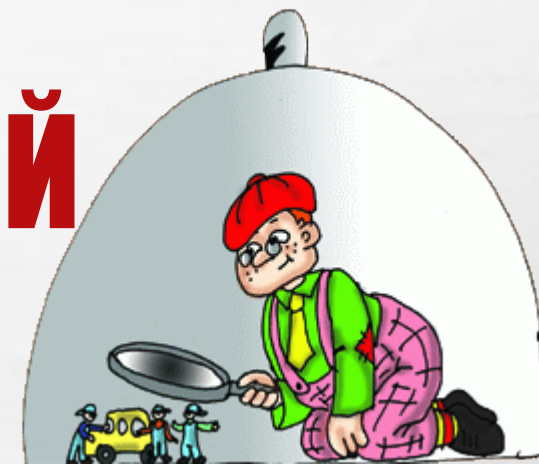


# СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



**КАНДИДАТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ  
КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ ЗНАНИЯ  
МГУ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА  
ФЕДУЛОВА АЛЛА ВИКТОРОВНА**



### Продавать машину знакомым?

У тебя запчасти остались? Можно буду завезти, если что?

Я тебе до конца года выплачу, хорошо? Тебе же деньги сейчас не нужны...

А кто тебе машину заделывал? Надеюсь, не Сирбины ребята?

А замки на правой двери не перебрали? Жена то у тебя всегда хлопает сильно.

Ты же конен вроде для ней купил? Не поставил... зажал, значит?

или потратить 5 минут, чтобы разместить объявление на [www.avito.ru](http://www.avito.ru)

7 000 000 покупателей каждый месяц на **AVITO.RU**

с 5 сентября  
20:00 ПОНЕДЕЛЬНИК-ЧЕТВЕРГ

# СМОТРИ У МЕНЯ!

# ОЛЬГА

ПРЕМЬЕРА КОМЕДИЙНОГО СЕРИАЛА

16+



# РЕКЛАМА

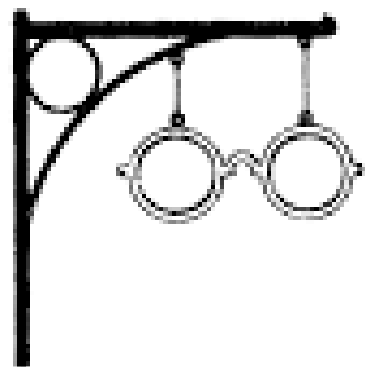
- **ОТ ЛАТ. *RECLAMO* (КРИЧАТЬ)–ИНФОРМАЦИЯ О ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВАХ ТОВАРОВ И РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ УСЛУГ С ЦЕЛЮ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ, СОЗДАЮЩИЯ СПРОСА НА НИХ;**
- **ОТ ФР. *RECLAME* –ИНФОРМАЦИЯ, РАСПРОСТРАНЕННАЯ ЛЮБЫМ СПОСОБОМ В ЛЮБОЙ ФОРМЕ;**
- **РАСПРОСТРАНЯЕМАЯ В ЛЮБОЙ ФОРМЕ, С ПОМОЩЬЮ ЛЮБЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИЯ О ФИЗИЧЕСКОМ ИЛИ ЮРИДИЧЕСКОМ ЛИЦЕ, ТОВАРАХ, ИДЕЯХ И НАЧИНАНИЯХ (РЕКЛАМНАЯ ИНФОРМАЦИЯ), КОТОРАЯ ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОГО КРУГА ЛИЦ И ПРИЗВАНА ФОРМИРОВАТЬ ИЛИ ПОДДЕРЖИВАТЬ ИНТЕРЕС К ЭТИМ ФИЗИЧЕСКОМУ, ЮРИДИЧЕСКОМУ ЛИЦУ, ТОВАРАМ, ИДЕЯМ И НАЧИНАНИЯМ И СПОСОБСТВОВАТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ, ИДЕЙ И НАЧИНАНИЙ.**



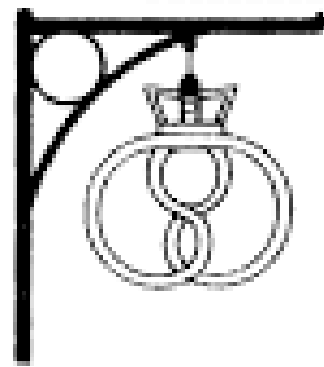
«Он прекрасно слышит обоими ушами,  
видит обоими глазами. Гарантирую его  
умеренность в пище, честность и  
покорность».



