



ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА СОЗНАНИЕ ЛЮДЕЙ

Выполнил ученик ГБОУ Школы «1210»
Артамонов Александр 9а

Введение

Реклама должна объяснить нам, без каких излишеств мы не можем прожить.

Э.Маккензи

В 21 веке все люди привыкли к комфорту и удобству. Всегда стремятся к лучшим условиям для проживания. Что же является тем самым источником информации для всех покупателей и потребителей товаров и услуг? Конечно же, в первую очередь реклама!

Введение

Целью работы является выявление особенностей людей реагировать на рекламу.

Задачи:

- 1) Познакомиться и изучить литературные источники по данной теме;
- 2) Определить воздействие рекламы на потребителя;
- 3) Провести анкетирование среди учеников ГБОУ Школы «1210» 9 классов для выявления отношения людей к рекламе;
- 4) Проанализировать результаты исследования и сделать выводы.

Понятие рекламы

В словаре Ожегова «реклама – это оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей».



История возникновения и развития рекламы

Уже древние торговцы пытались привлечь внимание своих покупателей посредством словесных обращений. Продавцы кричали и громко повторяли места продажи своих товаров. В Древней Греции и Древнем Риме преобладали устные варианты рекламных текстов, так как грамотность еще не была сильно развита.

XIX – XX века прошли под знаком технического прогресса. Новые изобретения человечества, например, фотография, кинематограф, радио изменили привычные формы рекламы, сделали ее более разнообразной, массовой и доступной в одно время большому количеству людей.



Виды рекламы

Прямая реклама – личностная реклама; информация рекламного характера, которая передается в прямом контакте, адресованная персонально. (Реклама по телефону, реклама «в каждую дверь»);

Непрямая реклама – массовая или групповая реклама; распространение информации рекламного характера среди целевой аудитории, без непосредственного контакта с любым ее представителем.



Способы воздействия рекламы на человека

Цвет в дизайне рекламы
Психология формы
Нестандартная реклама



Понижение степени уровня влияния рекламы на учащихся ГБОУ Школы «1210»

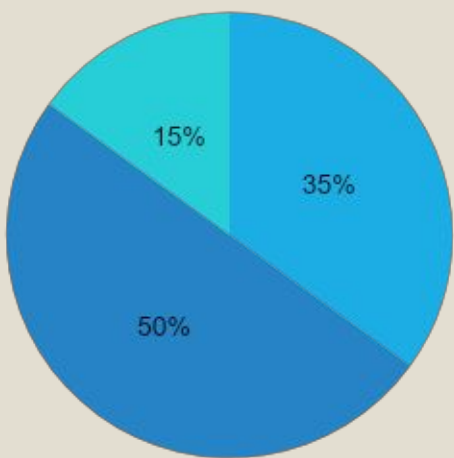
Анкета

- 1) Влияет ли реклама на человека, как на личность?
 - a) да;
 - b) нет;
 - c) затрудняюсь в ответе.
- 2) К каким последствиям может привести дальнейшее развитие рекламы?
 - a) улучшится состояние экономики;
 - b) станет новым дополнительным источником дохода для государства;
 - c) развитие культуры уйдет на задний план;
 - d) приведет к деградации людей;
 - e) другой вариант;
 - f) затрудняюсь ответить.
- 3) Где чаще попадаете Вам рекламные объявления?
 - a) социальные сети;
 - b) радио;
 - c) в помещениях (различные магазины);
 - d) интернет.
- 4) Как Вы думаете, существует ли негативное влияние рекламы на людей?
 - a) да;
 - b) нет;
 - c) затрудняюсь с ответом.

Результаты анкетирования

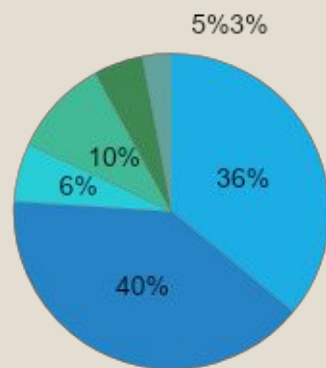
Влияние рекламы на человека, как на личность

■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь в ответе



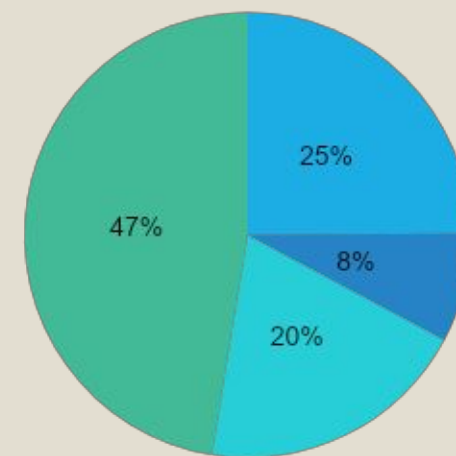
Последствия развития рекламы

■ Экономика выше
■ Доп. источник дохода государства
■ Культура не развивается
■ Деградация людей
■ Другой вариант
■ Затрудняюсь ответить



