



ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Язык коммерческой и политической рекламы.



Выполнил: Азимов Сомон
Аминджонович



Одним из самых ярких видов вербальной коммуникации является реклама. Будь она политическая или коммерческая, она всегда привлекает внимание и, безусловно, является неотъемлемой частью развития общества, поэтому следует изучать ее язык и особенности построения рекламных текстов.



Client Number

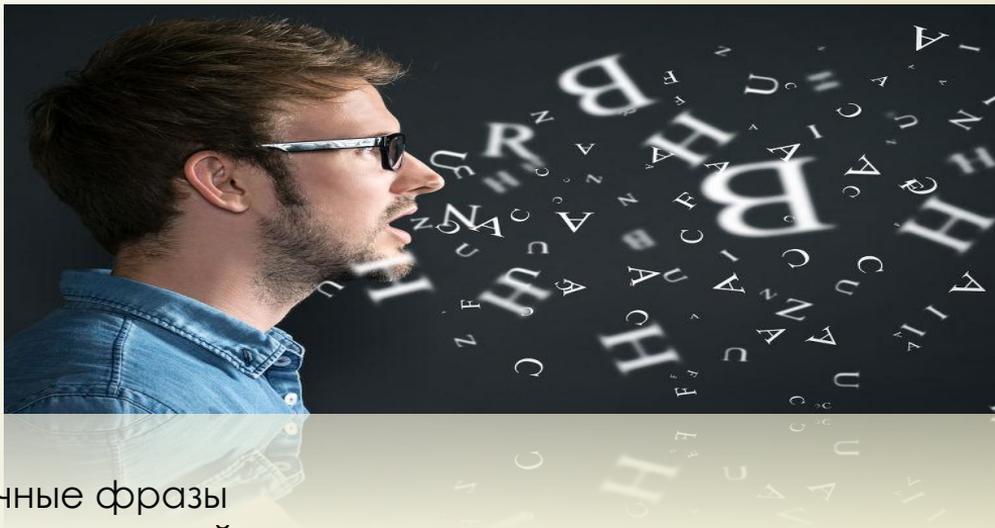
Язык рекламы выразительные и художественно - изобразительные средства в рекламе;..
Как и коммерческая реклама, реклама политическая благодаря своей многотиражности..



Об определении самой рекламы с начала века велось немало споров. Наиболее полное и нейтральное определение этого вида коммуникационного менеджмента принадлежит французскому ученому А. Дейяну



Основными задачами рекламы являются привлечение внимания, информирование и побуждение к определенным действиям. При этом цель привлечения внимания и воздействия достигается путем избирательной подачи информации.



Элементы рекламы – какие-то удачные фразы или оригинальные сюжеты – входят в привычный обиход и нередко остаются в нем, как крылатые фразы или говорящие фамилии со страниц классиков.

Рекламное сообщение всегда односторонне. С развитием информационных технологий появилась возможность двустороннего общения при помощи средств массовой информации, однако рекламы в большинстве случаев это не касается.

Рекламное сообщение никогда не бывает личным, изредка оно содержит какие-то элементы определения целевой аудитории, но в целом она адресована "ко всем, кто слышит".

Замысел создания рекламного текста - это целиком и полностью информирование слушающего и стимулирование его к определенным действиям. Несмотря на то, что информирование поставлено во главу угла, с точки зрения пафоса у рекламы есть определенная специфика подачи информации





Язык политической рекламы становится всё более воинственным, кликушеским и угрожающим. «Нас не остановить... Мы закроем эту кормушку...»). Язык войны становится языком политической рекламы.



В политической рекламе язык жестко регулируется рядом общественных установок. Помимо социальных установок, на нее действуют и юридические, и нередко даже внутривластные. Политическая реклама должна выражать серьезность и близость кругу социальных вопросов, стоящих перед рядовыми гражданами – то есть избирателями.



