



# Композиция рекламного текста



Общие принципы. Третий  
уровень

# Стратегия борьбы.

## Интерииоризация и автоматы

- 1000 лет назад знания передавались в неизменном виде
- 300 лет назад каждому третьему поколению приходилось переучиваться
- 200 лет назад каждому новому
- Сегодня переучиваться приходится 3-4 раза за поколение. По О. Ортега-и-Гассету, мы – «искусственные животные», управляемые инстинктами информационного порядка, слишком сложными для понимания, но необходимыми для выживания
- В результате – массовый психоз



# Стратегия борьбы.

## Интерииоризация и автоматы

### ■ Механизмы генетического выживания вида:

- Интерииоризация – коллективный опыт априори (конформизм и спираль молчания) – фреймы и нарративы
- Подчинение группе или сильнейшему, что выясняется в процессе борьбы (тоталитаризм или стадность).
- Генетическое стремление к разрушению – в борьбе сокрыто удовольствие. Только на войне ценишь мир («Volvo» и э/ток). Иначе общество пребывает в пучине биологического отчаяния, так как нет доказательств безопасности



# Стратегия борьбы.

## Интерииоризация

- Информация, полученная от авторитета или в результате борьбы, на сегодня подвергается все меньшей критике, под час заменяет собственное мнение индивида и личную эмпирику.
- Культивация веры взамен анализу
- Как следствие, непоследовательность и быстрая смена убеждений, а значит, реклама должна длиться ВЕЧНО



# Тактика борьбы. Интерииоризация

- Личная апелляция к знаковым фигурам
- Профессиональный эксперт
- Авторитетные идиомы (доказано, одобрено, протестировано, подтверждено и т.п.)
- Общественное признание (бренд, рейтинг, премия, хит-парад, но помнить о best)
- Униформа (в джинсе выглядишь менее компетентным)
- Цитаты, термины, апелляция по сходству
- Демонстрация атрибутов успеха и принадлежности к более высокому статусу (осторожно – канибализм!)



# Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Врожденные программы подчинения и подражания (заражения и внушения) приводят к автоматическому реагированию
- Важную роль в появлении и развитии навыков автоматизации играет оценочная эвристика:
  - Эмоциональное подкрепление: нравится, значит согласен, ДА-ДА-ДА
  - Повторы: если часто и как правило, значит всегда
  - Обобщения и проекция (все и авторитет)



# Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Теория доминант А. А. Ухтомского (ученика акад. И.П. Павлова):
  - Доминанта – состояние острой нужды (необходимости), очаг возбуждения
  - Со временем или удовлетворяются, или затихают, или становятся идефикс. Во втором случае – это стереотипы
  - В один момент времени может действовать только одна доминанта или один стереотип
  - Доминанта обладает свойством «стягивать на себя» всю остальную информацию и очаги возбуждения



# Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Положительные и отрицательные стереотипы. Чего больше?
- Архетипы и теория Юнга
- Вечные стереотипы: мужчины - женщины, личность – толпа, свои - чужие, гений – посредственность, грех – заповедь, старость – молодость, безопасная тайна
- При реализации намека на вечный стереотип, каждый додумывает его самостоятельно в рамках своей модели мировоззрения («Dimonds forever»)





# Стратегия борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

## ■ Стереотипы тематически бывают:

- национальными (водка)
- этническими (гостеприимство)
- ролевыми (супер-мать и хорошая хозяйка)
- половыми и гендерными (бабе цветы, детям мороженое)
- статусными (возможность имею)
- возрастными (вот мы в их возрасте)
- потребительскими (реклама только врет, дорого - надежно)



# Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Способы коррекции стереотипов:
  - Естественное разрешение (сток) – антистрессовые игрушки, книга жалоб
  - Доведение действия до автоматизма (повтор) – ИМК, формирование традиций
  - Сшибка нервных процессов (запрет) – рассогласование, диссонанс
  - Вытеснение более сильным стереотипом (каннибализм) – обращение к бессознательному (страх, секс, боль, смерть)



# Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Наиболее распространенные ошибки:
  - Опускаем тезу (тему) вообще, сразу переходим к доказательству (реме) – получается, что не с чем соглашаться
  - Находимся в оппозиции к стереотипу – не корректируем и не ломаем, а противоречим – работает только с меланхоликами (Стальная нержавейка, Элитная отечественная косметика, Супер-качество по супер-цене, Мы думаем о Вас, Мы сделаем ваш бизнес легче)



# Тактика борьбы. Поведенческие и психологические автоматизмы

- Противоречить стереотипу можно, если:
  - Потом согласимся, что чушь (т.е. доказательство от противного)
  - Приводим убийственные аргументы
- Слишком частые изменения (разрушается идентификационный комплекс, позиционирование относительно субститутов)
- Слишком большая доза одного и того же (от 5-6 до 21 эскпликации подряд)
- Продаем свои ассоциации, а не товар (каннская реклама к супермаркету не работает)

