



Фестиваль науки

Институт иностранных языков

11.10

Научно-популярная лекция
«Визуализация системы
ценностей в социальной
рекламе в России
и Франции»

Статьи по теме в фонде библиотеки МГПУ

1. Аброськина, Мария Викторовна.

Социальная реклама как инструмент формирования общественного мнения / М. В. Аброськина ; науч. рук. Л. Г. Лигай // Актуальные проблемы личности, образования и общества в контексте социально-гуманитарных наук : тез. II Междунар. студен. науч.-практ. конф., 21 февр. 2019 г. / ГАОУ ВО МГПУ ИПССО ; [сост. : Л. Ю. Овчаренко (Еремина), Э. Н. Рычихина]. - Москва, 2019. - С. 367-370.

2. Аброськина, Мария Викторовна.

Специфика эффективности социальной рекламы как механизма регуляции социального поведения / М. В. Аброськина ; науч. рук. С. М. Сакович // Актуальные проблемы теории и практики психологии и социологии : тез. IV Всерос. студен. науч.-практ. конф., провед. 6 дек. 2018 г. в ГАОУ ВО МГПУ ИПССО / [сост. : Л. Ю. Овчаренко (Еремина), Э. Н. Рычихина]. - Москва, 2018. - С. 133-137.

3. Бруданина, Полина Андреевна.

Пропаганда семейных ценностей в социальной рекламе / П. А. Бруданина ; науч. рук. А. В. Ткаченко // Актуальные проблемы теории и практики психологии и социологии : [тез. II Всерос. студен. науч.-практ. конф., 6 дек. 2016 г.] / [сост. Е. Н. Фанина]. - М., 2017. - С. 123-125.

4. Воробьева, Елена Юрьевна.

Цветовая номинация как способ манипуляции / Е. Ю. Воробьева // Маркетинговая лингвистика в цифровую эпоху : сб. науч. ст. / Департамент образования и науки г. Москвы, Гос. автоном. образоват. учреждение высш. образования г. Москвы "Моск. гор. пед. ун-т", Ин-т иностр. яз. ; науч. ред. : Е. В. Бирюкова, Л. Б. Попова ; техн. ред. : И. В. Макарова, А. В. Шатилова. - Москва, 2021. - С. 87-90.

Статьи по теме в фонде библиотеки МГПУ



5. Гасымова, Гульнара Мансуровна.

Роль ценностной диады МИР-ВОЙНА в языковой картине мира представителей французского общества: традиции и современность / Г. М. Гасымова, Н. Ю. Нелюбова, Т. Е. Финская // Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия "Теория языка. Семиотика. Семантика". - 2022. - Т. 13, № 1. - С. 156-173. - [ксерокопия].

6. Герасимова, Светлана Анатольевна.

Национальная идентичность как отражение положительного имиджа Франции / С. А. Герасимова, В. В. Князева // Языковой дискурс в социальной практике : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., 7-8 апр. 2017 г. / [ред. кол. : Н. А. Комина(отв. ред.) и др.; М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Твер. гос. ун-т". - Тверь, 2017. - С. 61-64.

7. Илюшина, Ксения Валерьевна.

Социальная реклама и ее роль в формировании нравственных норм и стереотипов / К. В. Илюшина ; науч. рук. В. М. Ананишнев // Актуальные проблемы теории и практики психологии и социологии : тез. IV Всерос. студен. науч.-практ. конф., провед. 6 дек. 2018 г. в ГАОУ ВО МГПУ ИПССО / [сост. : Л. Ю. Овчаренко (Еремина), Э. Н. Рычихина]. - Москва, 2018. - С. 26-29.

8. Казаченко, Оксана Васильевна (ORCID 0000-0001-9208-6785).

Репрезентация ценностей в социальной рекламе / О. В. Казаченко // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. - 2024. - Т. 16, вып. 1. - С. 37-49. - [ксерокопия]. - DOI 10.17072/2073-6681-2024-1-37-49.

9. Кремнева, Татьяна Леонидовна.

Влияние социальной рекламы на профилактику девиантного поведения несовершеннолетних / Т. Л. Кремнева // Проблемы общей и педагогической психологии : коллектив. моногр. / рец. : И. В. Дубровина, Ю. М. Забродин : среди авт. : Е. С. Романова, Л. В. Макшанцева, Б. И. Рыжов, Ю. Л. Арзуматов, Л. И. Бершедова, А. В. Иванов, В. И. Казаренков, Б. М. Коган, А. З. Дроздов, Т. Л. Кремнева, Р. С. Немов, Э. Н. Рычихина [и др.] . - М., 2019. - Разд. 9. - С. 148-156.