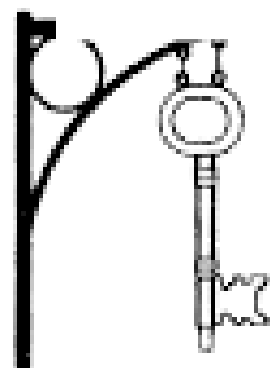




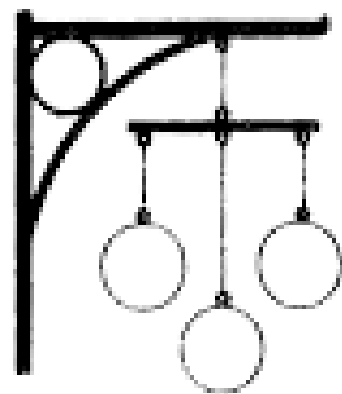
Оптик



Пекарь



Слесарь по замкам



Ростовщик

D. C.      Numd. 1.

# The Boston News-Letter.

Published by Authority.

From Monday April 17. to Monday April 24. 1704.

London Flying-Post from Decemb. 24. to 4th. 1703.

**L**etters from Scotland bring us the Copy of a Sheet lately Printed there, Intituled, *A Reasonable Alarm for Scotland. In a Letter from a Gentleman in the City, to his Friend in the Country, concerning the present Danger of the Kingdom and of the Protestant Religion.*

This Letter takes Notice, That Papists swarm in that Nation, that they traffick more avowedly than formerly, & that of late many Scores of Priests and Jesuites are come thither from France, and gone to the North, to the Highlands & other places of the Country. That the Ministers of the Highlands and North gave in large Lists of them to the Committee of the General Assembly, to be laid before the

From all this he infers, That they have hopes of Assistance from France, otherwise they would never be so impudent; and he gives Reasons for his Apprehensions that the French King may send Troops thither this Winter, 1. Because the English & Dutch will not then be at Sea to oppose them. 2. He can then best spare them, the Season of Action beyond Sea being over. 3. The Expectation given him of a considerable number to joyn them, may encourage him to the undertaking with fewer Men if he can but send over a sufficient number of Officers with Arms and Ammunition.

He endeavours in the rest of his Letters to answer the foolish Pretences of the Pretender's being a Protestant, and that he will govern us according to Law. He says, that being bred up in the Reli.



# Пилюли АРА



Одна  
Пилюля  
на нощь  
и съ утра съ Богомъ  
за работу.

**ПЕРВОЕ РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО**

**«АЙЕР И СЫН»**

**1890 Г.**

**ФИЛАДЕЛЬФИЯ**





# **ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИИ РЕКЛАМЫ**

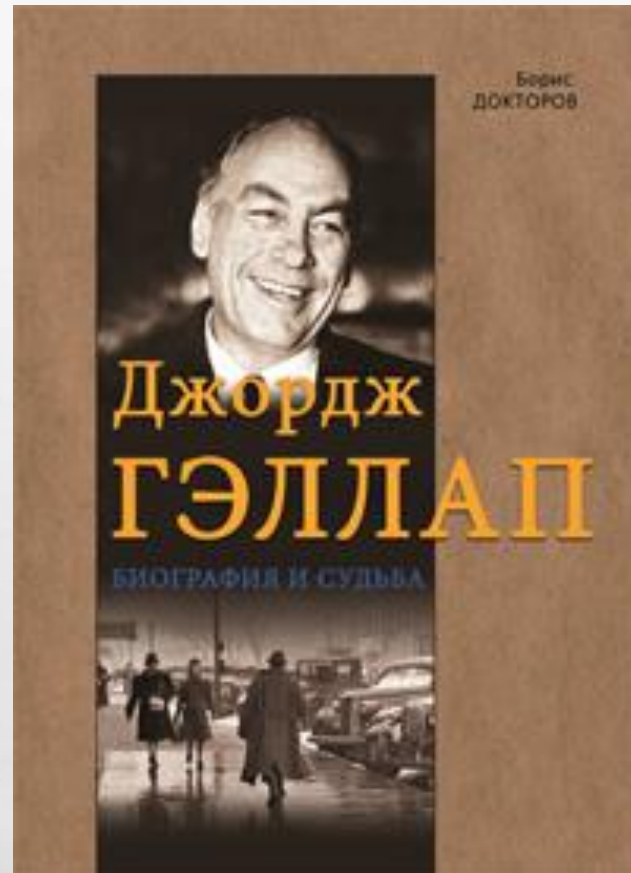
**- РЕКЛАМНЫЙ ПРОЦЕСС И ЕГО  
УЧАСТНИКИ.**

# **ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИИ РЕКЛАМЫ**

**ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ФЕНОМЕНА; ТО, КАК ОН ТРАНС-  
ФОРМИРУЕТ ПОЗИЦИИ ВКЛЮЧЕННЫХ В НЕГО АКТОРОВ И КАК  
ВЛИЯЕТ НА ВНЕШНЮЮ ДЛЯ НЕГО ОБЩЕСТВЕННУЮ СРЕДУ;  
КАКОЕ ВЛИЯНИЕ НА САМО РЕКЛАМИРОВАНИЕ ОКАЗЫВАЮТ  
РАЗНООБРАЗНЫЕ УСТОЙЧИВЫЕ ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ.**

# **ПРИКЛАДНАЯ ОБЛАСТЬ СОЦИОЛОГИИ РЕКЛАМЫ:**

**ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОЙ АУДИТОРИИ,  
ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА И  
РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА АУДИТОРИЮ.**









# ПОНЯТИЕ «РЕКЛАМА» ПРИЖИВАЕТСЯ В РОССИИ ТОЛЬКО В XVIII В.



СМОТРИ, ДУШЕЧКА,  
МАКАРОНЫ  
**ЗНАТНЫЕ**  
К ОБЕДУ ПРИОДЕЛИСЬ!

