



**ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**



ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

ЯЗЫК ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Выполнила

Дарина Карачева

Группа 4СДОБ-01-11оп

Научный руководитель

Н.П. Павлова, к.филол.н., доцент



Цель исследования – выявление особенностей языка политической рекламы.

Эта цель обусловила задачи исследования:

1. Изучить язык политической рекламы;
2. Определить особенности политической рекламы;
3. Узнать о политической рекламе, её цели, задачах, особенностях.





Объектом исследования стали видеозаписи политической рекламы, плакаты, афиши, листовки, буклеты.

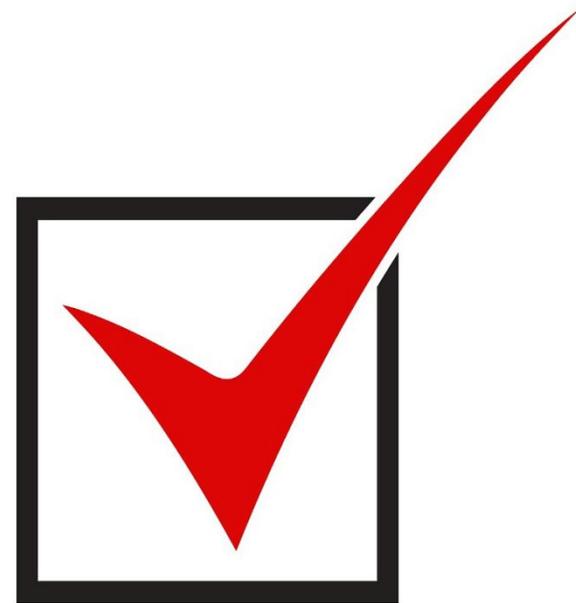
Предметом исследования политическая реклама.





Политическая реклама

- это форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральные группы в лаконичной, оригинальной, легко запоминающейся форме.





ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Цель политической рекламы заключается в том, чтобы побуждать людей участвовать в тех или иных политических процессах, включая делегирование различных полномочий, в том числе путем выборов.





Политическая реклама помогает решать конкретные задачи:

1. Увеличить число граждан, поддерживающих того или иного политика или политическую идею;
2. Обезопасить кандидата или партию от преднамеренных искажений их политических призывов и идей путем ознакомления широкой публики с оригинальными текстами;
3. Связать новые политические имена со старыми, хорошо знакомыми и пользующимися авторитетом;
4. Удержать от сокращения: число граждан, уже поддерживающих политика или политическую программу;
5. Повысить политическую культуру граждан путем расширения знаний в области политики.



ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

Особенности политической рекламы – четкая определенность предмета и задач, а также активный, иногда агрессивный характер воздействия в процессе коммуникации.





Имидж кандидата

Одно из центральных понятий политической рекламы – образ, или имидж кандидата. Его характерные признаки: упрощенность по сравнению с прообразом; демонстрация специфичности и уникальности рекламируемого объекта; конкретность, подвижность, трансформируемость; частичное, идеализированное соответствие рекламируемому объекту.





Основные функции имиджа:

- номинативная;
- эстетическая;
- адресная.





ЯЗЫК ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

- Использование игры образов и слов;
- Использование идиом и искажения слов;
- Необычное использование знаков препинания и прочее.
- Использование разговорных выражений и сленга.
- Язык регулируется рядом общественных установок.
- Частое использование местоимений.
- Важна краткость и выразительность текста.



ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Использование разговорных выражений и сленга.





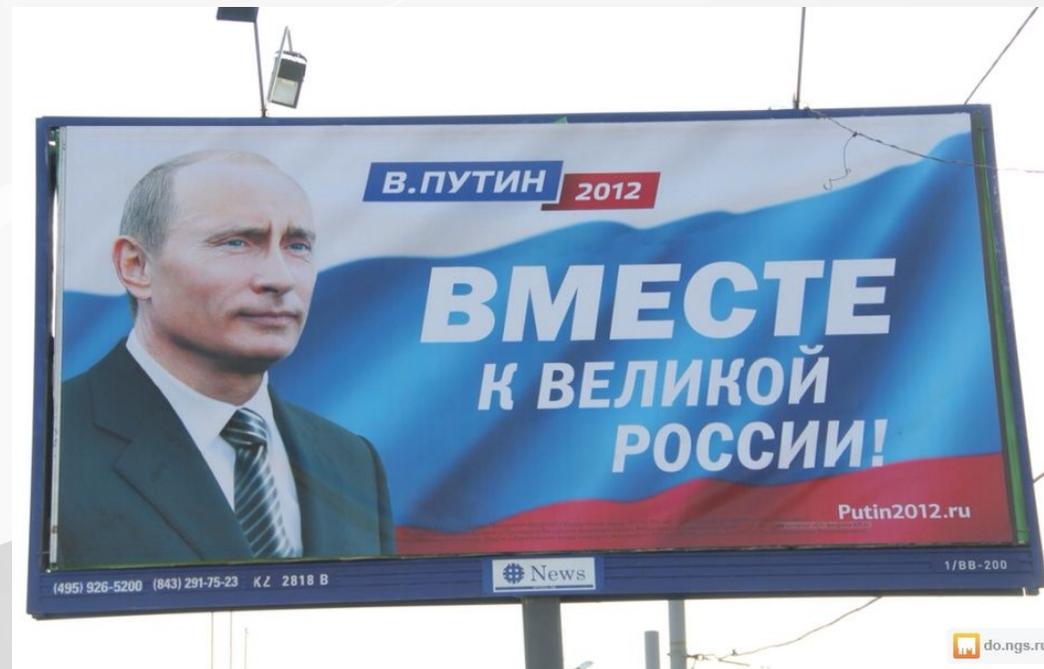
Частое использование местоимений.





