|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основные способы и приемы воздействия на адресата в социальной рекламе:**  1. Короткое рекламное обращение. Содержит прямое обращение к адресату. (Пешеход, помни о своих правах! ).  2. Жанр зарисовка – представление ситуации, некоего положения дел с помощью визуальных средств (иллюстрации, видеоряда).  3. Тезис, содержащий в себе основную идею рекламного сообщения или указание на главную идею. (Наше поколение – против курения. 300000 человек в России ежегодно умирает от табакокурения. Хочешь стать одним из них?)  4. В социальной рекламе одни факты замалчиваются в угоду другим.  (90% рожденных детей с психическими и физическими отклонениями – это дети пьющих родителей). |  |  | |  | | --- | | 5. Убеждение, основанное на аргументации.  6. Создание прогнозов. (Если в наших семьях и в семьях наших детей и внуков будет по одному ребенку, то уже через сто лет численность населения России упадет в два раза, еще через двести лет русское население исчезнет с лица земли).  7. Умолчание – намеренный обрыв высказывания в расчете на то, что адресат догадается, о чем идет речь. (Скоро бу… (на черном фоне белым цветом фраза и значок перечеркнутого мобильного телефона, внизу: не разговаривайте по мобильному телефону за рулем)) | | |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  | Microsoft  [Адрес]  [Область, город, почтовый индекс] | | |  | **Социальная реклама** | МОУ СОШ №27  г Комсомольск-на-Амуре  2013год |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Социальнаяреклама **Социальная реклама** — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.    **Дети мечтают о родителях!** |  |  | **Общие требования**  **к рекламе:**  1. Социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей.  2. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц или угрожающим их безопасности.  3. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.  4. Реклама должна быть добросовестной и достоверной.  5. В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. |  |  | **Основные темы социальной рекламы:**  • Здоровый образ жизни;  • Безопасность дорожного движения;  • Болезни и отношение к больным людям;  • Охрана окружающей среды;  • Гражданские права и обязанности, воспитание патриотизма;  • Семейные ценности и проблемы детства;  • Культурные и нравственные ценности.  Наркотики и мечты не совместимы_365.jpg |