

ФИЛОЛОГИЯ

М.Э. Рябова, А.А. Эльясов

(Московский городской педагогический университет, г. Москва, Россия; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Россия)

Специфика социальной рекламы в интернет-пространстве в контексте идеологического позиционирования

Рассматривается специфика социальной рекламы в Интернет-пространстве. Социальная реклама воздействует на аудиторию с целью изменения поведения, привлечения внимания к социально значимым проблемам и формирования общественного мнения. Специфика социальной рекламы в онлайн формате заключается в ее способности передавать идеологические позиции, а также в возможности эффективно донести сообщение до аудитории. Описано влияние идеологических факторов на содержание и форму социальной рекламы в Интернет-пространстве. Выявлено, что социальная реклама активно использует идеологические принципы, чтобы привлечь внимание и убедить зрителей в необходимости социальных изменений. Сделаны выводы о том, что идеологическое позиционирование является важным фактором для привлечения целевой аудитории и достижения поставленных целей в социальной рекламе в Интернете.

Ключевые слова: Интернет-пространство, социальная реклама, эффективность рекламы, идеологическое позиционирование, целевая аудитория.

29 июня 2023 г.
