

АНГЛОМОВНА РЕКЛАМА У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Виноградська Ю. О., студ. ПР-62,
Чуланова Г.В., ст. викладач

Сучасна реклама є невід'ємною ознакою повсякдення та, водночас, частиною культури, оскільки вона активно впливає на формування ціннісно-нормативної системи людини, її поведінку, а також відіграє значну роль у процесах соціокультурної динаміки сучасного суспільства.

З появою нових електронних засобів масової інформації реклама перестає бути видом односторонньої комунікації, в якій адресат є пасивним учасником комунікативного акту. Всесвітня мережа Інтернет, об'єднавши технологічні можливості інших засобів масової інформації, сприяла перетворенню реклами на двосторонній вид комунікації, а адресата – на активного учасника рекламного процесу.

Реклама – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку.

Віртуальна реклама (в іншій термінології – комп'ютеризована, комп'ютерна, електронна, Інтернет-реклама) – складний комунікативний процес передачі рекламної інформації електронним шляхом за допомогою текстових та графічних повідомлень. Найпопулярнішим різновидом віртуальної реклами є банерна реклама, яка здійснюється засобами статичних чи динамічних графічних або текстових рекламних блоків – банерів.

Двосторонність комунікації пояснюється інтерактивністю банерної реклами – можливістю встановлення контакту з адресатом рекламного повідомлення, його невербальна реакція (активізація рекламного банера), двосторонній обмін інформацією між користувачем та рекламодавцем. Своєю інтерактивністю банерна реклама завдячує гіпертекстовому формату рекламного носія.

Інтерактивність можна ретельно розглянути на основі лексико-стилістичних та невербальних складових віртуальної реклами. До лексико-стилістичних складових відносять компресію, різнорівневі повтори, а також дейктичні знаки. До невербальних складових відносять ергономічні характеристики, анімацію, кольорову палітру та графічні елементи.

Таким чином, як усі інші види реклами віртуальна реклама покликана інформувати, переконувати, спонукати до дій, формувати смаки, стиль життя тощо.