

Реклама в России.

Кожемяко Валентина

3 курс. Реклама.



После распада СССР в Россию хлынул огромный поток западных товаров, а вместе с ними и сопутствующая реклама.

Однако очень быстро выяснилось, что западные рекламные рецепты и технологии далеко не всегда оказываются эффективными в российских условиях.

Причина тому достаточно проста — значительная разница в национальных менталитетах.

Эта разница в менталитетах приводила к тому, что предлагаемые рекламные тексты попросту не работали, так как строились по законам иной ценностной системы, по законам иного потребительского поведения.

ПОМЕХА

Носитель русского менталитета достаточно агрессивно относится к рекламе как таковой, рассматривая ее как нечто инородное, мешающее восприятию кинофильма, передачи.

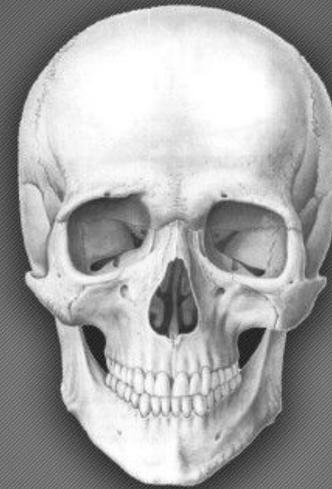
Фактически рекламный текст до сих пор воспринимается в России как досадная помеха.



ДЕПРЕССИВНОСТЬ

В российском менталитете отсутствуют депрессивные тенденции, и доля депрессивных элементов в рекламе не должна превышать 5% от общего объема информации.

Поэтому в российском рекламно-информационном пространстве не работают рекламные сообщения построенные на теме **смерти, бренности человека, бесплодности его усилий.**

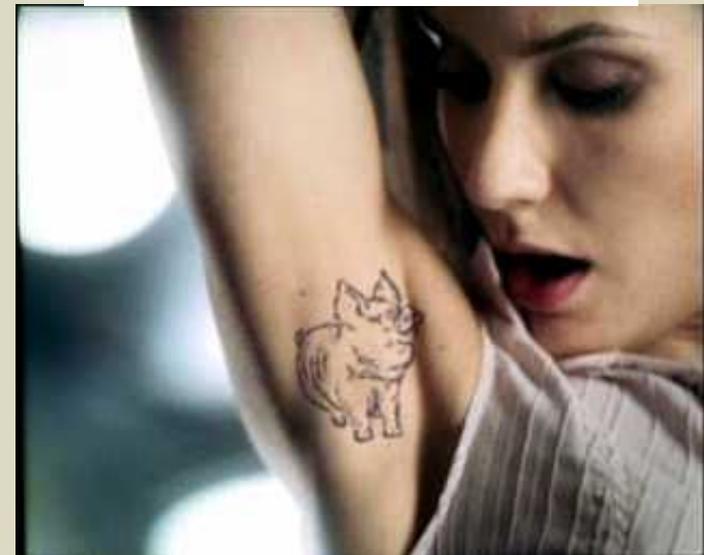


Шире всего улыбается череп.



ЭТИКА

В современном обществе обсуждение многих тем табуировано. Поэтому реклама с элементами откровенной эротики, реклама, обсуждающая проблемы «жидкого стула» или «неудобных дней», воспринимается частью населения как культурная агрессия, разрушающая ценностное ядро всей российской цивилизации.



ДЕЛОМ, НЕ СЛОВАМИ!

В текстах русской рекламы следует обращать особое внимание не на вербальную составляющую рекламной коммуникации, а на контекст ситуации, в которой действуют рекламные герои.

Для русских намного важнее не то, что говорится, а то, кем, кому и в какой ситуации говорится.

