

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК РЕКЛАМНИХ ЗАСІБ

Чемерис Д.О., Кучерук Д.В.

Телебачення є одним з і найбільш ефективних рекламних засобів. Небагато можна знайти домівок де б не було телевізора. Люди дивляться телебачення вдома, в атмосфері відпочинку і розваги, а також на роботі. Тому для виробників популярних товарів реклама на телебаченні є „ударним засобом”, оскільки воно доставляє рекламу прямо в квартири, де її можуть побачити реальні і потенційні покупці. Крім того реалістичністю, козирною карткою телебачення є поєднання кольору, звуку та дії.

Рекламні ролики, як правило, представляють найрізноманітніші товари, від реклами продуктів харчування, лікарських засобів, товарів побутової хімії та техніки промислового призначення. Останнім часом на екранах почала з'являтися реклама дорогих товарів та послуг.

Але попри всю реалістичність телебачення має власні вади, які дратують аудиторію – це довгі або численні ролики які постійно повторюються, заважаючи перегляду улюбленої телепередачі.

Слід зазначити, що серед засобів реклами виділяють також як пресу, радіо, та зовнішню рекламу.

Всі рекламні засоби мають свої переваги та недоліки. На відміну від телебачення яке легко впливає на свідомість аудиторії, сприйняття рекламних оголошень у пресі потребує певних зусиль.

Рекламне оголошення в газеті має боротися за увагу читача, який цікавиться також розташованими поруч статтями.

Що стосується радіо – радіо люди можуть слухати радіо в той час, коли вони не мають можливості дивитися телевізор. Мобільність радіо робить його одним з найдоступніших засобів реклами, але на відміну від інших засобів його не можна побачити і фізично оцінити.

Головним недоліком зовнішньої реклами є її неспроможність містити детальний текст, можливість пошкодження плакату хуліганами або погодою.

На даному етапі розвитку суспільства та технологій, телебачення залишається найбільшим засобом отримання інформації. Тому телебачення є одним з найперспективніших носіїв реклами.