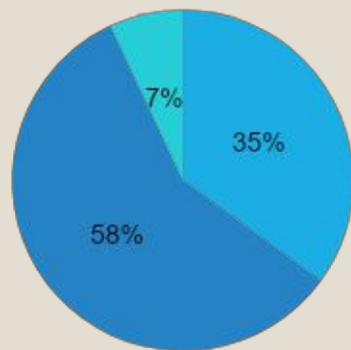
Место встречи с рекламой

■ Соц. Сети ■ Радио ■ В магазинах ■ Интернет



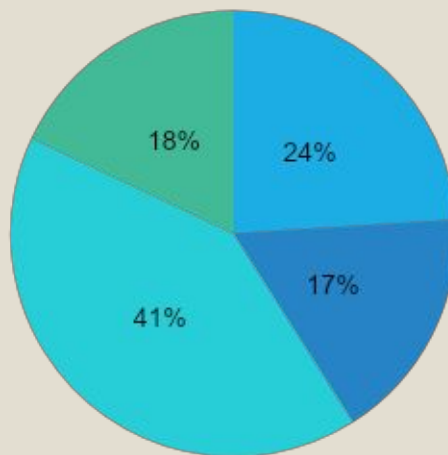
Негативное влияние рекламы

Да Нет Затруднюсь в ответ Положительное



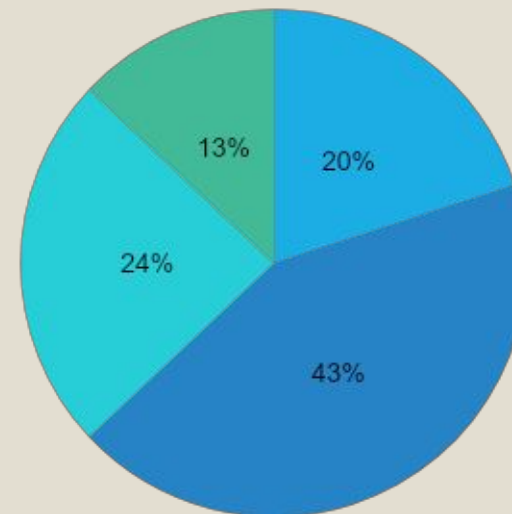
Отношение к рекламе

Положительное Негативное Нейтральное В зависимости от рекламы



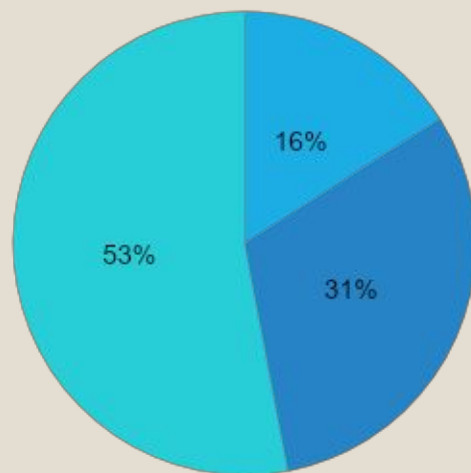
Доверяете ли Вы рекламе?

Полностью доверяю. В рекламе только правда. Нет. Реклама - пустые обещания Не всегда Не обращаю внимания



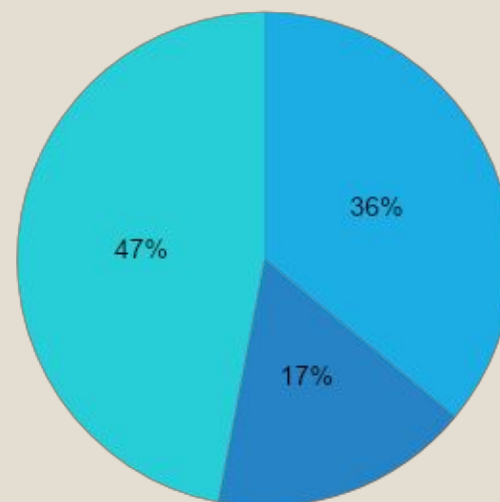
Как часто вы интересуетесь в рекламном товаре?

Мне всегда интересно Не обращаю внимание В зависимости от моих потребностей



После покупки товара из рекламы, вы довольны?

Покупка не оправдала мои желания Лучше, чем ожидал(а) Возвращал(а) товар обратно



Литература

1. Лебедев А. Н. Особенности психологического воздействия в российской рекламе. — М. 1995. Мокшанцев Р.И
2. Психология рекламы. — М-Новосибирск, 2000.
3. Мокшанцев Р.И Психология рекламы. — М-Новосибирск, 2000
4. Волкова О. Детское здоровье. Влияние рекламы на ребенка. Мой кроха и я, №7, 2007.
5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О рекламе» [Электронный ресурс] URL <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655>
6. Пименов, П.А. Основы рекламы / П.А. Пименов. – М.: Гардарики, 2006



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!