**ЗНАТНЫЙ ВЫБОР И ЗНАТНОЕ КАЧЕСТВО!**  
1<sup>А</sup> ПЕТЕРБУРГСКАЯ МАКАРОННАЯ ФАБРИКА

[Sostav.ru](http://Sostav.ru)

Товар сертифицирован

**ЛУЧШИХ СОСОК**

**НЕ БЫЛО И НЕТ**



**ГОТОВ СОСАТЬ ДО СТАРЫХ ЛЕТ**

**ПРОДАЮТСЯ ВЕЗДЕ**

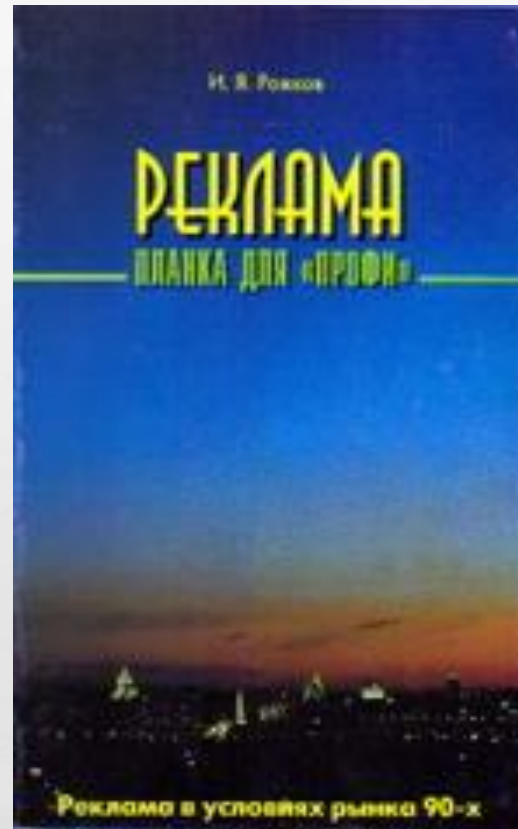
**РЕЗИНОТРЕСТ**









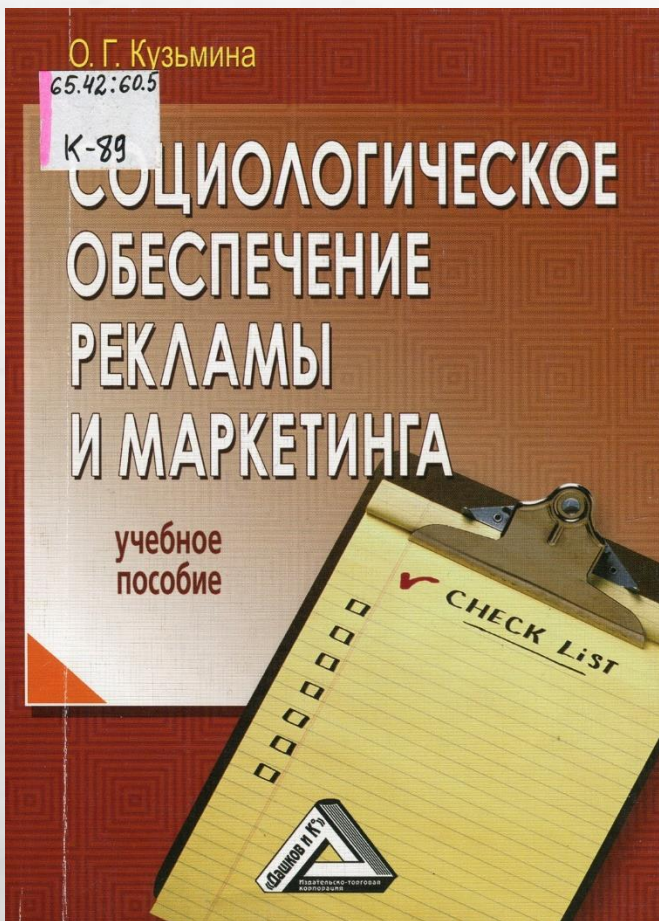


И. В. Рожков

# РЕКЛАМА

ПЛАНКА ДЛЯ «ПРОФИ»

Реклама в условиях рынка 90-х



# **СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ РЕКЛАМЫ (СТОЛКОТТ ПАРСОНС И РОБЕРТ МЕРТОН)**

**ПОЛЕЗЕН ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИОЛОГАМИ ФУНКЦИЙ И ДИСФУНКЦИЙ  
РЕКЛАМЫ В СОЦИУМЕ И ЕГО СТРУКТУРАХ, ПРИ ПОСТРОЕНИИ  
НОРМАТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ, ДЛЯ УСТАНОВЛЕНИЯ  
ВЗАИМОСВЯЗИ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ И АУДИТОРИИ.**

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ:

**ВЕЧЕРНИЕ ПЛАТЬЯ**  
*ПИАР*  
[www.platya-piar.ru](http://www.platya-piar.ru)

от **2000** РУБ.

