





Композиция рекламного текста



Общие принципы. Третий
уровень

Стратегия борьбы.

Интерииоризация и автоматы

- 1000 лет назад знания передавались в неизменном виде
- 300 лет назад каждому третьему поколению приходилось переучиваться
- 200 лет назад каждому новому
- Сегодня переучиваться приходится 3-4 раза за поколение. По О. Ортега-и-Гассету, мы – «искусственные животные», управляемые инстинктами информационного порядка, слишком сложными для понимания, но необходимыми для выживания
- В результате – массовый психоз



Стратегия борьбы.

Интерииоризация и автоматы

■ Механизмы генетического выживания вида:

- Интерииоризация – коллективный опыт априори (конформизм и спираль молчания) – фреймы и нарративы
- Подчинение группе или сильнейшему, что выясняется в процессе борьбы (тоталитаризм или стадность).
- Генетическое стремление к разрушению – в борьбе сокрыто удовольствие. Только на войне ценишь мир («Volvo» и э/ток). Иначе общество пребывает в пучине биологического отчаяния, так как нет доказательств безопасности



Стратегия борьбы.

Интерииоризация

- Информация, полученная от авторитета или в результате борьбы, на сегодня подвергается все меньшей критике, под час заменяет собственное мнение индивида и личную эмпирику.
- Культивация веры взамен анализу
- Как следствие, непоследовательность и быстрая смена убеждений, а значит, реклама должна длиться ВЕЧНО



Тактика борьбы. Интерииоризация

- Личная апелляция к знаковым фигурам
- Профессиональный эксперт
- Авторитетные идиомы (доказано, одобрено, протестировано, подтверждено и т.п.)
- Общественное признание (бренд, рейтинг, премия, хит-парад, но помнить о best)
- Униформа (в джинсе выглядишь менее компетентным)
- Цитаты, термины, апелляция по сходству
- Демонстрация атрибутов успеха и принадлежности к более высокому статусу (осторожно – канибализм!)



Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Врожденные программы подчинения и подражания (заражения и внушения) приводят к автоматическому реагированию
- Важную роль в появлении и развитии навыков автоматизации играет оценочная эвристика:
 - Эмоциональное подкрепление: нравится, значит согласен, ДА-ДА-ДА
 - Повторы: если часто и как правило, значит всегда
 - Обобщения и проекция (все и авторитет)



Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Теория доминант А. А. Ухтомского (ученика акад. И.П. Павлова):
 - Доминанта – состояние острой нужды (необходимости), очаг возбуждения
 - Со временем или удовлетворяются, или затихают, или становятся иде-фикс. Во втором случае – это стереотипы
 - В один момент времени может действовать только одна доминанта или один стереотип
 - Доминанта обладает свойством «стягивать на себя» всю остальную информацию и очаги возбуждения



Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Положительные и отрицательные стереотипы. Чего больше?
- Архетипы и теория Юнга
- Вечные стереотипы: мужчины - женщины, личность – толпа, свои - чужие, гений – посредственность, грех – заповедь, старость – молодость, безопасная тайна
- При реализации намека на вечный стереотип, каждый додумывает его самостоятельно в рамках своей модели мировоззрения («Dimonds forever»)



Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

■ Стереотипы тематически бывают:

- национальными (водка)
- этническими (гостеприимство)
- ролевыми (супер-мать и хорошая хозяйка)
- половыми и гендерными (бабе цветы, детям мороженое)
- статусными (возможность имею)
- возрастными (вот мы в их возрасте)
- потребительскими (реклама только врет, дорого - надежно)



Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы


- Способы коррекции стереотипов:
 - Естественное разрешение (сток) – антистрессовые игрушки, книга жалоб
 - Доведение действия до автоматизма (повтор) – ИМК, формирование традиций
 - Сшибка нервных процессов (запрет) – рассогласование, диссонанс
 - Вытеснение более сильным стереотипом (каннибализм) – обращение к бессознательному (страх, секс, боль, смерть)



Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Наиболее распространенные ошибки:
 - Опускаем тезу (тему) вообще, сразу переходим к доказательству (реме) – получается, что не с чем соглашаться
 - Находимся в оппозиции к стереотипу – не корректируем и не ломаем, а противоречим – работает только с меланхоликами (Стальная нержавейка, Элитная отечественная косметика, Супер-качество по супер-цене, Мы думаем о Вас, Мы сделаем ваш бизнес легче)





Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Противоречить стереотипу можно, если:
 - Потом согласимся, что чушь (т.е. доказательство от противного)
 - Приводим убийственные аргументы
- Слишком частые изменения (разрушается идентификационный комплекс, позиционирование относительно субституттов)
- Слишком большая доза одного и того же (от 5-6 до 21 эскпликации подряд)
- Продаем свои ассоциации, а не товар (каннская реклама к супермаркету не работает)