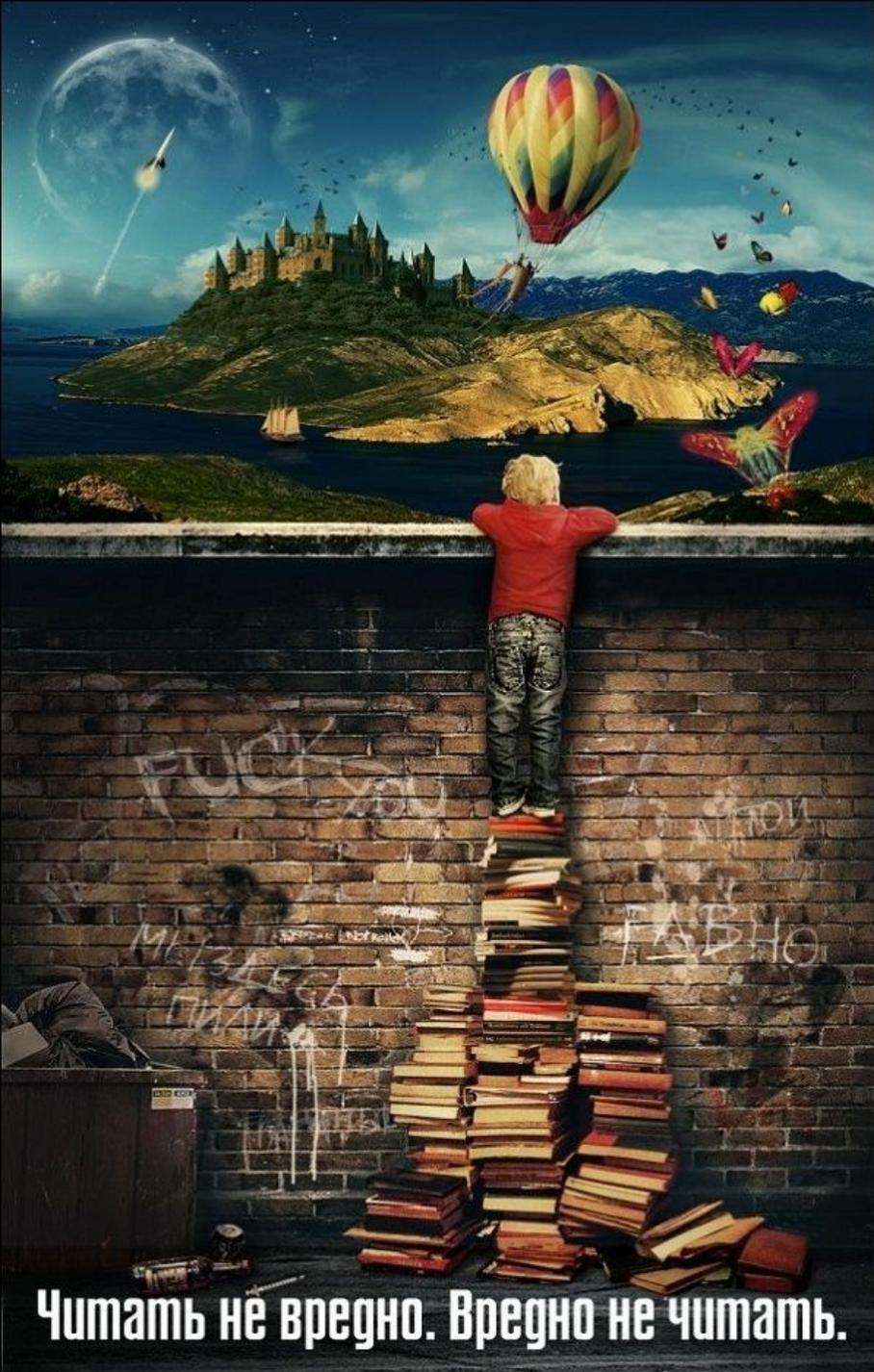
При этом крайне желательно показывать открытое выражение чувств, делать акцент на эмоциях. Искренность в поведении, очень важна!



ФАТАЛИЗМ...

..или ощущение того, что людям неподвластна их собственная жизнь, что их способность контролировать жизненные события ограничена. Отсюда склонность русских к смирению и покорности, слабая вера в свою способность контролировать ход событий, вера в сказку, чудо.





ЧТО ТАКОЕ ХОРОШО...

Читать не вредно. Вредно не читать.

Илья Лагутенко

A photograph of Ilya Lagutenko, a member of the band Noize MC. He is wearing a grey and red plaid suit jacket over a white shirt and a blue bow tie. He is smiling and holding a black fork in his right hand. The background is dark grey. The image is framed by a white floral pattern on the left and right sides.

**Проглотил
«Собачье сердце»
в 14 лет**

Читай книги — будь Личностью!



ЭКСМО

Люблю прилечь с «Госпожой Бовари»

Артеми́й Троицкий

Читай книги — будь Личностью!



Ольга Шелест

**Лично знакома с «Героем
нашего времени»
Рекомендую!**

Читай книги — будь Личностью!

i.ua
prikol.i.ua

Ксения Собчак

**Ночь с «Мартином
Иденом» была
незабываема!**

Читай книги — будь Личностью!



Антон Комолов

**Вчера проснулся
в обнимку
с «Тремя сёстрами»**

Читай книги — будь Личностью!



ВСЁ РАВНО?!



**СЕМЬЯ ИЗ 2-Х
БАНОК СНИМЕТ
МУСОРНЫЙ БАК.
ЧИСТОТУ ГАРАНТИРУЕМ**



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ

ВСЁ РАВНО?!



У МУСОРА ЕСТЬ ДОМ



ТЫ – НЕ ТЫ, КОГДА ГОЛОДЕН.



НЕ ТОРМОЗИ. СНИКЕРСИ!

ТЫ — НЕ ТЫ, КОГДА ГОЛОДЕН.