к любому платью  
подберем **ОБУВЬ**

опт и розница  
ул.Лелюшенко 19/4  
8(929)818-26-65

при покупке платья  
аксессуар  
в подарок



# КОММУНИКАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ



# СОЦИАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ



# **СОЦИАЛЬНЫЕ ДИСФУНКЦИИ РЕКЛАМЫ:**

**ПАТОЛОГИЯ СИСТЕМЫ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ,  
ВЫРАЖАЮЩАЯСЯ В ДУХОВНОЙ ДЕЗОРИЕНТАЦИИ,  
УТРАТЕ СМЫСЛА ЖИЗНИ, НЕВОЗМОЖНОСТИ  
ВЕРИТЬ ВО ЧТО-ЛИБО.**

**ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ  
МАНИПУЛЯЦИЙ  
СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ:  
- АГРЕССИЯ**





# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ: - БОЛЬ



# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ: - БЕСПОМОЩНОСТЬ



# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ : - СТРАХ СМЕРТИ



# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ: ЦИНИЗМ



# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ: - УНИЧИЖЕНИЕ



# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ: - ДОМИНИРОВАНИЕ



УМНОЖАЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ КОМПЬЮТЕРОВ.  
ПОВЫШАЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОТРУДНИКОВ.

ПРОЦЕССОР INTEL® CORE™ 2 DUO.  
ДО 48% БОЛЬШЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА.  
До сих пор вас беспокоило, что компьютер не работает достаточно быстро? Intel Core 2 Duo для настольных компьютеров демонстрирует значительные преимущества, чтобы вы могли повысить производительность и надежность бизнеса, повысить эффективность сотрудников и повысить производительность технологий компании с Intel®

www.intel.ru/business

# ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ МАНИПУЛЯЦИЙ СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ - СЕКС

2GIS Омск октябрь 2012 Далее >  
Загрузка завершена

 **НОВА★ТОР**  
экспресс-гипермаркет

Звезда, 39  
Мира, 69  
70 лет Октября, 12  
(скоро)



**САМЫЙ КОМПАКТНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ**



**СКБ-БАНК**

Ну как тебе деньгами не помочь?

Позв. Владимир Вишневский  
8-800-1000-600 (звонок бесплатный)

**КРЕДИТ «НА ВСЁ ПРО ВСЁ»** от **14,9%**

Кредит предоставляется по заявлению клиента на срок до 12 месяцев. Ставка 14,9% годовых. Для получения кредита необходимо предоставить справку о доходах и подтверждение занятости. Подробные условия кредитования на сайте skb-bank.ru





You eat what you touch.





КОВРЫ  
И КОВРОВЫЕ  
ПОКРЫТИЯ  
СО ВСЕГО  
МИРА

ПОВОЛЖСКИЙ  
КОВРОВЫЙ  
ЦЕНТР

Бр. Коростелевых 3  
70 42 43

ABSOLYOT



**ПИВУ ЕСТЬ АЛЬТЕРНАТИВА**

НИКОМ  
РЕКЛАМА  427  
49-90-60

«Я ДЕВУШКА, Я НЕ ХОЧУ  
ПРО ПОЛИТИКУ, Я ХОЧУ  
СВОЙ ТЕЛЕКАНАЛ!»

**Ю**  
ДЛЯ ТЕБЯ

© 2015 Ютуб. Все права защищены.

The advertisement features a black cat with yellow eyes, dressed as a young girl with a red polka-dot headscarf, a denim vest, and a red beaded necklace. The background is red with white hand-drawn icons: stars, a crown, glasses, a pencil, and a small cat face. The text is in white, and the Yutube logo is in blue and white.

**КОНЦЕПЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО ИНТЕРАКЦИОНИЗМА  
ДЖОРДЖА ГЕРБЕРТА МИДА  
СТАДИИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА:  
1) ИМПУЛЬС;**



**КОНЦЕПЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО ИНТЕРАКЦИОНИЗМА  
ДЖОРДЖА ГЕРБЕРТА МИДА  
СТАДИИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА:  
2) ВОСПРИЯТИЕ;**



**ТЕСНОВАТО?** ЭТАЛОН-инвест

КВАРТИРЫ  
и СТУДИИ  
от 2,6 млн. р.

