Городская научно-практическая конференция школьников «Эврика»

Эффективность психологического воздействия рекламных средств на человека

Научно-исследовательский проект

Выполнен ученицами 10 «Б» класса
средней общеобразовательной школы №74
г.Краснодара
Быковой Ольгой Владимировной
Дружбиной Дарьей Михайловной

Научный руководитель-
учитель математики
средней общеобразовательной школы №74
Забашта Елена Георгиевна

Цель работы: ***выявить влияние на поведение, отношение и принятие потребителями воздействующих рекламных средств.***

Задачи:

-изучение литературы по психологии рекламной деятельности,как методами управления людьми;
-изучить процесс воздействия и восприятия рекламы;
-разработать методику, для определения воздействия на поведение, отношение и принятие телевизионной рекламы на человека;
-провести исследование и сделать анализ полученных данных.

Актуальность работы **заключается в научной психологической обоснованности характера воздействия рекламы, поскольку в рекламной деятельности широко используются методы и способы психологического , эмоционального и интеллектуального воздействия на людей, т.к. реклама- это явление социально-психологическое. Это многоплановый товар, затрагивающий самые затаенные участки психики современного человека.**

Объектом исследования **является человек и реклама в совокупности.**

Предметом исследования **явилось исследование влияния на поведение, отношение и принятие рекламы.**

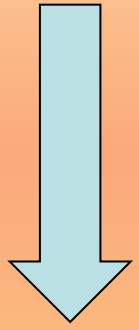
ГИПОТЕЗА

Реклама оказывает влияние на сознательный и бессознательный уровень психической деятельности человека.

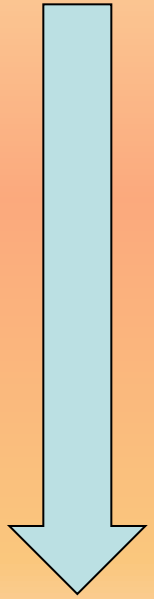
Теоретическая значимость

Исследование вносит вклад в изучение характера воздействия рекламы на человека, и на этой основе могут быть скорректированы новые подходы к производству рекламы.

