

image not found or type unknown



Реклама – своего рода целенаправленная и сильнодействующая манипуляция, разработанная специально для аудитории- мишени.

В наше время жизнь без рекламы невообразима. Она оказывает влияние на наши убеждения и предпочтения, формирует восприятие себя, окружающего мира. С помощью рекламы моделируются готовые формы поведения в различных ситуациях в зависимости от условий. Неоспоримое влияние реклама имеет на создание нами положительных и отрицательных образов. Мы часто покупаем то, что нам предлагают, советуют. Каждый из нас, порой даже не замечая этого или отказываясь признавать, находится под влиянием рекламы. Мы просто не замечаем ее влияния, так как часто реклама воздействует на нас на подсознательном уровне, при этом достигая своей главной цели. Конечной целью рекламы, является воздействие на общественное мнение. В рекламе эта цель достигается посредством открытых усилий по продвижению на рынок товаров, услуг и даже (в случае с политической, религиозной или социальной рекламой) идей и идеологических конструкций.

Убеждающая реклама рациональна по своей сути, она опирается на логику и обращена к сознательной мыслящей части нашей психики. В рациональном типе рекламы содержится конкретная информация о продукте или услуге, которая может быть осмыслена и подтверждена. В ней преимущества продукта доказываются, подтверждаются цифрами и фактами или каким-либо другим способом. Убеждающая реклама предполагает, что потенциальный потребитель, оценив достоинства продукта и взвесив все «за», осознано придёт к мнению, что данный товар или услуга ему необходимы.

Определяющую роль в процессе убеждения играют представленные убеждающие аргументы. Увеличение количества аргументов в сообщении повышает его убедительность, поскольку люди получают больше информации для обдумывания. Таким образом, убеждения являются производными мыслей о полученной информации и сами эти мысли в какой-то степени зависят от количества объективной информации, представленной человеку.

Из всего выше сказанного, очевидно, что реклама имеет убеждающую силу для зрителя. Убеждение это реализуется через, казалось бы, достаточно примитивные методы. Одни рекламные ролики эксплуатируют желание человека быть

популярным и нравится окружающим, другие пытаются использовать в своих целях чувство вины и т. д.