

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

И.С. Шкроба, А.А. Лосюк, 1 курс

*Научный руководитель – М.Л. Шульга, старший преподаватель
Полесский государственный университет*

Не секрет, что в наши дни ещё многие относятся к рекламе, как к назойливой мухе, от которой хочется всё время отмахиваться. Люди стараются не замечать ярких, сопровождаемых текстом, иллюстраций в журналах, игнорируют объявления на страницах газет. Тем не менее, реклама настолько плотно вошла в нашу жизнь, что представить себе современный мир без неё невозможно [1, с.3].

Так что же такое реклама? Если попытаться задать этот вопрос людям, то ответы будут весьма вариабельны. Реклама - сложный, динамично развивающийся механизм, сопровождающий прак-

тически любую сферу деятельности современного общества. Поэтому и само понятие рекламы не может быть однозначным изначально [1, с.4].

Первые упоминания о рекламе относятся к периоду возникновения общественного разделения труда и производства на обмен [1, с.5]. Самым ранним рекламным документом является некий папирус, информировавший египтян о продаже раба. В Древнем Риме была принята практика возведения специальных стен, которые именовались альбумусами. На них углём торговцы могли писать рекламные обращения. Коммерсанты понимали, что одних вывесок как средства информации о товарах недостаточно, поэтому изобретение книгопечатания почти сразу было взято ими на вооружение. Первая напечатанная реклама появилась в Англии в 1478 году, что поспособствовало целенаправленному и регулярному информированию населения о предлагаемых товарах с целью увеличения их продаж [2].

Мы часто видим рекламу продукции определённой марки. Это могут быть машины, одежда, обувь. Однако, кроме известных названий марок, существуют и другие рекламируемые объекты. Не многие знают такое понятие, как «коллективная реклама». Это реклама, которую заказывают представители определённой профессии, группа производителей и т.п.

Существует и ещё один вид рекламы – реклама, продвигающая предприятие или организацию, с которыми связан этот товар, для того чтобы сделать их более известными, проинформировать потребителя об их, целях, преимуществах их продукции и т.д. Эта реклама имеет название корпоративной. Она преследует как коммерческие цели, так и некоммерческие [3, с.12].

Для кого же делается реклама? Рекламодатели обращаются не только к широкой публике, потребителям товаров и услуг массового спроса. Они стремятся донести своё обращение и до производителей, до различных групп потенциальных клиентов, использующих те или иные специализированные товары и услуги. Как же мы рекламируем товар? Рекламное обращение может быть рациональным и эмоциональным. Рациональная реклама информирует, воздействует на разум. В такой рекламе используются тексты, а для усиления воздействия – изображение внешнего вида продукции. Что касается эмоциональной рекламы, то она намекает и подсказывает, обращаясь к чувствам, эмоциям. То есть, основным средством воздействия здесь является изображение и, в меньшей степени, звук.

Также реклама подразделяется на «жесткую» и «мягкую». Отличительной чертой «жесткой» рекламы является то, что она преследует краткосрочные цели: заставить потребителя немедленно совершить покупку при помощи настойчивых, однообразных обращений. «Мягкая» реклама стремится дать представление о товаре или торговой марке и создать благоприятное представление о них. Перед ней стоят среднесрочные цели: перемена отношения к торговой марке благодаря ассоциациям, которые создаёт рекламное обращение, влечёт за собой согласие на покупку, а затем и саму покупку [3, с.12-13].

Как же все эти объявления воспринимаются нами? Мы улавливаем лишь то, что нам нравится или чего мы боимся. То есть, другими словами, важную роль в этом играют ощущение риска и чувство личного вовлечения [3, с.14].

Одним из видов рекламы является «наружная реклама». Под этим термином подразумевается реклама, которая размещена вне помещений – на улице, под открытым небом. Это электронные табло, панно, рекламные щиты, мультитеlevisionные установки, маркизы, штендеры, перетяжки и т.п. [4].

Другой вид рекламы – сувениры и подарки, содержащих рекламный подтекст: календари, ручки, линейки и прочие предметы [1, с.138].

Третий вид – реклама в местах продажи. Реклама в местах продажи производится путём оформления оконных витрин и созданием экспозиций внутри магазина [1, с.146].

И последний вид рекламы – упаковка как средство рекламы. Она должна фиксировать внимание покупателя на продукте, который она содержит [1, с.148].

С целью изучения роли рекламы в жизни людей проводилось анкетирование среди студентов 1 курса, групп 18ЛМК-1 и 18ФиК-2, Полесского государственного университета, возраст участников опроса: 17-19 лет, численность выборки – 35 человек.

В результате опроса были получены следующие данные: большая часть участников опроса относится к рекламе нейтрально (27 человек, 77,1%); частично доверяет ей (31 человек, 88,6%); совершает покупки исходя из своих потребностей (16 человек, 45,7%), а так же скидок и акций (22 человека, 62,8%).

Источником рекламы является интернет (19 человек, 54,3%) и близкие люди (16 человек, 45,7%). Аудитория разделилась на тех, кому объявления помогают при покупке товаров и на тех, кому нет.

Самыми распространёнными средствами «наружной» рекламы студенты считают интернет, телевидение и рекламные щиты.

Правдивость, понятность и краткость – это важнейшие свойства рекламы по мнению участников опроса. Они так же считают, что использование рекламы приведёт к расширению кругозора потребителей, а так же станет дополнительным источником дохода для государства.

Список использованных источников

1. Сидоров, С.А. Психология дизайна и рекламы / С.А. Сидоров – Минск: Современ.шк., 2009. – 256 с.
2. История возникновения рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zsj.ru/istoriya-vozniknoveniya-reklamyi.html> – Дата доступа: 10.03.2019.
3. Дейан, А. Реклама / Пер. с франц. под ред. С.Г. Божук – СПб.: Издательский Дом «Нева»; 2004. – 128 с.
4. Наружная реклама, ее особенности, виды и способы изготовления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/naruzhnaya-reklama.html> - Дата доступа: 10.03.2019.