

# *Реклама*

Развитие, задачи, виды

С чего начинается изучение любой темы?

Разумеется, с определения предмета изучения. Вот и я решила начать свою работу с формулирования определения рекламы. Задавшись вопросом «Что же такое реклама?», я приступила к поиску ответа.

Открыв БСЭ, найдем следующее определение рекламы:

*Реклама - (франц. *reclame*, от лат. *reclamo* - выкрикиваю) - это информация о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью их реализации или создания спроса на них, а также распространение сведений о лице, организации, произведении литературы и искусства и т. п. с целью создания им популярности.*

Но является ли это определение единственно верным? Конечно же, нет. Существует множество определений рекламы. Приведу лишь некоторые из них.

Вначале реклама была устной. Торговцы, разносчики, бродячие ремесленники наперебой расхваливали товар, предлагали различные услуги, наполняя своими криками улицы городов. Отсюда и название: *reclamare* по латыни - “выкрикивать”.

Первой рекламой в письменном виде считают хранящийся в Лондоне египетский папирус, где сообщается о продаже раба.

**Обратимся к истокам**

- Реклама в Древнем Мире
- История рекламы в России
- Реклама в СССР

*Обратимся к истокам*

По законодательству Российской Федерации согласно объекту рекламы существует:

- коммерческая реклама;
- социальная реклама, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства;
- политическая реклама (в том числе предвыборная).

Частные объявления, то есть объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, в соответствии с Законом о рекламе (ст. 2, п. 6) не рассматриваются в качестве рекламы.

*Виды рекламы в настоящее время*

## По месту и способу размещения

### ● в СМИ:

- Телевизионная (ролик в рекламном блоке, виртуальная реклама, бегущая строка, телеобъявление, спонсорство).
- Радио (ролики, режиссура «джинса» — «на правах рекламы»).
- Печатная (различают рекламу в прессе и прочую: принты, листовки, наклейки, визитки).
- Интернет-реклама (реклама в сети Интернет: текстовые блоки, баннеры, контекстная реклама, реклама в блогах, реклама на карте, Пиксельная реклама, «облако тегов» и др.)



**Пиксельная реклама** (англ. *Pixel advertising*) – термин, данный визуальным рекламным объявлениям, которые сгруппированы в одном месте, обычно на заглавной странице специально созданного для такой рекламы веб-сайта.

Самым известным примером пиксельной рекламы является *Milliondollarhomepage.com*.

**Пиксельная реклама**



В последнем квартале 2005 года британский студент Алекс Тью (Alex Tew) создал веб-сайт по имени [milliondollarhomepage.com](http://milliondollarhomepage.com) и предложил рекламодателям купить место для размещения рекламы, измеренное в пикселях на начальной странице. Цена была установлена по 1 доллар США за пиксел, всего 1 миллион пикселов доступного пространства. Приблизительно через пять месяцев были проданы все пиксели, и Тью заработал один миллион долларов. Это было в новостях во всём мире и привлекло общественный и деловой интерес к пиксельной рекламе.



## ● **Наружная:**

- Промостойка (рекламная или торговая стойка), промостол – лёгкая разборная или неразборная конструкция для проведения промоакций, дегустаций, представления новых товаров, услуг и т. д. Промостойка состоит из тумбы и фризовой панели. Лицевая сторона тумбы и фриз предназначены для нанесения рекламного изображения.
- Троллы (от англ. *troll*) – двусторонние рекламные конструкции, горизонтально расположенные над проезжей частью на вертикальных опорах, оборудованы подсветкой изнутри, за счёт чего очень эффективны в тёмное время суток. Подсветка обычно осуществляется люминесцентными светильниками.

- Биллборды (от англ. *billboard*) – отдельные щиты с рекламными плакатами 6×3 м, 8×4 м.
- Суперсайты – отдельностоящие щиты с рекламными плакатами, как правило, размером 12×5 м.
- Ситилайт (от англ. *citylight*) – тротуарное панно. Конструкция, устанавливаемая на тротуарах и вдоль проезжей части. Оборудована подсветкой.
- Брандмауэр – огромный плакат или щит на стене здания.

- Стритлайн (от англ. *streetline*), шалаш, штендер – выносная складная конструкция с информацией на одной или двух рекламных поверхностях. Изготавливается из металла или пластика. Типичный размер: 0,6 × 1,35 м, форма рекламного поля – арка или прямоугольник. Устанавливается на тротуаре.



- o Призматрон



- Бизнес-карты (от англ. *business cards*) – чаще всего, конструкция из металла или пластика в виде панно. Содержит определенное количество ячеек, в которых располагается печатная рекламная продукция в формате 9×5 см. Применяется в торговых центрах, в кинотеатрах, в розничных сетях.
- Информационный указатель

## o Медиафасад





- Транспортная (реклама на транспорте)
  - Авиареклама
  - Реклама в лифтовых кабинах (лифтах)
- Реклама в фитнес клубах
- Реклама в кинотеатрах
- Реклама на парковках (Parking-реклама)
- Реклама в местах продаж
- При справочном обслуживании
- Прямая почтовая рассылка

- Продакт-плейсмент (от англ. *product placement*) – внедрение рекламы товара или услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений.
- Вирусная реклама («сарафанное радио») – реклама, основанная на слухах, сплетнях, передающаяся от человека к человеку.
- Cross-promotion – перекрестная реклама двух или более товаров (услуг), основанная на взаимной выгоде.
- Скрытая реклама
- Антиреклама

Скрытой называется реклама, не обозначенная как таковая, размещённая под видом информационного, редакционного или авторского материала, закамуфлированная под личное сообщение или иную нерекламную информацию. Широкую известность получила технология внедрения незаметной рекламы, якобы действующей на подсознательном уровне (25-й кадр и другие варианты, применение нейролингвистического программирования - НЛП). К скрытой рекламе иногда относят продакт-плейсмент.

*Скрытая реклама*



**Антиреклама** – реклама, не привлекающая потребителя, а, напротив, его отталкивающая, иными словами, как не надо в области рекламы. Причиной такого нежелательного эффекта могут быть ошибки создателя рекламы, плохое знание потребителя и рынка, использование заезженных приемов. Эффект антирекламы может, например, создавать спам. Антиреклама нередко бывает объектом юмора и сатиры.

Антиреклама является инструментом демаркетинга или противодействующего маркетинга.

*Антиреклама*



Любой из нас каждый день сталкивается с  
рекламой.

Но не каждый сможет объяснить, что это.

Надеюсь, вопрос «Что такое реклама?» теперь  
имеет ответ для всех.

- Липсиц И.В., Любимов Л.Л., Антонова Л.В. Раскрывая тайны экономики. - М.: Вита-Пресс, 1994.
- Любимов Л.Л., Раннева Н.А. Основы экономических знаний. - М.: Фонд «За экономическую грамотность», 1995.
- <http://ru.wikipedia.org>

*Использованные источники*

**Автор презентации:**

Мельникова Анастасия,  
ученица 9А класса

МОУ «Средняя общеобразовательная школа №19»  
г. Яровое Алтайского края

Январь 2011 г.