

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Васильева Алена Анатольевна

магистрант

Самсонова Марианна Валентиновна

заведующая кафедрой

Институт зарубежной филологии и регионоведения

ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный

университет им М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Аннотация: статья посвящена изучению социальной рекламы ее языковой и неязыковой стороны, а также стратегий и тактик. Авторы рассмотрели франкоязычную рекламу, результаты исследования представлены в практической части работы.

Ключевые слова: социальная реклама, вербальные компоненты, невербальные компоненты, креолизированный текст рекламы.

Социальная реклама – это такой продукт общества, который имеет существенные отличия от других видов рекламы. Этот вид рекламы заказывается государством, общественной организацией. Идеи, представленные в ней, могут отражать борьбу общества с негативными явлениями, наркоманией, курением, или пропагандировать что-то, например, вести здоровый образ жизни, помнить и заботиться о своих родителях [1, с. 10]. В нашей республике социальная реклама только начинает развиваться. Жители города Якутска жалуются на плачевное состояние некоторых уголков города, совсем не соответствующих облику столицы самого большого субъекта Российской Федерации. При разработке мы использовали приемы, которые были выявлены в изученной французской рекламе.



Рис. 1

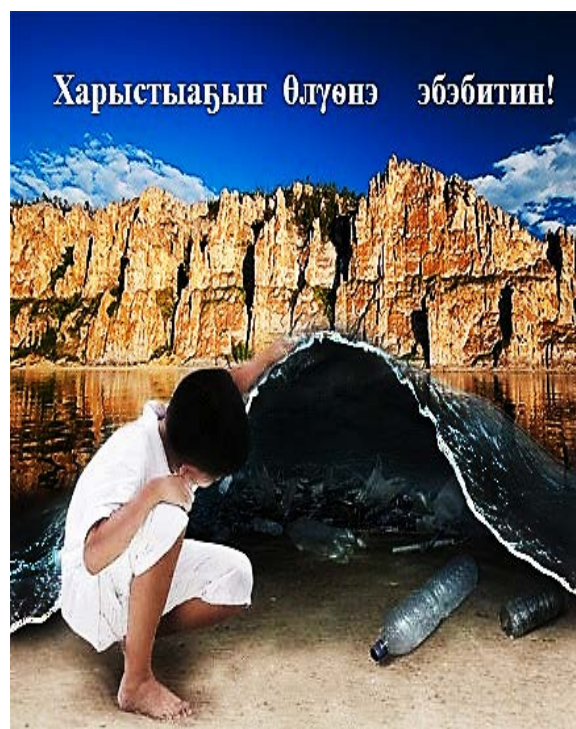


Рис. 2

Вербальные компоненты рекламы

Лексико-стилистические средства:

В данном предложении: «Река Лена – кормилица наша» эмоциональную окраску слогану придает существительное «кормилица», а также притяжательное местоимение «наша». В слогане на якутском языке использовано существительное эбэбитин, также отражающее, что река принадлежит нам всем. Использование слова эбэ в применении к реке Лена, обязывает к уважительному отношению к великой реке. Значение слова эбэ в якутско-русском словаре: 1) бабушка; 2) уст. эвф. «бабка», «бабушка» (употр. вместо слов «река», «озеро», «лес» и т. п. или вместо им. собств) [2, с. 78].

Использование эллипсиса, опущение глагола есть, являться, чтобы воздействовать на адресата с помощью компрессии, минимальной эксплицитной информации.

Грамматические средства:

Использование безглагольной конструкции на русском языке, привычной для лозунгов на русском языке.

В примере на якутском языке мы использовали повелительное наклонение глагола харыстаа.

Невербальные компоненты креолизованного текста рекламы

Река Лена является одной из самых крупных рек в России. Текст написан белым цветом, жирным шрифтом, который ясно виден на синем фоне. На изображении мы видим маленького мальчика, который приоткрывает реку, а там мусор, в основном, пластиковые изделия бутылки, пакеты, которые, как мы знаем, относятся к самым долговечным видам неорганического мусора, период их разложения составляет от 100 до 500 лет. Заметьте, что одежда ребенка белого цвета. Белый цвет – символ чистоты, юности, света. В будущем такая реклама могла бы висеть на местах у реки, где активно отдыхают горожане, например в с. Пригородное (Петуховка), городской пляж в 202 микрорайоне, на переправах Якутск-Бестях, Якутск-Соттинцы и т. д.

Стратегии и тактики:

Исследовав социальную экологическую рекламу на французском языке, мы использовали оптимизирующие стратегии повышения распознаваемости рекламы, что позволяет адресату быстро соотнести сообщение с рекламируемым объектом и воспринять его основную тематику при беглом просмотре. Текст короткий, понятный сочетается с изображением. Стратегии повышения притягательной силы и «читаемости» сообщения, с помощью сопоставления текста и изображения. В данном примере, мы использовали мнемонические стратегии, короткие слоганы, позволяющие повысить запоминаемость сообщения, чтобы реклама запомнилась, использовали ребенка, а не взрослого человека, потому что ребенок затрагивает душу. Дети – это цветы жизни, которые мы, взрослые, хотим уберечь от опасностей.

Список литературы

1. Кортленд Л.Б. Социальная реклама / Л.Б. Кортленд, Аренс Бове. – М.: Довгань, 2010. – 324 с.
2. Юдахин К.К. Якутско-русский словарь. – М.: Советская Энциклопедия, 1965.