The number of car accidents involving children increases during school holidays. **Please, be extremely careful!**

Тактика внушения

7. Прием «угроза»:

Stop the carnage.



Тактика внушения

8. Прием «сопоставление»:



Same dog, different owner.

Adopt a rescue pet
at caraphil.org



Тактика побуждения

1. Прием «призыв, приказ»:



STOP the violence. Don't drink and drive.



Тактика побуждения

2. Прием «призыв-обещание»:

You can be someone`s superhero!



**My friend saw the text
He didn't see the truck**

Stop. Think. Live.



MAYOR OF LONDON

THINK

Transport for London



I. Answer the following questions:

1. What is this video about?
2. Who is shown on the video?
3. Describe the plot.
4. Try to make up the slogan for the video.
5. Express your own opinion about this video.

II. Watch the video and translate the phrases below into English.

- 1) Приятно!
- 2) Выйдите из машины и ходите пешком.
- 3) Спешите? Сядьте на автобус.
- 4) Наслаждайтесь свежей местной продукцией.
- 5) Выключите отопление или кондиционер.

III. Watch the video and fill in the gaps.

You have the power to make a difference from the moment you ... (*wake up*). Power your home with the sun. Refresh with a ... (*low-flow*) shower. Feels good! Air-dry your laundry instead of ... (*tumbling*). Eat more leftovers and ... (*reuse*) a humble bag. Leave the car and use your legs. In a rush? Take the bus. Become an expert recycler – ... (*easy-peasy*)! Enjoy fresh local produce. Make the things you love last longer. And give all ... (*treasures*) a second life. Good friends – they could last forever! For zero ... (*food miles*), grow your own! For an extra quick meal, use a pressure cooker and induction ... (*hob*). Eat more greens. Why not try some veggie balls? Choose a low-flaw tap. Power up your car with ... (*clean*) power. Power down your heating or air con. All you need is great insulation. And ... (*LEDs*)? Always a bright idea. What a difference a day makes.

IV. Read the statements and say if they are true, false or not stated. Prove your answers.

1. You do not have enough power to change the environment.
2. You are not allowed to take high-flow shower.
3. You should always use your legs even in a rush.
4. It is good to give all treasures a second life.
5. You should never eat meat.
6. Using LEDs is a good idea.