НЕ ТОРМОЗИ. СНИКЕРСКИ!



**ТЫ – НЕ ТЫ,
КОГДА ГОЛОДЕН.**



Масленица в Теремке

Блинов на масленицу много не бывает!

Бриф:

Сеть ресторанов «Теремок» поставила перед нами задачу разработать оригинальную имиджевую кампанию, приуроченную к масленичной неделе.

Идея:

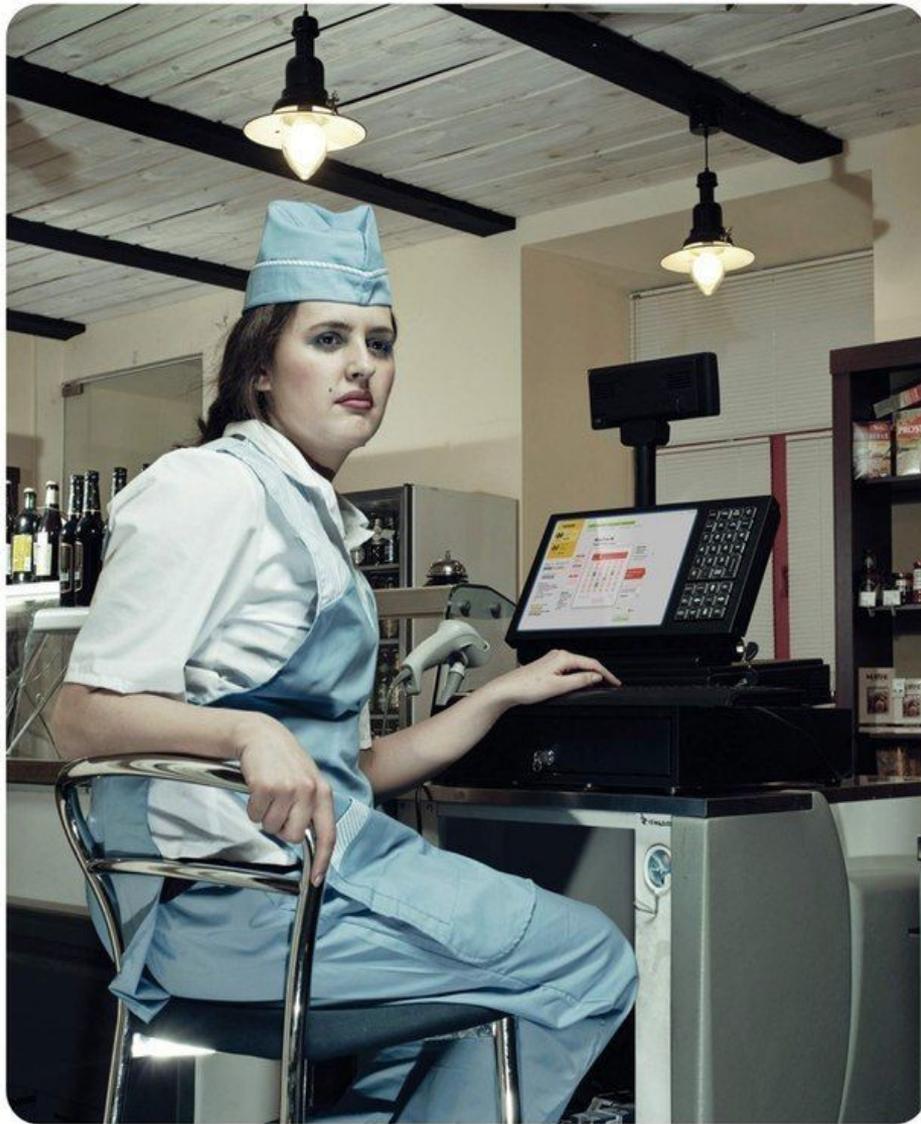
Блинов на масленицу много не бывает.

Решение:

Был использован сити-формат «скроллер», в котором вместо стандартного одиночного размещения мы задействовали две последовательных фазы прокрутки «скроллера». Таким образом, нам удалось передать эффект масленичного изобилия в ресторанах сети «Теремок» и сделать рекламу вдвойне привлекательной и заметной.

