

**Социальная реклама на примерах русского, английского и иврита:
социолингвистический аспект**

Научный руководитель – Григорян Инна Багратовна

Таубер Станислава Павловна

Студент (бакалавр)

Академия имени Маймонида РГУ им. А.Н. Косыгина, Москва, Россия

E-mail: s.tauber@mail.ru

Изучение феномена социальной рекламы актуально в связи с тем, что в наше время данный вид рекламы нацелен на изменение поведения адресата, привлечение внимания к серьезным проблемам общества и воздействие на мировосприятие человека. Данная работа направлена на выявление основных тематик социальной рекламы в таких странах, как Россия, Великобритания и Израиль. Наряду с этим, будет проведен лингвистический анализ рекламных текстов, а также будут выявлены главные факторы, влияющие на языковые особенности слоганов социальной рекламы.

Основная цель социальной рекламы - это не продвижение конкретного товара, а навязывание определенного образа жизни, поэтому достаточно сложно определить ее эффективность, так как она может быть направлена на долгосрочную перспективу.

Как правило, социальная реклама направлена на самые распространенные общественные проблемы: критика алкоголизма, курения, наркомании, пропаганда здорового питания, крепких семейных отношений, соблюдение ПДД. Также в эту группу можно отнести экологическую рекламу, нацеленную на бережное отношение к флоре и фауне. Существует так же патриотическая реклама, посвященная различным праздникам, спортивным событиям, юбилеям, направленным на объединение граждан. Более того, многие исследователи выделяют социальную рекламу, посвященную конституционным правам и свободам человека, обязанностям, например, оплате налогов.

Специфика социальной рекламы заключается в жанровом оформлении, структуре и тональности. Основным средством воздействия в социальной рекламе в СМИ является убеждение, осуществляемое путем приведения аргументов (приведение статистики, привлечение различных данных, исторических фактов, апелляция к авторитету и др.), при этом они могут представляться с использованием манипуляторных средств. В печатном виде социальная реклама часто несет в себе посыл внушения, осуществляемый посредством навязывания общепринятых ценностей.

На тематику социальной рекламы и ее языковые особенности способно повлиять общество, а именно менталитет, традиции и культура страны. Исходя из этого, в таких странах, как Россия, Великобритания и Израиль, присутствуют свои конкретные общественные проблемы, которым уделяется повышенное внимание.

Источники и литература

- 1) 1. Атягина В.С., Некрасова А.И. Особенности перевода рекламных текстов (на материале рекламы «First drive») // Тихоокеанский государственный университет. – Хабаровск, Россия. – С. 3– 9.
- 2) 2. Вань Нин. Рекламный текст в пространстве культуры и межкультурной коммуникации // Вестник Пермского университета, Вып.2(30), 2015. – С. 60 – 75.
- 3) 3. Воронцова Ю.А. Язык рекламных текстов // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2016. – № 5. – С. 81– 84.

- 4) 4. Корочкова С.А. Языковые особенности рекламных текстов в гендерном аспекте (на материале русскоязычных журналов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2004. – С. 14 –23.
- 5) 5. Мощева С.В. Реклама в современном обществе: социолингвистический аспект // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова №2, 2007. – С. 134 –137.
- 6) 6. Савина Н.А. Социолингвистические особенности языка рекламы // Научный журнал РИНЦ, ВАК 1(9), 2017. – С. 18 –20.
- 7) 7. Синьковская И.Г. Феномен социальной рекламы и его теоретико-методологический анализ: автореф. дис. ... на соискание ученой степени кандидата социологических наук. – Новосибирск, 2006. – С. 4– 12.
- 8) 8. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLTEkjhfxVvtLIA4xIpyi1oeLpLeQ16rEr> (дата обращения: 10.03.2021г.)
- 9) 9. [Электронный ресурс] URL: <https://www.sostav.ru/vote/50/257> (дата обращения: 01.03.2021г.)
- 10) 10. [Электронный ресурс] URL: https://www.boredpanda.com/powerful-social-advertisements/?utm_source=yandex&utm_medium=organic&utm_campaign=organic (дата обращения: 07.03.2021г.)