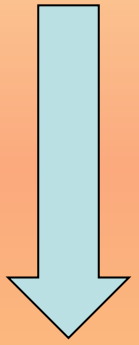
процедуры исследования



наблюдение



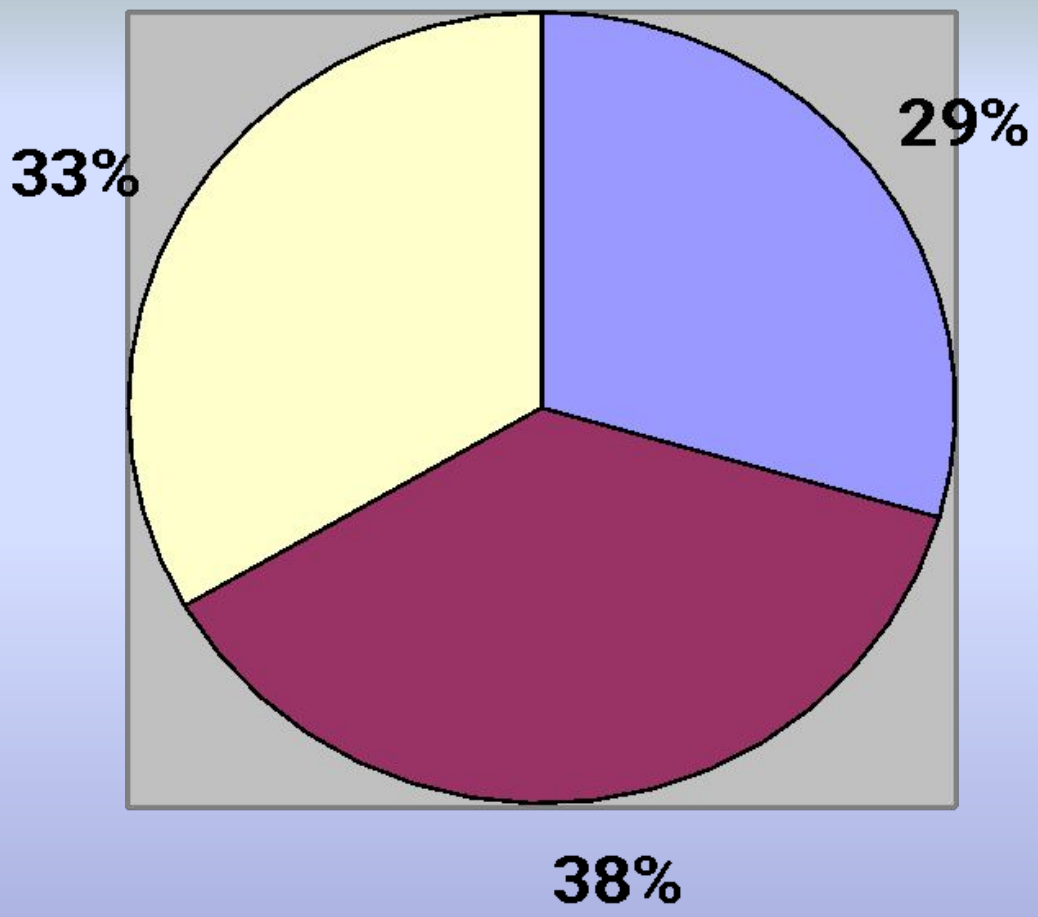
опрос



ранжирование

«Milka» *«Alpen Gold»* *«Ritter Sport»*

•Типы наблюдаемого поведения	•Количество действий
•Задерживаются у стенда	•15
•Заходят в магазин	•35
•Подходят к стенду	•22
•Интересуются данной продукцией	•25
•Просят показать рекламируемый товар	•20
•Покупают	•15
•Не покупают	•20
•Выходят из магазина без покупок	•15
•Проявляют безразличие к рекламируемому товару	•12
•Проходят мимо рекламируемого товара	•13
•Проходят мимо магазина	•14
•Не обращают внимание	•10



38% - «Milka»

33% - «Ritter Sport»

29% - «Alpen Gold»

Список рангов рекламных роликов:

26 ранг – кофе «Нескафе»
25 ранг – стиральный порошок «Ариэль»
24 ранг – бульонные кубики «Магги»
23 ранг – помада «Буржуа»
21 ранг - майонез «Кальве»
20 ранг - стиральный порошок «Миф»
19 ранг – растительное масло «Злато»
17 ранг – маргарин «Пышка»
16 ранг - зубная паста «Бленд а Мед»
15 ранг – средство для мытья посуды « Прилгель»
14 ранг – зубная паста «Колгейт»
13 ранг – бульонные кубики «Галина Бланка»
12 ранг – детское питание «Ясли сад»
11 ранг – стиральный порошок «Тайд»
10 ранг – сок «Любимый сад»
8 ранг – маргарин «Делми»
7 ранг – памперсы
6 ранг –помада «Лореаль»
5 ранг – майонез «Моя семья», сок «Я»
4 ранг – шоколад «Альпен Гольд»
3 ранг – кофе «Милагро Арома»
2 ранг – дезодорант «Секрет»
1 ранг – жевательная резинка «Стиморол»

	•1	•2	•3	•4	•5	•6	•7	•8	•9	•10	•11	•12	•13	•14	•15	•16	•17	•18	•19	•20	•21	•22	•23	•24	•25	•26
•1	•✔		•✔		•✔	•✔	•✔		•✔	•✔	•✔		•✔	•✔	•✔		•✔		•✔	•✔				•✔		
•2	•✔		•✔		•✔				•✔	•✔	•✔	•✔	•✔	•✔		•✔					•✔			•✔		
•3	•✔	•✔	•✔				•✔		•✔	•✔	•✔	•✔					•✔		•✔	•✔				•✔		
•4	•✔		•✔		•✔			•✔	•✔	•✔	•✔	•✔	•✔	•✔	•✔						•✔		•✔			
•5	•✔		•✔			•✔			•✔	•✔		•✔				•✔			•✔	•✔				•✔	•✔	
•6	•✔		•✔		•✔			•✔	•✔	•✔	•✔	•✔					•✔		•✔	•✔	•✔					
•7	•✔		•✔		•✔				•✔	•✔	•✔	•✔		•✔	•✔					•✔		•✔	•✔	•✔		
•8	•✔				•✔				•✔	•✔		•✔	•✔			•✔				•✔	•✔			•✔		•✔
•9	•✔			•✔	•✔		•✔		•✔	•✔		•✔					•✔		•✔					•✔		
•10	•✔		•✔		•✔			•✔	•✔	•✔	•✔			•✔	•✔						•✔		•✔	•✔		

Опросный лист

1.Пол;
2.Возраст;
3.Образование;
4.Профессия;
5.Как вы относитесь к рекламе: а) с доверием;
б) с антипатией;
в) с безразличием.
г) свой вариант ответа.
6.Как вы считаете, есть ли вообще необходимость в рекламировании?
7.Какая реклама вам нравится (не нравится)? Что именно привлекает (отталкивает) Вас в этой рекламе?
8.Вы запоминаете некоторые рекламные ролики наизусть?
9.Вносит ли реклама полезную информацию в жизненный опыт?
10.Что Вас отталкивает в рекламе?
11.Как вы узнаете о появлении нового товара:
а) от знакомых;
б) из объявлений по радио, газете, ТВ;
в) увидели в витрине магазина;
г) в процессе осмотра товара в магазине;
д) из передачи по телевидению.
12. Считаете ли Вы, что реклама, может манипулировать поведением потребителей?
13. Как реклама влияет на психику детей?

