

Титова Полина Александровна

студентка

Ивлев Виктор Юрьевич

студент

Титова Александра Александровна

студентка

Тамбовский государственный технический университет

г. Тамбов, Тамбовская область

Влияние рекламы на человека

***Аннотация:** в работе рассмотрены вопросы возможности влияния рекламы на человека, выявлены положительные и отрицательные стороны данного аспекта.*

***Ключевые слова:** влияние, реклама, человек.*

Реклама воздействует как на потребителей, так и на производителей. Потребителю реклама помогает лучше познакомиться с товарами, обеспечивает его информацией, помогает принять решение о покупке.

Производители с помощью рекламы имеют возможность заявить о своем товаре, увеличить продажи, вызвать ощущение полезности товара или продукта и т.д.

Реклама манипулирует потребителями, вырабатывает вкус, диктует как необходимо себя вести, что покупать, что хорошо, что плохо, влияет на мораль и этику, на социальные ценности и стиль жизни.

Реклама формирует спрос и этим оказывает влияние на жизнь человека, образ жизни, ценности. Она способствует росту материальных ценностей.

Реклама имеет как положительные стороны, так и отрицательные.

Через рекламу можно приобщать население к здоровому образу жизни, можно защищать дикую природу, собирать деньги на лечение детей и т. д. Реклама способствует стимулированию трудовой деятельности, пропагандирует научно-технические достижения.

Но с помощью рекламы можно манипулировать человеком, она способна воздействовать на подсознание, человек даже не будет знать, что это не его мысли и действия, что он делает выбор неосознанно [2, с. 224]. В рекламе можно представить любой товар в «хорошем свете» (табак, алкоголь, БАДы и т.д.). Также реклама не позволяет сделать человеку сознательный выбор, она как бы «заставляет» его купить тот товар, который человек видит каждый день по телевизору.

В 2006 году был произведен опрос населения о том, какие товары не следовало бы рекламировать (см. приложение, рис. 1) [1].

Следует заметить, что на данный момент принят закон, запрещающий рекламу табака, и ограничена реклама спиртных напитков [3].

Мышление человека всегда изобилует разными стереотипами, а реклама этому способствует. Реклама провоцирует человека на покупку. Реклама играет огромную роль в становлении и поддержке торговых марок. Она положительно воздействует на ход разработки новых видов продуктов. Реклама предоставляет эффективные способы информирования покупателей об их появлении. Это все в целом способствует привлечению инвестиций, повышению качества товаров и непрерывному расширению возможностей потребительского выбора.

Также реклама имеет определенное воздействие на уровень конкуренции.

Нельзя однозначно ответить на вопрос является ли реклама положительным явлением или отрицательным.

Список литературы

1. База данных ФОМ. Телевизор в нашей жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/cat/smi/recl/dd061024> (дата обращения: 29 ноября 2014).

2. Титова А. А. Современные исследования в социологии кино. Материалы VI студенческой международной заочной научно-практической конференции. (13 декабря 2012 г.) – Новосибирск: Изд. «СибАК», 2012. – 264 с.

3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_3.html#p510 (дата обращения: 29 ноября 2014).

Приложение

*Какие товары и услуги, на ваш взгляд, не стоит рекламировать?
(Открытый вопрос*. Задавался заявившим, что среди разрешенных товаров и услуг, которые рекламируются сегодня, есть такие, которые не следовало бы рекламировать, – 74% от всех опрошенных.)*

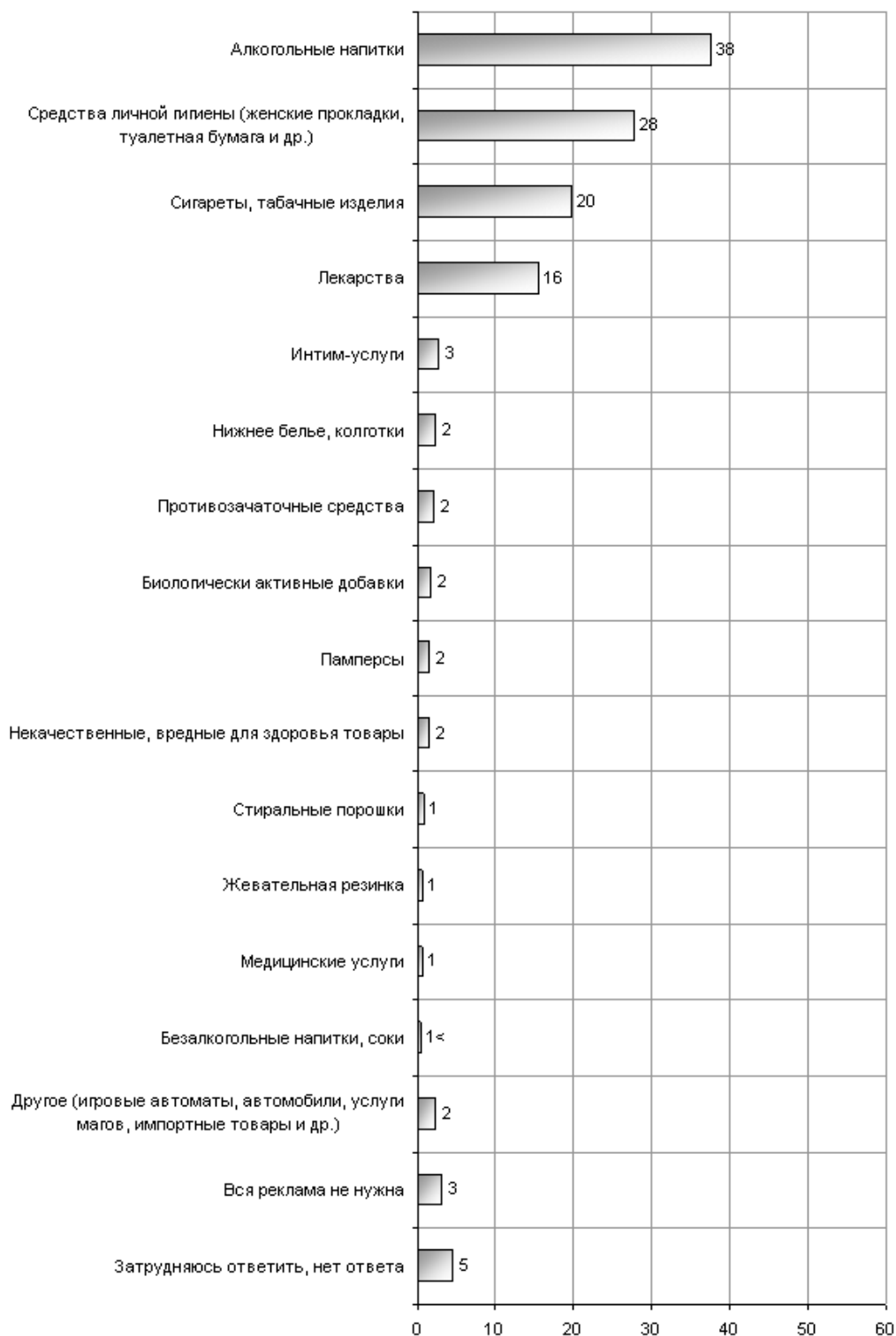


Рис. 1. Социологический опрос