

Департамент образования Администрации города Омска

Бюджетное образовательное учреждение
дополнительного образования города Омска
“Центр дополнительного образования детей ”Эврика”

Городской конкурс исследовательских работ и проектов
младших школьников “Я-исследователь”

Направление “Я-исследователь”

Тема работы
“Реклама на улицах города Омска”

Автор: ученица 4 “А” класса
БОУ “СОШ № 138”
Галимулина Нелли Сергеевна

Руководитель: учитель начальных классов
БОУ “СОШ № 138”
Андриянова Ирина Викторовна

Омск-2022

Оглавление:

Введение.....	3
1. История развития рекламы.....	3-4
2. Виды рекламы.....	5-7
3. Реклама в городе Омске.....	7-8
4. Разработка рекламного проекта.....	8-10
Выводы.....	10-11
Литература.....	12
Приложения.....	13-17

Введение

Реклама окружает людей повсюду. Многие считают рекламу ненужным, излишне навязчивым, оказывающим негативное влияние на общество явлением современности. Я не совсем с этим согласна и поэтому решила провести собственное исследование, цель которого - рассмотреть рекламу как особый вид творческой деятельности человека, создать собственный рекламный плакат.

Для достижения цели мной были поставлены следующие задачи

- изучить историю развития рекламы;
- рассмотреть виды рекламы и ее значение в современном обществе;
- исследовать рекламу, с которой мы сталкиваемся на улицах нашего города;
- разработать рекламный проект.

В процессе работы была изучена деятельность отечественных и зарубежных специалистов в области рекламы, учебная и научная литература, проводились наблюдения.

Реклама (фр. *reclame*, от лат. *reclamare* - выкрикивать) - мероприятия, имеющие целью оповещение о чем-либо, например товарах, зрелищах, услугах, оказываемых каким-либо предприятием, фабрикой, заводом, учреждением и т.д.

1. История развития рекламы.

Реклама - это не изобретение Нового времени. Ее истоки уходят в первобытную древность. В Античности используется уже развитая рекламная деятельность. Ее основной жанр - устные объявления, которые осуществляли на улицах *глашатаи*.

В Древней Греции существовала традиция: фирменным знаком отмечать предметы гончарного и художественного производства. Использовались и знаки собственности: тавро выжигалось не только на домашних животных, но и на “одушевленных предметах” - рабах. Так происходило освоение знаковых средств, приемов будущей рекламы.

Древний город Помпеи, “законсервированный” засыпавшим его вулканическим пеплом, донес до нас более полутора тысяч рекламных настенных надписей (*граффити*). В древнем городе рекламировались античные бани, продавались виллы. Истоки таких явлений, как рекламная афиша, плакат, торговая марка, также появились в Античности.

Более отчетливо они проявляются в эпохах Средневековья и Возрождения. В Западной Европе широко распространяется искусство *гравюры*. Первоначально это был рисунок, вырезанный на деревянной или каменной плоскости, с которой затем отпечатывались до сотни экземпляров рисунков на отдельных листах. Сравнительно широкому распространению гравюр способствовало начавшееся производство бумаги.

Летучий листок - прямой предшественник современных листовок, используемый в рекламных целях в эпоху Средневековья.

После изобретения книгопечатания на городских стенах по всей Европе расклеивались не только рукописные, но и печатные листовки разнообразного содержания. Осваивались новые способы их распространения - выставлениями их на всеобщее обозрение в расщепленном конце палки (*прообраз современных транспарантов*).

Петровское время, то есть первая четверть XVIII в., также донесло до нас многочисленные и разнообразные примеры рекламной деятельности. Значительный вклад в этот процесс внесли народные картинки - *лубки*. Лубки входили в каждый дом - от царских палат до крестьянских изб. Вот лубочные листы, рекламировавшие иноземную модную продукцию, озаглавленные “Французский магазин помады и духов”. Рисунок изображает стол, на котором множество банок и склянок с французскими этикетками.

Полноценный рекламный характер имеет подборка лубочных картинок, призванная уменьшить опасность эпидемии оспы. Листки эти пропагандировали необходимость прививок и пользовались богатым набором рекламных средств.

Рекламные объявления публиковались в газетах того времени, они выделялись в специальное приложение (*суплемент*). К примеру, в “суплементе” № 13 “Санкт-Петербургских ведомостей” за 1770 год мы читаем: “Продаются огурцы лучшего соления и примерного поведения кучер с женой”, “Желающие купить дворовую девку 13 лет могут спросить в Семеновском полку в офицерской линии”.

2. Виды рекламы.

Новая эпоха предоставила рекламной деятельности возможности, связанные с возникновением кино и телевидения, рекламная деятельность в современном мире наследует многовековые традиции. В настоящее время мы встречаемся с различными видами рекламы. Реклама окружает нас повсюду. Наиболее распространенными каналами доставки рекламы являются: телевидение, пресса, уличные средства распространения, радио и кино, реклама в сети Интернет.

