

Рекомендации по созданию баннерной социальной рекламы, посвященной актуальным проблемам современной школы

1. Социальная реклама – это реклама, которая пропагандирует нравственные ценности или социально одобряемые модели поведения (здоровый образ жизни, уважение к старшим, соблюдение чистоты и порядка, экологическая культура и т.д.).

2. Баннерная социальная реклама – это плакаты и баннеры, представляющие собой поликодовые тексты, в которых вербальный/ словесный компонент сочетается с рисунком или фотографией.

3. При создании баннерной социальной рекламы необходимо помнить, что её словесный компонент должен быть связан с изображением единой темой.

4. Словесный компонент социальной рекламы очень важен! Чтобы сильнее воздействовать на адресата, можно воспользоваться следующими его разновидностями:

- словесный компонент, опирающийся на многозначность или на переносное значение слова;
- словесный компонент, представляющий собой призыв к какому-либо действию либо запрет на его осуществление;
- словесный компонент-вопрос;
- словесный компонент, который содержит фразеологические обороты, устойчивые сочетания слов, устоявшиеся речевые штампы, пословицы и поговорки;
- словесный компонент, в структуре которого присутствуют отсылки к авторитетным личностям, цитаты;
- словесный компонент - игра слов.

5. При создании социальной рекламы необходимо дополнить словесный компонент яркой, образной фотографией или рисунком, которые смогут вызвать у адресата те или иные эмоции.

6. Социальная реклама, функционирующая в сфере учебного общения, может быть посвящена актуальным проблемам современной школы:

- борьба с курением, в том числе курительных смесей;
- повышение уровня читательской культуры;
- выход из интернет-зависимости;
- повышение культуры общения с учащимися, педагогами и родителями;
- польза физической активности и здорового образа жизни.

7. При создании школьной социальной рекламы следует учитывать факторы места и времени общения: нельзя допускать речевой фамильярности, оскорблять или обижать участников образовательных отношений, допускать какие-либо ошибки при оформлении словесного компонента, использовать разговорную или просторечную лексику.

8. Перед созданием текста школьной социальной рекламы советуем изучить созданные нами образцы.

Образцы социальной рекламы



Удачи на пути самовыражения!