Из общего числа опрошенных считают, что:

- Реклама вмешивается в передачи.
- Реклама содержит преувеличение или ложь.
- Реклама глупая.
- Реклама оскорбительна и плохо влияет на детей.
- Реклама преувеличивает массу товара, указанную на упаковке.
- Дает достоверную информацию.

ВЫВОДЫ:

Активизация познавательной потребности – мощный психологический фактор, который используется в рекламе.

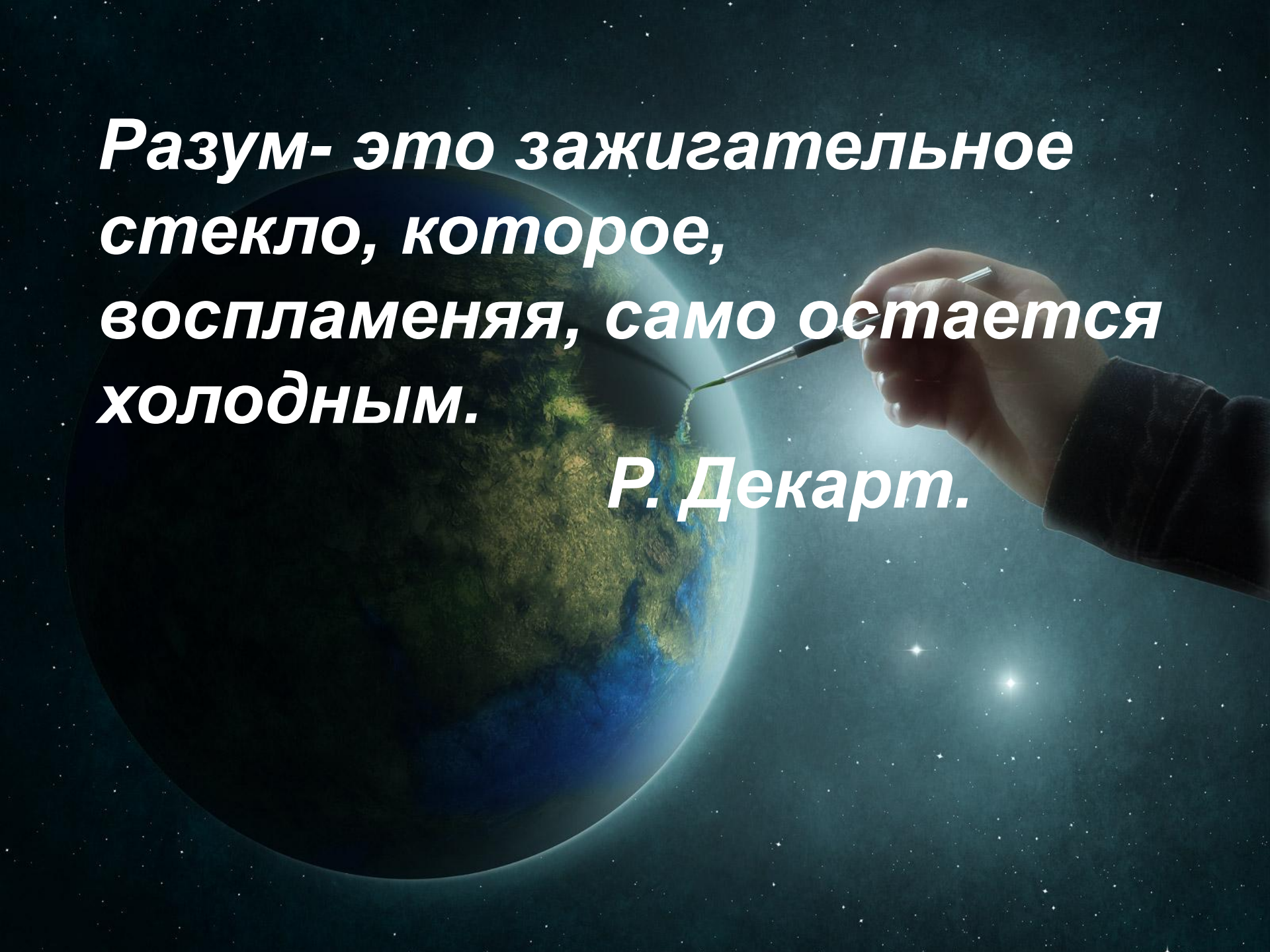
Реклама обращается не только к рациональной сфере сознания, но и к эмоциональной.

Эффективная реклама направлена сразу и на сознательное и на бессознательное.

Лотариальное программирование психики - метод манипулирования сознанием людей.

Реклама – это не только информация, это именно психологическое программирование людей.

Реклама обладает мощным психологическим воздействием манипулирования человеком, что имеет место при обращении внимания на эту проблему.



Разум- это зажигательное стекло, которое, воспламеняя, само остается холодным.

Р. Декарт.

Благодарим за внимание.