Телевидение - один из наиболее совершенных каналов передачи рекламного обращения. Телевизионная реклама способна охватить огромное количество людей. Реклама на телевидении - самое дорогое средство распространения рекламы. Со всеми видами телерекламы мы сталкиваемся каждый день. некоторые телеролики очень хорошо запоминаются, особенно для детской и подростковой аудитории.

Газеты являются наиболее доступным для рекламы средством. В зависимости от периодичности, времени и места выпуска, профиля газеты делятся на ежедневные и еженедельные, утренние, вечерние и воскресные, центральные и местные.

Журналы представляют собой одно из наиболее эффективных средств передачи рекламного обращения. Пример - реклама косметики в женском журнале.

Наружная реклама размещается в местах, где у публики вполне достаточно времени, чтобы прочитать рекламный текст.

К средствам наружной рекламы относятся:

- плакатная реклама. Отпечатанные плакаты размещаются на щитах-билбордах;
- световые установки на крышах;
- городское оборудование (“уличная мебель”): фонари, скамейки, строительные леса, заборы, уличные часы, указатели улиц;
- жидкокристаллические экраны, размещенные в районах максимального скопления автотранспорта и пешеходов.

В нашем городе тоже очень много наружной рекламы.

Транспортная реклама делится на наружную (борта общественного транспорта, такси, грузовых автомобилей) и внутреннюю (внутрисалонные рекламные планшеты, наклейки, световые короба в метро, на вокзалах). Тысячи троллейбусов, автобусов и трамваев являются движущимися рекламоносителями, они украшены многоцветными рисунками и наклейками.

Реклама на радио - всепроникающий канал распространения рекламы: где бы вы ни были, радио есть всюду, даже там, где нет телевидения и хороших дорог.

Сувенирная реклама - вид рекламы, который используется для охвата будущих покупателей путем раздачи сувениров. Существуют основные категории сувениров: календари (настенные, настольные, карманные), изделия с надпечаткой (ручки, брелки, телефонные и записные книжки, футболки, бейсболки и т.д.)

Кинореклама оказывает сильное воздействие на аудиторию в силу особенностей технического характера: большие размеры и высокое качество изображения, высококлассное звуковое сопровождение.

Нетрадиционные виды рекламы. К таким видам можно отнести авиарекламу и “воздушную рекламу”: реклама на воздушных шарах, надувные крупномасштабные макеты товаров, размещаемые на улице. Иногда рекламное оформление наносится на отдельные части фюзеляжей пассажирских самолетов.

В последнее время появилась “космическая” реклама. Рекламоносителем служат специально подготовленные места корпуса ракеты. Спортивная реклама получает все большую популярность в нашей стране. Рекламные растяжки во время соревнований размещены на стадионах и в спортивных залах.

3. Реклама в городе Омске.

Заинтересовавшись данной темой, я решила выяснить:

- какие виды рекламы доступны омичам;
- на рекламу каких товаров обращают внимание мои сверстники;
- какой должна быть реклама, чтобы человек сразу обратил на нее внимание.

Практически все виды рекламы доступны населению города Омска.

Кабельное и спутниковое телевидение обеспечивает нас большим количеством разнообразной рекламы на экранах телевизоров.

Также население имеет возможность покупать и выписывать *газеты и журналы*, в которых публикуются рекламные объявления. На почте же я узнала, что газета бесплатных объявлений “*Из рук в руки*” раскупается очень быстро. Все родители моих друзей и товарищей ответили, что с особым интересом знакомятся с рекламой на интернет-сервисе “*Авито*”.

Мне удалось пообщаться с представителем типографии в нашем городе, которая рассказала, что *полиграфия* в рекламных целях применяется очень широко. Для представления своих товаров, услуг, работ исполнители заказывают плакаты, листовки, флаеры, буклеты, календари, визитки, наклейки биллборды, баннеры, печать на ручках, упаковке, других предметах.

Из наружной рекламы в Омске применяются *жидкокристаллические экраны и световые установки*. В полном объеме присутствует *плакатная реклама* на зданиях, а также активно используются для размещения рекламных объявлений *доски объявлений, заборы, столбы*.

Кроме того, в Омске активно используется *транзитная реклама*. Её мы наблюдаем как на внешней части транспортных средств, так и на внутренней, а также на остановках общественного транспорта. Данная реклама представлена

в текстовом, графическом, визуальном формате. Транзитная реклама узко направлена на размещение рекламной информации, которая напрямую обращена к людям, побуждающая к каким-то действиям или наталкивающая на какие-то выводы.

Зайдя в книжный магазин, можно найти много *продукции с надпечаткой*, например, на ручках или тетрадах. А из различных поездок мы тоже можем привезти рекламную продукцию – *брелки, сувениры*.

Путем опроса я выяснила, что на газетную рекламу мои ровесники обращают внимание в меньшей степени. Больше их привлекает реклама уличная и телевизионная. На что же именно подростки обращают внимание прежде всего? 1 место – реклама фильмов, телевизионных шоу; 2 место – гаджеты; 3 – напитки и еда. Только два человека и десяти ответили, что интересуются спортивной рекламой, а трое рекламой новых песен любимых исполнителей. Вывод – материальные потребности и развлечения у молодых людей стоят на первом месте.

