Слово в защиту слогана

С детства мы вступаем в мир XXI века с уже обосновавшимися в нем приметами. Эти приметы всем известны: сотовые телефоны, сматрфоны, беспилотники, роботы, скутеры, многочисленные и разнообразные рекламы. Содержание рекламы сопровождают и дополняют слоганы. Что такое слоган? Какое значение он имеет в жизни человека? Эффективен ли он? Имеет ли право называться жанром? Как используется в настоящем времени?

Тема моего проекта: «Слоган».

**Актуальность** моей работы заключается в том, чтобы обратиться к специальным источникам, которые раскроют секреты гуманитарного направления и дадут ответы на вопросы, интересующие будущих студентов.

Цель работы: познакомиться с понятием «слоган», узнать влияние его на общество, востребованность в современной жизни, создать слоган для рекламы экологической направленности, предложить предприятиям, заключить с ними договоры.

Задачи:

1. исследовать рекламный слоган;
2. составить свои слоганы на экологическую тему;
3. предложить организациям (нашего поселка) выбор слогана для рекламы;
4. заключить договор (договоры) о принятии слогана на бесплатной основе;
5. создать виртуальные макеты рекламы с включением слогана.

**Объект** исследования: слоган в рекламе.

**Предмет исследования:** слоган как краткий призыв к действию или следованию правилам общества.

**Гипотеза:** осуществляя поставленные цели и задачи, можно доказать, что слоган востребован, несет в себе полезную информацию и является малым жанром литературы.

**Новизна:** практическая направленность слогана в условиях нравственного пополнения знаний человека XXI века.

**Продукт проекта:** реклама с введением слогана.

**Методы исследования:** описательный метод исследования, метод переговоров и подписания договоров, метод отражения данных в таблице.

* Слоганы можно разделить на четыре группы:
* 1.Слоган фирмы-производителя
* 2.Товарный слоган, связанный с предложением определенного товара.
* 3.Слоган услуг, не связанный с торговой маркой, принадлежащей продукту.
* 4. Слоган рекламной акции или кампании.
* ОСОБЕННОСТИ СЛОГАНОВ
* Точность – это имидж фирмы.
* Краткость, при этом фонетический и ритмический повтор.
* Глаголы повелительного наклонения.
* Учет особенностей аудитории и индивидуальных черт характера того, к кому обращен слоган.
* «Изюминка» - необычность, касающаяся глубины сердца, чувств, настроения.
* Эмоциональная окраска, ассоциации с приятными воспоминаниями или знаниями.
* В слогане должны быть: информационность, убеждение, прельщение
* **Требования к слогану**
* **1. Лаконизм, доведенный до привлекательного афоризма.**
* **2. Запоминаемость.**
* **3. Оригинальность.**
* **4. Легкость.**
* **5. Слоган должен содержать 5 - 10 слов – не более.**
* **6. Отсутствие труднопроизносимых слов.**
* **7. Присутствие слова «первый» в некоторых случаях.**
* **8. Отсутствие следов плагиата и банальности.**
* **9. Приветствуется неожиданность формы и содержания.**
* **10. Эффект скрытого диалога как обратной связи с адресатом должен быть намечен**
* **ИССЛЕДОВАНИЕ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * Слоган | Крат  кость | Гл-ы пов накл. | Нега  Тив  ность | Кол-во слов | Лег  кость | Отсут-ие трудных слов | У  беж  ден  ность |
| Идеальная техника для реальной жизни | + | - | - | 5 | + | + | + |
| Я жизнь  (о меди  каментах) | + | - | - | 2 | + | + | - |
| Предельно низкие цены | + | - | - | 3 | + | + | - |
| Тренажер осанки - универсальная модель! Звоните! | + | + | - | 5 | + | - | + |
| Швабра-выручайка (окномой в подарок). Делай заказ сегодня | + | + | - | 8 | - | + | + |
| Мы научим мир копировать | + | - | - | 4 | + | + | - |
| Райское наслаждение (шоколад) | + | - | - | 2 | + | + | + |
| 7 слоганов | 7 | 2 | 0 | До-  пусти  мо | 6 | 6 | 4 |

* Далее по презентации…