SCROLLER EFFECT:





ВЫИГРАЙ 2 000 000 РУБЛЕЙ*
ИСПОЛНИ МЕЧТУ
 СДЕЛАЙ СТАВКУ НА МАЙ



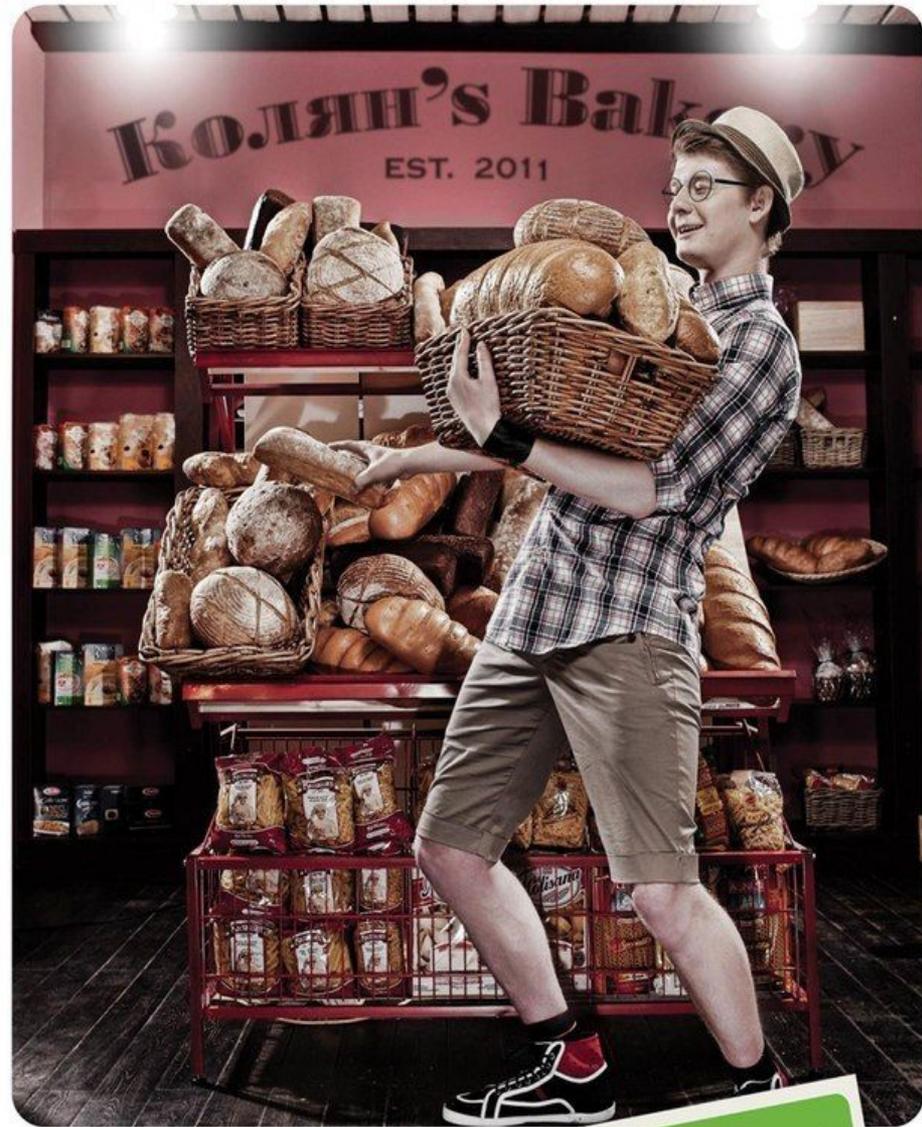
www.gosloto.ru
 (499) 27-027-27

* Предложение действует с 01 по 09 мая 2011 г.
 Подробности на сайте www.gosloto.ru





ВЫИГРАЙ 2 000 000 РУБЛЕЙ*
ИСПОЛНИ МЕЧТУ
 СДЕЛАЙ СТАВКУ НА МАЙ



www.gosloto.ru
 (499) 27-027-27

* Предложение действует с 01 по 09 мая 2011 г.
 Подробности на сайте www.gosloto.ru





*Hotel
La Famille*

The best location for a family holiday. Quiet, peaceful
four-star hotel with plenty of attractive rooms to suit
all members of the family. Whether you want to go
shopping or take in a show it's right on your doorstep.
Our friendly staff are here to help you every step of the way.

HOTEL LA FAMILLE

Sex Store



железные гвозди... это прошлое



МАКРОФИКС
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ № 901

МОНТАЖНЫЙ КЛЕЙ (холодная смесь)

Henkel

www.makrofix.com



Мысли в стиле Kiss!

Люблю
все новое, вкусное
и круглое!

МИНИСТЕРСТВО СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ:
УПОТРЕБЛЕНИЕ ОПАСНО ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ



И ЧТО ТАКОЕ ПЛОХО?

Мысли в стиле Kiss!



Если нельзя,
но очень
хочется,
то можно...

МИНЗДРАВСОЦРАЗВИТИЯ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: КУРЕНИЕ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

ULTIMATUM - НЕ ДЛЯ НЕЖНОЙ КОЖИ



**Пыль
сосу за
копейки**



999 руб.

Товар сертифицирован. Цена действительна от 01.01.08

☎ 5-000-000
27 магазинов в Москве

СЕТЬ МАГАЗИНОВ ЭЛЕКТРОНИКИ

ЭЛЬДОРАДО