На вопрос: какой должна быть реклама? – я получила следующие ответы: яркая, красочная, понятная, с музыкальным сопровождением и спецэффектами, содержательная.

Именно первыми тремя критериями я руководствовалась, создавая собственный рекламный плакат.

4. Разработка рекламного плаката.

В современной энциклопедии приводятся различные трактовки понятия “рекламный плакат”.

Рекламный плакат - это рекламное издание, размер которого может быть любым. Посвящается одному товару, в редких случаях - нескольким однородным товарам. Тираж плаката от нескольких тысяч до сотен тысяч экземпляров.

Рекламный плакат используется для оформления офисов, магазинов, выставочных залов и стендов, Для того, чтобы плакат дольше задержался в

офисе потенциального клиента или даже попал к нему домой, его иногда совмещают с календарем.

Рекламный плакат - единичное произведение искусства, броское (обычно цветное) изображение с кратким текстом (как правило, на большом листе бумаги), выполненное в агитационных, информационных или учебных целях.

Плакат должен восприниматься на большом расстоянии, выделяясь среди других источников информации. Чтобы привлечь внимание и интерес зрителя, активизировать его восприятие, нацелить в нужном направлении сознание, плакат использует специфические художественные средства. В плакате могут применяться: метафоры; общепонятные символы; сопоставление разномасштабных изображений, одновременных и происходящих в различных пространствах событий; обобщение формы предметов. Важную роль в плакате играет характер шрифта и расположение текста, яркое условное декоративное цветовое решение. В систему изобразительных средств плаката иногда вводится фотография.

Я решила создать плакат, который рекламирует корм для домашних животных. У меня дома есть две кошки, они очень любят корм “Фаворит”. Но данный товар практически не рекламируется.

Корм “Фаворит” прекрасно сбалансированный корм, который содержит все питательные вещества, необходимые взрослой кошке. Оптимальное содержание кальция и витаминов обеспечивают гармоничное развитие. Отличный вкус для любителей полакомится. Не содержит искусственных красителей. Для того, чтобы подготовить свой рекламный проект, я рассмотрела образцы рекламных плакатов корма для домашних животных в Интернете.

Вот что у меня получилось:



Плакат яркий, в нем использованы рисунки симпатичных домашних кошек, которые никого не оставят равнодушными; текст на плакате короткий и запоминающийся, его может прочесть и запомнить даже ребенок. Считаю, что он привлечет внимание и интерес покупателей. Этот рекламный плакат можно разместить в зоомагазинах, в транспорте, в газетах и журналах.

Выводы

Истоки рекламы уходят в древность. В Античности и Средневековье уже используется развитая рекламная деятельность. Ее основной жанр- устные объявления с богатым набором словесных, звуковых, изобразительных приемов, создающих рекламные образы и специфические рекламные тексты; ее цель- активно проникать в психику потенциального покупателя, приковывать его внимание, пробуждать желания и волеизъявления, подталкивать к выгодным для рекламодателей действиям. Истоки таких явлений, как рекламная афиша,

плакат, торговая марка, рекламная акция, также появляются в Античности. Более отчетливо они проявляются в эпохах Средневековья и Возрождения. В XVIII в. появились многочисленные и разнообразные примеры рекламной деятельности: устная речь, лубок, гравюра, печатные тексты и разнообразные рекламные акции (шествия, манифестации, фейерверки).

Наша эпоха предоставила рекламной деятельности возможности, связанные с возникновением кино и телевидения; рекламная деятельность в современном мире наследует многовековые традиции. Реклама окружает нас повсюду. В настоящее время мы встречаемся с различными видами рекламы.

Наиболее распространенными каналами доставки рекламы являются:

- телевидение;
- пресса;
- уличные средства распространения;
- радио и кино

С развитием компьютерных сетей и широким распространением Интернета к основным каналам распространения рекламы также относится реклама передаваемая по сети Интернет.

Проведенное исследование доказывает, что реклама была всегда необходима человеку. Она помогает ему ориентироваться в окружающем мире. Создание рекламы - это нужное и интересное, творческое занятие.

Литература

1. Васильев Г.А. Основы рекламной деятельности: учебное пособие для вузов / Г.А. Васильев, В.А. Поляков.-М.:ЮНИТИ-ДАНА,2004.
2. Карпова С.В. Рекламное дело: учебно-методическое пособие и практикум / С.В. Карпова. - М.: Финансы и статистика, 2007.
3. Мудров А.Н. Основы рекламы учебник / А.Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006.
4. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник. - 9-е изд., перераб. и доп. / Ф.Г. Панкратов {и др.}. - М.: Дашков и К. 2007

Приложения

1. Примеры наружной рекламы в городе Омске







2.Мой рекламный проект