ИЗУМРУДНЫЕ ХОЛМЫ  
(495) 988-88-99

The advertisement features a cartoon dog with a large bushy tail and a blue snorkel, swimming inside a glass fishbowl. The background is white with blue and green accents. The text is in bold, sans-serif fonts.

**КОНЦЕПЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО ИНТЕРАКЦИОНИЗМА  
ДЖОРДЖА ГЕРБЕРТА МИДА  
СТАДИИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА:  
3) МАНИПУЛЯЦИИ;**





**КОНЦЕПЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО ИНТЕРАКЦИОНИЗМА  
ДЖОРДЖА ГЕРБЕРТА МИДА  
СТАДИИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА:  
4) ПОТРЕБЛЕНИЕ.**



# **КОНЦЕПЦИЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО ИНТЕРАКЦИОНИЗМА ДЖОРДЖА ГЕРБЕРТА МИДА**

**ЦЕЛОСТНОСТЬ ОБЩЕСТВА ДОСТИГАЕТСЯ ОДИНАКОВЫМ ВОСПРИЯТИЕМ СИМВОЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ И ЖЕЛАНИЕМ ИХ РАЗДЕЛИТЬ.**

**ЛЮБОЙ ВОВЛЕЧЕННЫЙ В ИНТЕРАКЦИЮ ЧЕЛОВЕК ОБЯЗАН ПРИНЯТЬ УСТАНОВКИ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕКЛАМИРУЕМОМУ ОБЪЕКТУ.**

**В РЕЗУЛЬТАТЕ, ФОРМИРУЕТСЯ ЕДИНАЯ УСТАНОВКА, НОСЯЩАЯ НАЗВАНИЕ «ОБОБЩЕННОГО ДРУГОГО».**

# ОТНОШЕНИЕ К КУРЕНИЮ В РЕКЛАМЕ



oct 1950

I had the cream in "Duh-Duh-Rah"  
To show the town we had!  
But when it comes to cigarettes,  
I cheer for lucky Strike!

I really am a Lucky girl.  
Just give me P.L.O.  
To show the town how much I know,  
L.S.M.F.T. means F.T.

## Be Happy- Go Lucky!

Enjoy your cigarette! Enjoy truly fine tobacco that combines both perfect mildness and rich taste in one great cigarette - Lucky Strike!

Perfect mildness? You bet. Scientific tests, confirmed by three independent consulting laboratories, prove that Lucky Strike is milder than any other principal brand. Rich taste? Yes, the full, rich taste of truly fine tobacco. Only fine tobacco gives you both real mildness and rich taste. And Lucky Strike means fine tobacco. So enjoy the happy blending that combines perfect mildness with a rich, true tobacco taste. Be Happy-Go Lucky!

LS/M.F.T.-  
Lucky Strike  
Means Fine Tobacco

Some cheer this and some cheer that.  
But when all's said and done...  
For rich, true taste and mildness, too,  
Lucky Strike's the one!



МИНИСТЕРСТВО  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

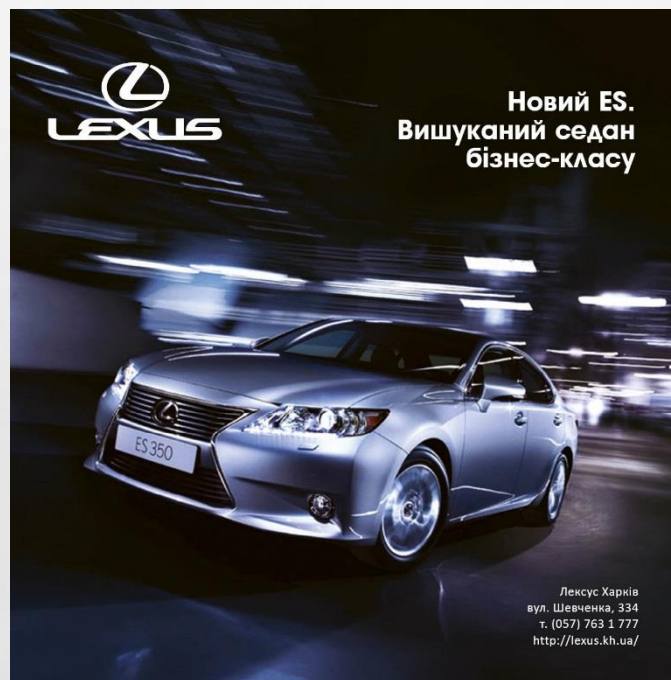
## СОРВИСЬ С КРЮЧКА!