«Нежизненность» политической рекламы определяется еще и тем, что любая политическая реклама несет в себе определенные элементы официального заявления (в противном случае она не будет эффективна). В большей степени это касается манифестов, в меньшей – политической рекламы на страницах газет и журналов.

✓ Язык политических плакатов значительно более сумбурен и непонятен, чем коммерческих. Как правило, используются полисемичные слова, либо многозначные выражения, которые невозможно понять без контекста. Сообщение ни в коем случае не должно казаться глупым, в противном случае оно может создать негативный имидж позиционируемому кандидату или его партии.

✓ Коммерческая реклама характеризуется тем, что обычно она направлена на покупателей материальных продуктов и услуг. И здесь очень важную роль играет не, сколько личные качества продукции (хотя в некоторых случаях акцент ставится на этом), а каким образом она предлагается.

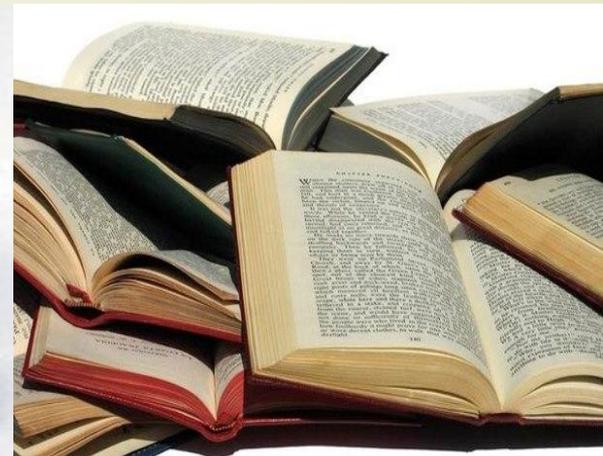
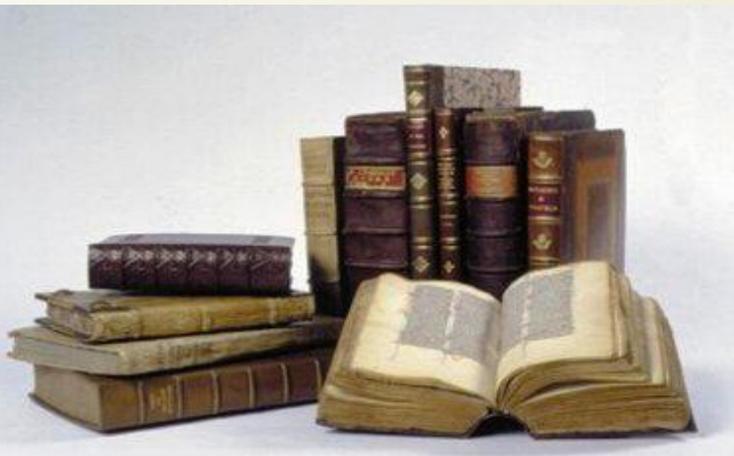
✓ Самая лучшая реклама – та, что играет с воображением потенциального клиента. Среди всех украшений речи первое место в рекламе играет атрибутизация. Так, посылка “Шампунь “Сахара” сделает из вашей головы цветущий сад”, смотрится намного скучнее чем “Наш новый шампунь “Сахара” над которым работали лучшие косметологи, и фармацевты мира сделает из вашей головы цветущий сад”.



Атрибутизация очень важна, для того чтобы максимально расширить характеристики продукта. Конечно, не стоит перебарщивать с атрибутизацией, ведь слишком большое количество информации плохо воспринимается и такая реклама попросту станет скучной.



Список литературы



·Василенок Л.М., Алешина Т.Н., Дмитриченко В.В., Дреничева В.И.

«Русский язык и культура речи»;

·Статьи С. Савинова;

·Статьи А. Е. Филимонова.

knowledge.allbest.ru/.../3c0a65625a3bd78b5c53a88421206c26_0.html