

СМИ как медианосители

Подготовила: Гуськова Маргарита Дмитриевна, ФОСМИ-18

План

1. Определение рекламы;
2. Сферы наибольшей значимости рекламы;
3. Поливариативность подходов к изучению рекламы в СМИ;
4. Примеры употребления рекламы в современном мире на различных платформах.

Определение рекламы:

- «Реклама – форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на язык нужд и потребностей покупателей. Она также трактуется как оповещение людей всевозможными способами для создания широкой известности чего-либо, как распространение информации о потребительских свойствах товара и преимуществах различных видов услуг с целью их реализации и повышения спроса на них, для чего используется определенный арсенал средств и приемов, организуемых в коммуникативные стратегии манипулирования» [Олянич, 2013, с.10].

Сферы наибольшей значимости рекламы

- Можно выделить следующие направления, где реклама имеет значение, а потому и нуждается в исследованиях: журналистика, социология, психология, экономика, маркетинг, история, правоведение и др. В каждой из этих дисциплин реклама анализируется с учетом ее вовлеченности именно в данную конкретную сферу [Щепилова, 2009, URL].

- **Реклама** – инструмент продвижения продукта на рынок, обеспечивающий повышение уровня его продаж
-

- На сегодняшний день **реклама** является мощной **индустрией**, в которой функционируют и взаимодействуют **несколько экономических субъектов**, в числе которых *рекламодатели, рекламные агентства, каналы распространения рекламной информации, различные исследовательские, мониторинговые и технические службы.*

Главная задача рекламы состоит в том, чтобы побудить людей приобрести рекламируемый продукт, поэтому в ее основе лежит психологическое воздействие на потребителя.

- Интерес нескольких наук к рекламной деятельности позволяет говорить о рекламе как о междисциплинарном явлении. Тем более, что и современная практика, как правило, нуждается в комплексных результатах исследований и использует их при производстве, размещении и оценке эффективности рекламы.

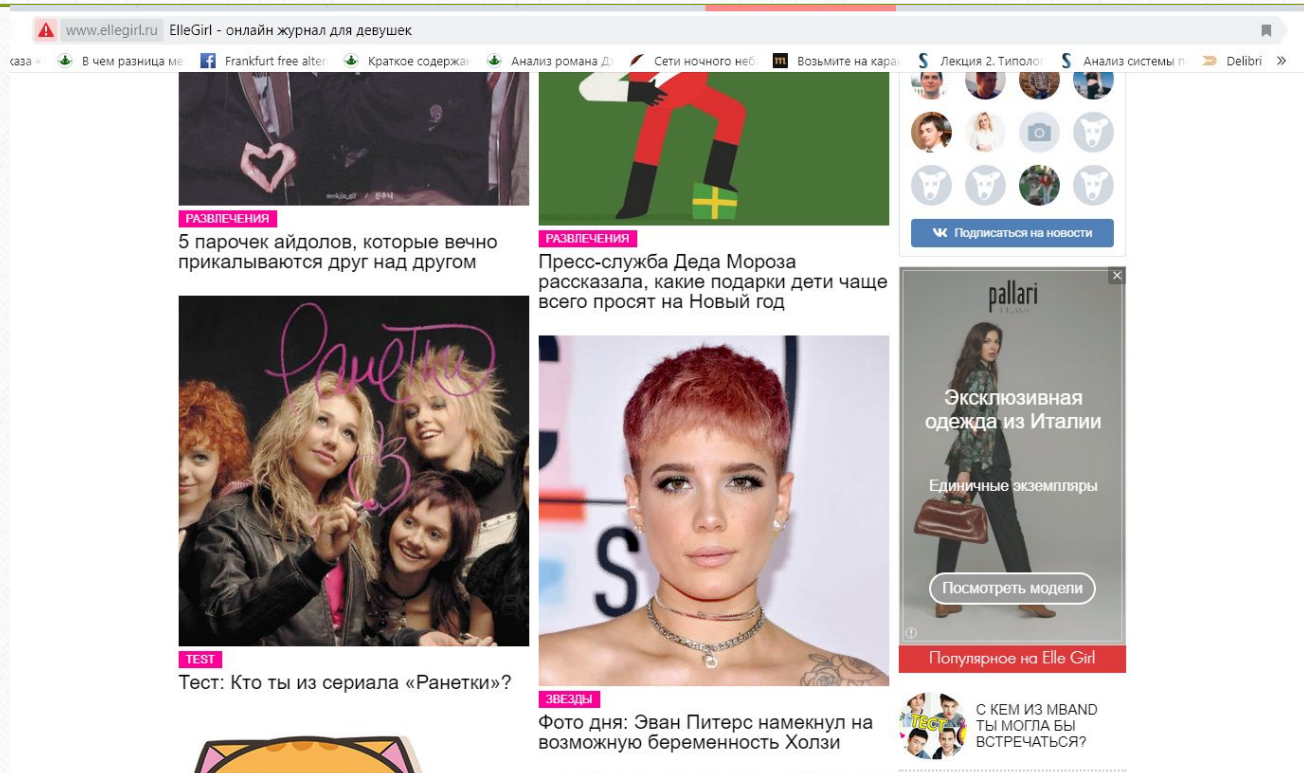
Поливариативность подходов к изучению рекламы в СМИ