Российский курильщик зависит  
от **6 570** сигарет в год

8 (800) 200 0 200 центр отказа от курения  
Nikotin-ubivatel.ru

**ВСЕ РАВНО?!**

# КОНЦЕПЦІЯ «ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ» ТЕРМИН «СИМУЛЯКР» ЖАНА БОДРИЙЯРА



# **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА**

**- ЭТО ВИД КОММУНИКАЦИИ, КОТОРЫЙ НАПРАВЛЕН НА ФОРМИРОВАНИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК И ЦЕННОСТЕЙ, А ТАКЖЕ ОКАЗЫВАЮЩИЙ СИЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА РЕШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ПРОБЛЕМ.**

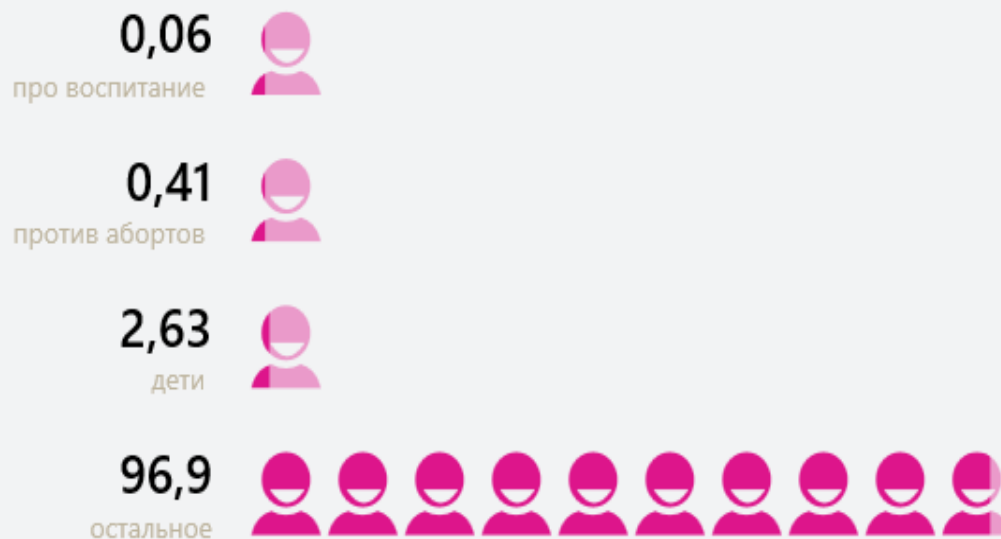
# КОЛИЧЕСТВО ВИДЕОРОЛИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В «ВКОНТАКТЕ» И «YOUTUBE».

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА (КОЛИЧЕСТВО ВИДЕОЗАПИСЕЙ)