Специалисты по плакату и политическому маркетингу предъявляют к **плакату** следующие требования:

1. Плакат должен поражать.
2. Плакат должен быть тщательно выстроен композиционно.
3. Плакат должен быть динамичным.
4. Плакат должен быть быстро читаемым.
5. Шрифт плаката должен быть достаточно четким и крупным.
6. Плакат должен быть общедоступен и понятен.





Воздействие на уровне лексики:

Использование:

- номинализаций
- неопределенных или неспецифических глаголов
- двусмысленных фраз
- ОМОНИМОВ
- методики моделирования качественной выраженности
помощью сравнительных степеней прилагательных:
- предложений различных вариантов выбора
- противопоставлений
- СЛОВ-СИМВОЛОВ, СЛОВ-СТЕРЕОТИПОВ
- однозначных, аналогово-определенных слов и выражений



Политическая афиша играет такую же роль, как и плакат, но имеет меньший размер и может содержать больше текста.

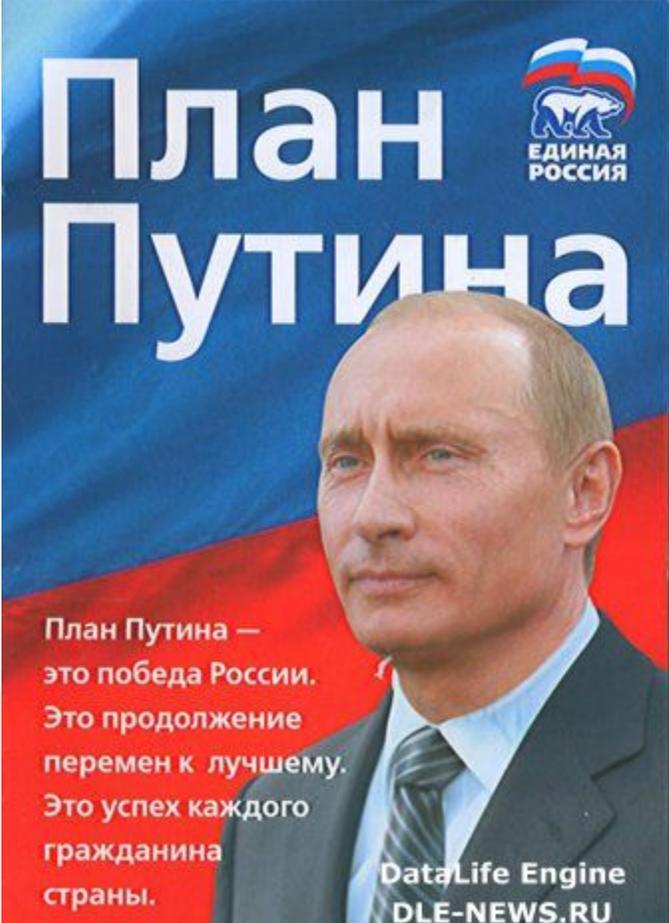
Хочешь чтобы тебя Услышали!



Приходи на митинг
ЛДПР!!!

**1 мая в 13:00 парк «30 лет победы»,
музей воинской слава, площадка боевой
техники (затон)**

по всем организационным вопросам обращайтесь по тел. 8-(861) 259-93-72



**План
Путина**

ЕДИНАЯ
РОССИЯ

План Путина —
это победа России.
Это продолжение
перемен к лучшему.
Это успех каждого
гражданина
страны.

DataLife Engine
DLE-NEWS.RU



Рекламным текстам присущи : императивность, смысловая и информативная насыщенность, демонстративность.

Политическая листовка – наиболее подходящий жанр для эффективного оперативного информирования аудитории о происходящих событиях (митинге, акции), призыва к конкретным действиям или донесения до избирателей основных положений программ партий и кандидатов.





ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, представления о политическом мире в значительной мере формируются под влиянием политической рекламы. И в действительности, политическая реклама сегодня для определённой аудитории создаёт основу знаний о политике, поскольку для аудитории иногда политическую реальность составляет не само политическое событие, а его интерпретация.





ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

