

Особенности функционирования скрытой рекламы

Научный руководитель – Качалова Светлана Михайловна

Ильченко Анжелика Игоревна

Студент (бакалавр)

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

E-mail: lina.ilchenko68@mail.ru

Особенности функционирования скрытой рекламы

Ильченко Анжелика Игоревна

Студентка

Липецкий Государственный Технический Университет,

факультет гуманитарно-социальных наук и права, Липецк, Россия

E-mail: lina.ilchenko68@mail.ru

Скрытая реклама - это уникальная технология управления массовым сознанием и покупательским поведением. Это технология мгновенной раскрутки брендов при помощи художественных произведений. Это - очень быстрый и эффективный способ внедрения торговых марок в мозг потребителя раз и навсегда. Зачастую средства скрытой рекламы более креативны и эффективны, чем использование прямой рекламы в чистом виде. [2]

Скрытая реклама воздействует на покупателя ненавязчиво, но даёт результат. Люди воспринимают ее как информацию о вопросах, которые их интересуют. Поэтому она не вызывает неприязнь. Методы скрытой рекламы используют для: распространения информации о товаре, реклама которого ограничена законодательством; секторов рынка; компаний с небольшим бюджетом на рекламу; продажи дорогостоящих товаров либо услуг, которые несут риск здоровью, благосостоянию и жизни человека.

Product placement (в переводе с английского - размещение продукта) появился в качестве первого метода скрытой рекламы. В профессиональной литературе product placement при

-/нято обозначать аббревиатурой РР. Его суть была в том, что продаваемый товар упоминался в книжных изданиях либо показывался в кинофильмах и сериалах, на телевидении. За границей эта форма рекламы используется уже больше 80 лет. В России - всего лишь чуть больше 10 лет. В стране такую скрытую рекламу умеет создавать небольшое количество специалистов, поэтому она часто получается нелепой и надоедливой. Также этот метод для многих компаний дорог.

РРпродуктивен для большого количества направлений предпринимательской деятельности. Его применяют: в ресторанном бизнесе, торговые центры, частные медицинские учреждения, финансовые, страховые организации и прочее. Но больше всего его используют производители товаров массового потребления. Наибольшую эффективность РРдает при раскручивании алкогольных напитков и сигарет. Так происходит, потому что запрещено показывать на телевидении традиционную рекламу этой продукции.

Скрытая реклама возникла случайно. Она является альтернативой прямой рекламе, которую потребитель стал недолюбли

-/вать уже давно из-за ее агрессивности и напористости. Каж

-/дый знает по себе, как реклама преследует нас. Куда не посмотри, она повсюду — в автобусах, и на автобусах, на телеэкране, в журналах, газетах, в интернете. Рекламу мы можем услышать по радио, находим её под дворниками автомобиля, можем увидеть такси.

И даже на ули

-/цах реклама подстерегает нас: по проспектам ходят промоутеры, так и норовящие сунуть какие-нибудь глянцевые листовки, от которых рябит в глазах.[1]

Первоначально скрытую рекламу демонстрировали в кинофильмах и телесериалах. Сегодня РР можно увидеть и на огромном количестве каналов. Но его эффективность зависит от выбора инструмента. Кинофильм, радиопередача, книга, компьютерная игра должны быть направлены на того потенциального потребителя, который оценит товар. Бывают следующие каналы использования скрытой рекламы: Киноиндустрия. На этом канале можно применить визуальную, звуковую или сюжетную рекламу. Визуальный РР- графическое отображение продукта либо логотипа (марки одежды, обуви и др.). Звуковой – упоминание героями названия бренда (алкогольной продукции и др). Считается, что звуковой РР даёт больший результат, чем визуальный, так как человек воспринимает информацию лучше на слух. Но наиболее эффективным методом является сюжетный. Так сюжетную линию можно показать в реально существующем банковском учреждении или страховой компании, либо главный герой одет в одежду реального бренда. Применение РР в киноиндустрии могут себе позволить более крупные компании, так как это очень дорогой метод скрытой рекламы.

РР применяют на телепередачах в тех же вариациях, что и в киноиндустрии. Например, в телепередачах по ремонту жилья и строительству домов показывают логотипы строительных материалов, а ведущий рекламирует их названия. Способов применения скрытой рекламы на телевидении намного больше, чем в киноиндустрии, и стоимость гораздо ниже, особенно на местном телевидение.

На радио используется звуковая скрытая реклама. Через радио эффективнее раскрывать бренд, который либо неплохо известен, либо очень прост и легко запоминается.

В прессе скрытая реклама показана на картинках или описана в тексте. К примеру, в журналах печатают фото с видом на город, среди домов и зданий которого, можно встретить названия банков, кафе, спортивных залов и прочее.

В книгах эффективно используют скрытую рекламу. Примером может служить роман Фейи Уэлдон «*Ожерелье от Булгари*», где бренд Bulgari продвигается в названии произведения.

В Интернете размещение скрытой рекламы безгранично - это статьи, новости, электронная рассылка, социальные сети и многое другое. Так же РР в компьютерных играх позволяет привлечь целевую аудиторию узкой направленности.

Компьютерные игры. Они становятся популярными среди компаний, которые хотят распространить скрытую рекламу. Исследования показали, что визуализация торговых марок и их упоминание в компьютерных играх заинтересовывают четверть игроков.

В шоу-бизнесе используют скрытую рекламу визуальным, звуковым и сюжетным способом размещения. Название бренда компании можно произнести в песне, в музыкальных клипах продемонстрировать логотип. Например, группа «Сплин» распространяла РР с помощью песни «Орбит без сахара».

Какая скрытая реклама запрещена законом Законодательством? Запрещено использование скрытой рекламы, если потребитель не осознает, что она на него влияет (применение 25-го кадра и иных видеовставок с этой целью - п. 9 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»). В случае размещения такого рода рекламы штраф составит от 40 до 50 тысяч рублей. Также, штраф на сумму 4000 - 5000 рублей может получить должностное лицо, допустившее показ запрещенной рекламы (ст. 13.15 КоАП РФ).

Не секрет, что задачей скрытой рекламы, как, собственно -/но, и рекламы, является продажа. Чем выше уровень продаж обеспечивает та или иная технология, тем более эффектив

-/ной в управлении массовым сознанием и потребительским поведением она считается.

Литература

1. Берёзкина, О. Технологии скрытой рекламы [Текст]/ О. Берёзкина //Product Placement. Технологии скрытой рекламы- СПб., 2014
2. konspekts.ru/marketing/что-такое-скрытая-реклама-основные-понятия-и-техники-эффективного-применения/ [Электронный ресурс]

Источники и литература

- 1) Берёзкина, О. Технологии скрытой рекламы [Текст]/ О. Берёзкина //Product Placement. Технологии скрытой рекламы- СПб., 2014
- 2) konspekts.ru/marketing/что-такое-скрытая-реклама-основные-понятия-и-техники-эффективного-применения/ [Электронный ресурс]