

УДК 339.138

Пульків Ірина

Pulkiv Iryna

Науковий керівник: к.е.н., доцент Н. М. Голда

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РЕКЛАМА В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ
ADVERTISING IN MODERN SOCIETY

Ефективний розвиток національної економіки базується на успішному функціонуванні суб'єктів ринку. Особлива роль у цьому належить малим підприємствам, зокрема і рекламним агенціям. Роль реклами в світі зростає і на даний момент реклама це не лише невеличке оголошення, а реклама – це і наука, і мистецтво і галузь економіки.

Економічна роль реклами визначається ланцюжком стосунків між суб'єктами господарювання, виробниками і споживачами продукції. Внаслідок взаємодії цих суб'єктів підвищується ділова активність, збільшуються капіталовкладення та число робочих місць. Реклама сприяє здоровій конкуренції, доводить до споживача інформацію про нові товари та послуги. З допомогою реклами відбувається розширення ринків збуту, прискорюється обіг капіталу, внаслідок чого зростає ефективність суспільного виробництва в цілому.

Суспільна роль реклами полягає, найперше у тому, що вона частково формує ціннісні поняття у певному суспільстві, стає частиною соціального середовища. Реклама є інструментом при формуванні національної свідомості громадян, саме це підтверджує англійський романіст Н. Дуглас, він стверджує, що по рекламі можна судити про ідеали нації. В сучасному суспільстві рекламні технології все частіше використовуються для вирішення гострих соціальних проблем. Реклама, яка займається вирішенням цих питань називається соціальною, вона спрямована на

розвиток здорового стилю життя, на підтримку мало захищених верств населення, на боротьбу з наркотиками, забрудненням навколишнього середовища, на популяризацію суспільних організацій і фондів.

В умовах сучасної демократії зростає роль політичної реклами, яка сприяє формуванню політичного іміджу, що представляє складний психологічний і соціальний феномен з специфічною структурою. Образи, які формуються у громадян під впливом політичної реклами залежать від багатьох факторів.

Добре відома освітня роль реклами. На даний час, коли на ринок виводиться велика кількість технологічно складних товарів, реклама сприяє розповсюдженню знань про них. Завдяки рекламі споживачі мають можливість почерпнути інформацію про корисність тих чи інших товарів, про вміст вітамінів, ферментів та інших речовин у продуктах харчування та багато іншої цікавої інформації.

Про психологію реклами можна говорити дуже багато, так як безпосередньо вона бере активну участь у формуванні психологічних установок, мотивацій, образів. Отже, доцільно виділити психологічну роль реклами.

Естетична роль реклами. Виконаний на високому професійному і художньому рівні рекламний матеріал сприяє формуванню у аудиторії почуття прекрасного, виховують в неї хороший смак. Реклама у всі часи і у всіх країнах мала як прихильників так і критиків. Рекламу критикують за надтоїдливості, надмірності, за те, що вона спонукає до купівлі товарів не потрібних у даний час, за те що звертається до дитячої аудиторії і ще багато за що. Але критика реклами, як і сама реклама є складним багатоплановим процесом.

Отже, підводячи висновки можна сказати, що без реклами не може обійтися жодне підприємство, яке хоче успішно функціонувати на ринку.