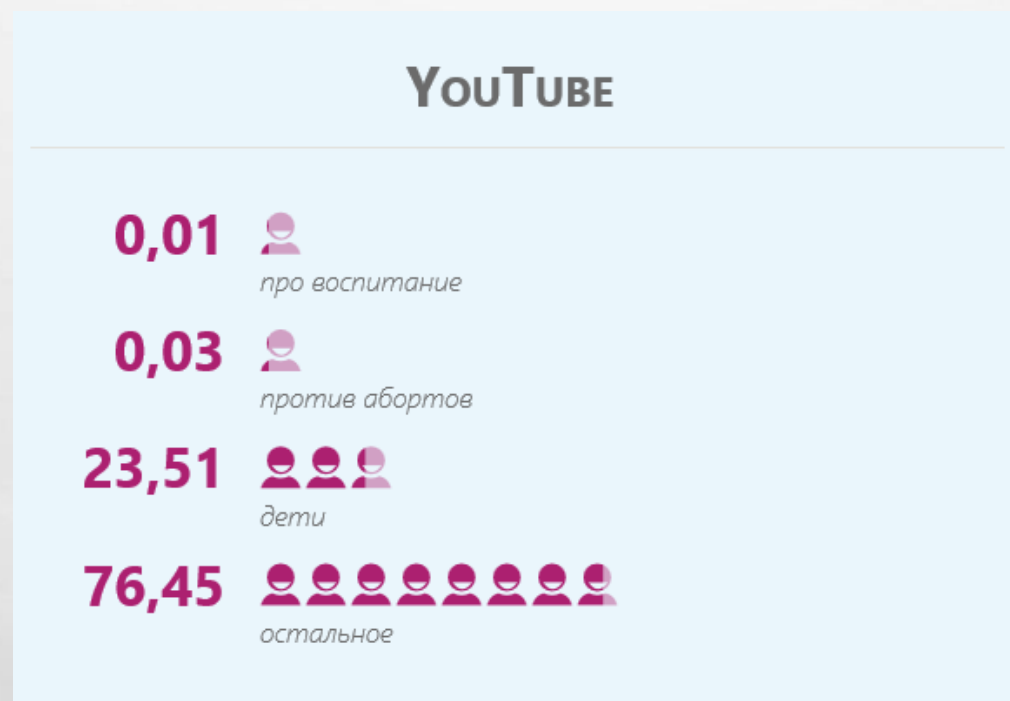


# ТЕМАТИКА И КОЛИЧЕСТВО ВИДЕОРОЛИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ».

## Вконтакте



# ТЕМАТИКА И КОЛИЧЕСТВО ВИДЕОРОЛИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ВИДЕО-ХОСТИНГЕ «YOUTUBE».



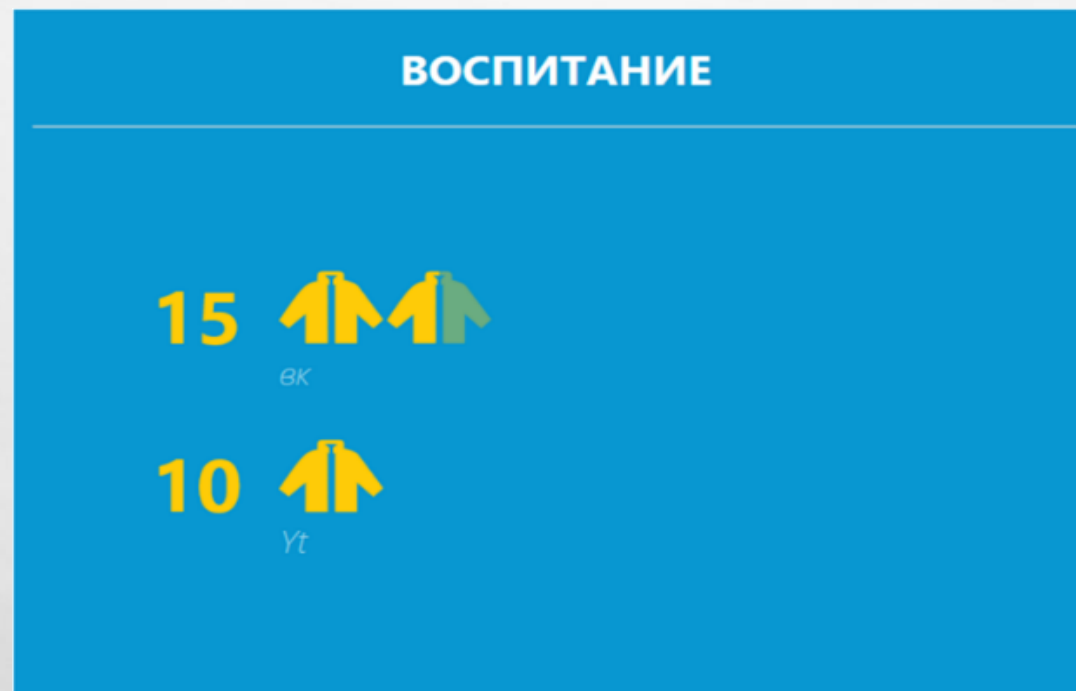


# КОЛИЧЕСТВО СОЦИАЛЬНЫХ РОЛИКОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ ОТКАЗУ ОТ АБОРТОВ В ВИДЕО-ХОСТИНГЕ «YOUTUBE» И СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ».

