

УДК 339.13

Оксентюк Богдана, Фершлядин Олег

Oksentyuk Bogdana, Fershlyadyn Oleh

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ РЕКЛАМИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ
THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF ADVERTISING IN THE
CURRENT SOCIETY**

Життя сучасного суспільства неможливо уявити без реклами. Реклама – динамічна, швидко трансформуюча сфера людської діяльності. Роль реклами в сучасному суспільстві не обмежується ні рамками комерційних комунікацій, ні навіть всією ринковою діяльністю. Значення реклами зростає практично в усіх галузях економіки та суспільного життя.

Але не всіма фахівцями роль реклами визнається як позитивна. З боку деяких економістів найбільш частими звинуваченнями реклами є те, що вона вимагає великі кошти виробничо-комерційної сфери на просування товарів. Як наслідок, це значною мірою сприяє підвищенню цін на товари. Критики навіть називають таке явище «рекламним податком», який частково оплачує кожна сім'я.

Важко переоцінити суспільну роль реклами. Реклама щодня і масово впливає на абсолютну більшість населення. Щоденний вплив реклами на мільярди потенційних споживачів не тільки сприяє формуванню купівельних переваг, але входить в соціальне середовище, яка бере участь у становленні певних стандартів мислення та соціальної поведінки різних верств населення в кожній країні і в усьому світі.

Учені неодноразово відзначали важливу роль реклами в розвитку самого суспільства. Сучасний американський теоретик реклами Пер Мартіно у своїй книзі «Мотивація в рекламі» вказує: «Її друге завдання – продаж товарів. Але її найперше завдання – приєднання людей до нашої

американської системи. Реклама здатна допомогти людям відчувати, що вони є частиною суспільства, яке пропонує все найкраще, допомогти їм перейнятися натхненням і працювати з найвищою продуктивністю».

У сучасному суспільстві інструментарій реклами все частіше використовується для вирішення гострих соціальних проблем.

Разом з тим не можна не відзначити значну освітню роль реклами. У процесі впровадження нових прогресивних товарів і технологій вона сприяє поширенню знань з різних сфер людської діяльності, прищеплює споживачам певні практичні навички. Не менш образно висловився з даної проблеми відомий французький письменник Антуан де Сент-Екзюпері: «Поруч з нормальною педагогікою співіснує безперервний педагогічний вплив незвичайної сили, який називається рекламою». Відзначимо, що це було сказано до Другої світової війни, коли ще тільки починалося використання радіо в рекламних цілях і не було її телевізійних версій.

Дія реклами реалізується, як відомо, шляхом впливу на психологію людини. Внаслідок чого вона бере активну участь у формуванні психологічних установок людини, систем його оцінок навколишнього середовища та самооцінки, характеру реакцій на різні подразники, створенні певного психологічного клімату і т.д. У зв'язку з цим цілком виправдано виділення психологічної ролі реклами. На думку Еріха Фромма: «Реклама апелює не до розуму, а до почуттів; як будь-яке гіпнотизуюче віяння, воно намагається впливати на свої об'єкти інтелектуально. У такій рекламі з'являється елемент мрії повітряного замку, і за рахунок цього він приносить людині певне задоволення (типу кіно), але в той же час посилює його почуття меншовартості і безсилля». Оцінка значення реклами була б неповною, якщо упустити її важливу естетичну роль. Кращі зразки рекламних звернень з часів їх першого появи і до наших днів можна по праву вважати творами прикладного мистецтва.