- Несколько тематических полей выделяются как самостоятельные и являются равноценно важными при изучении рекламы в средствах массовой информации:
- СМИ рассматриваются как каналы распространения рекламы;
- реклама в СМИ рассматривается как финансовый источник для функционирования медиабизнеса;
- реклама рассматривается как вид текста, который обладает определенными характеристиками и вписывается в структуру конкретного средства массовой информации.

Схема рекламного процесса



Примеры употребления рекламы на различных платформах



Реклама на сайте
женского журнала
«Elle girl»

Реклама Альфа-банка на сайте ИД «Коммерсантъ»

The screenshot shows the website www.kommersant.ru with the following content:

- Header:** "Издательский дом Коммерсантъ" and navigation links for various news categories.
- Main Article:** "Шамиль Тарпищев о финальной стадии Кубка Дэвиса" (Shamil Tarpiyev on the final stage of the Davis Cup). The text discusses the possibility of playing without Medvedev and the chances of Khachanov and Rublev.
- Advertisement (Alfa Bank):** A large vertical advertisement for Alfa Bank featuring a person in a dark suit sitting on a red stool against a red background. The text "Альфа Банк" is visible at the top of the ad.
- News Grid:** A row of four news items:
 - Геймеры играют в молодость** (Gamers play in youth): Retrokonsolei zaklyali chetvert' rynka prystavok.
 - Цифровой театральный этикет** (Digital theater etiquette): Театры и концертные залы пытаются бороться с использованием смартфонов.
 - Фонды отскочают умные счетчики** (Funds will rebound smart meters): РФПИ и Mubadala выведут из проекта «Роснефть».
 - Двое против вакцины** (Two against the vaccine): Половина антипревзвучной рекламы в Facebook спонсировалась двумя организациями.
- Bottom Article:** "Директор НИИВЦ МГУ Владимир Боевдин о компьютеростроении и «законе Мура»" (Director of the Institute for Information Systems of the Moscow State University, Vladimir Boyevdin, on computer construction and "Moore's Law"). The text discusses the challenges of computer technology and the future of Moore's Law.

Реклама на Яндекс.Почте

← Я ↻ mail.yandex.ru Письмо «Новинки UGEARS! Черная пятница! Скидка 40% на все модели!» — Ugears-Russia — Яндекс.Почта

Анализ рассказа « В чем разница ме Frankfurt free alter Краткое содержан Анализ романа Д Сети ночного неб Возьмите на кара Лекция 2. Типолог Ана


Написать Ответить Переслать Удалить Это спам! Отписаться Не прочитано Метка В папку Закрепить

Создать метку

Добавьте ваш ящик

Реклама


Коллекция Mango на LAMODA.



lamoda.ru >

Продавец: Интернет-магазин LAMODA.RU. Адрес:

Отель Phi Phi Island Village...



booking.com >

UGEARS.

Официальный дистрибьютор UGEARS
+7 (495) 120-29-27


Добрый день

Каждый год мы устраиваем черную пятницу в **UGEARS-RUSSIA.RU** и каждый год мы бьем очередной рекорд продаж

Предлагаю вам принять участие в нашей Черной Пятнице, ведь мы даем честную скидку 40% на все модели UGEARS

Наша новинка - **Янтарная шкатулка**

Крышка украшена натуральным янтарем, модель имеет 6 удобно открывающихся ящичков, а также 2 потайных отдела, распахивающихся по нажатию скрытой кнопки



Реклама на образовательных сайтах



«Жажда власти 2» Тармашев litres.ru 18+



Редактор Видео Movavi movavi.ru 18+

ВЫВОДЫ

- Реклама оказывает большое воздействие на потребителя. Она навязывает нам то, в чем мы не всегда нуждаемся, выполняет роль искусителя, проверяя нашу силу воли на прочность. Вместе с тем язык рекламы всегда достаточно образный и лаконичный, сама реклама всегда строится на контрасте. Текст располагается на ярком, привлекающем внимание фоне. Всплывающие окна в интернете появляются на основе предыдущих запросов и предпочтений пользователя, что делает рекламу индивидуально направленной. Демонстрация того или иного рекламного слайда нужной аудитории достигается за счет работы таргетологов, специалистов в области SMM.

- **СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**