Статьи по теме из Elibrary

1. Автаева, Н. О. Семейные ценности в рекламном дискурсе телевидения и Интернета / Н. О. Автаева // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2022. – № 4. – С. 64-72. – EDN AOAUXU. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49900683>
2. Анисимов, В. Е. Визуализация прецедентных ситуаций в рекламном плакате (на примере рекламной кампании “Uber” во Франции) / В. Е. Анисимов, Е. Д. Анисимова, Н. С. Небышева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – Т. 17, № 2. – С. 541-550. – DOI 10.30853/phil20240078. – EDN GKUXAL. <https://elibrary.ru/item.asp?id=61773571>
3. Богомолова, Е. В. Визуальные медиапродукты в Instagram и социальная проблематика: особенности взаимодействия / Е. В. Богомолова // Медиа среда. – 2021. – № 2. – С. 25-30. – DOI 10.47475/2070-0717-2021-10204. – EDN CCEVHY. <https://elibrary.ru/item.asp?id=47254540>
4. Быкова, О. А. Репрезентация здоровья как ценности во французской социальной рекламе / О. А. Быкова, Е. Ю. Дедюрина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 8(876). – С. 9-15. – DOI 10.52070/2542-2197_2023_8_876_9. – EDN BQGBXT. <https://elibrary.ru/item.asp?id=54619669>
5. Глазова, Е. А. Французская реклама в контексте культурного разнообразия / Е. А. Глазова // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – № 4. – С. 59-67. – EDN DVUHW. <https://elibrary.ru/item.asp?id=47946599>

Статьи по теме в elibrary.ru

6. Дедюрина, Е. Ю. Социальная реклама в контексте европейского социума (на материале современной немецкоязычной прессы и франкоязычных рекламных плакатов) / Е. Ю. Дедюрина, Е. А. Северина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2022. – № 3(858). – С. 38-45. – DOI 10.52070/2542-2197_2022_3_858_38. – EDN UCPGVX. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49383284>
7. Куценко, М. В. Исторические предпосылки и перспективы социального плаката как инструмента формирования патриотизма и национальной идентичности / М. В. Куценко // Обзор.НЦПТИ. – 2023. – № 1(32). – С. 43-76. – EDN UMEZTR. <https://elibrary.ru/item.asp?id=53728460>
8. Максимова, М. Ю. Влияние визуальной рекламы на здоровье молодежи: социальные факторы и последствия / М. Ю. Максимова // Вестник государственного университета Дубна. Серия: Науки о человеке и обществе. – 2023. – № 4. – С. 12-20. – EDN GKHYOG. <https://elibrary.ru/item.asp?id=65418301>
9. Носкова, И. В. Социальный хакатон как вид социальной рекламы в деятельности благотворительного фонда культуры семьи и детства / И. В. Носкова // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 35. – С. 1255-1266. – EDN NMXNUL. <https://elibrary.ru/item.asp?id=46324853>
10. Приорова, И. В. Расширение зоны социальной рекламы в российских СМИ / И. В. Приорова // Либерально-демократические ценности. – 2023. – Т. 7, № 2. – С. 32-37. – EDN GVAHJZ. <https://elibrary.ru/item.asp?id=54126440>

Статьи по теме в elibrary.ru

11. Радько, И. В. Роль и возможности социальной рекламы в продвижении современных семейных ценностей и приоритетов / И. В. Радько // Экономика устойчивого развития. – 2024. – № 1(57). – С. 129-133. – EDN AQYQIC. <https://elibrary.ru/item.asp?id=65620117>
12. Федоненков, Д. Ю. Некоммерческая реклама на российском телевидении: дифференциация, проблематика, тренды / Д. Ю. Федоненков // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2023. – № 3(78). – С. 248-255. – DOI 10.26456/vtfilol/2023.3.248. – EDN SOFZXU. <https://elibrary.ru/item.asp?id=54694176>
13. Фомин, А. Г. Объективация общечеловеческих ценностей русской культуры (на материале социальной рекламы) / А. Г. Фомин, Н. С. Якимова // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2022. – № 7. – С. 604-609. – EDN HNDRUH. <https://elibrary.ru/item.asp?id=49971488>



Фестиваль науки

Институт иностранных языков

12.10

Научно-популярная лекция «Визуализация системы ценностей в социальной рекламе в России и Франции»

Презентация подготовлена зав. отделением
обслуживания ФБ в ИИЯ Гургенашвили И.В.

Использовано фото:
https://ru.freepik.com/free-photo/female-environmentalist-with-empty-whiteboard_12373814