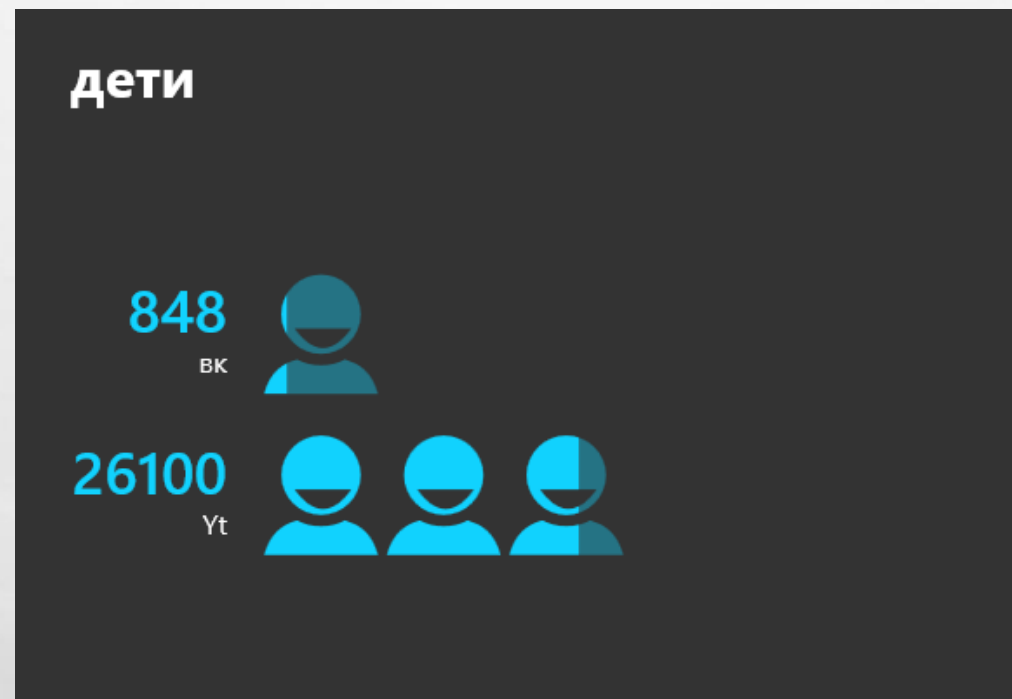
## Против абортов



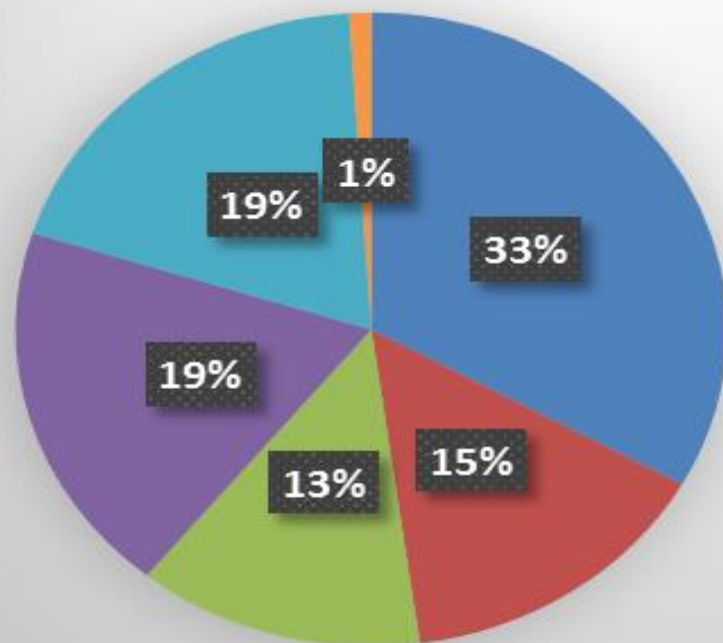
# КОЛИЧЕСТВО РОЛИКОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ ТЕМЕ ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ В ВИДЕО-ХОСТИНГЕ «YOUTUBE» И СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ».



# КОЛИЧЕСТВО СОЦИАЛЬНЫХ РОЛИКОВ, ВЫДАВАЕМЫХ НА ЗАПРОС «ДЕТИ» В ВИДЕО-ХОСТИНГЕ «YOUTUBE» И СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ».

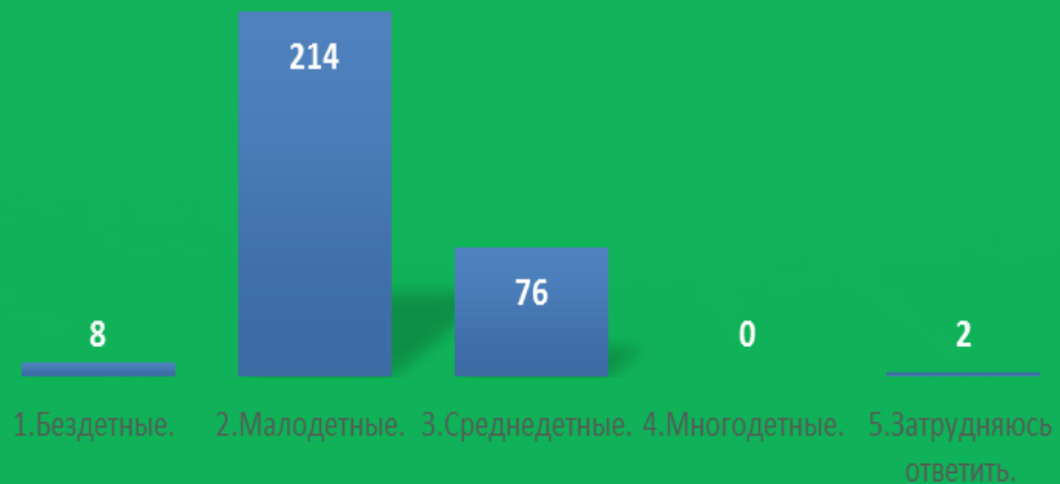


## Что, по Вашему мнению, относится к демографическим проблемам?



- 1. Низкий уровень рождаемости
- 2. Отсутствие материальных благ
- 3. Проблемы, связанные со здоровьем людей
- 4. Снижение численности населения страны
- 5. Высокий уровень смертности
- 6. Затрудняюсь ответить

По Вашему мнению, какой тип семей с детьми характерен для современной России?



**ТРЕТИЙ РЕБЁНОК -  
ТРОЙНОЕ БОГАТСТВО  
В ТРЕТЬЕМ ТЫСЯЧЕЛЕТИИ!**





# Они родились **третьими...**

Юрий Алексеевич Гагарин

(1934–1968)

Русский летчик,  
Первый в мире космонавт

*Короленко*

~~ДЕТИ~~ ПОДЗЕМЕЛЬЯ

*каждые сутки в России совершается 6850 аборт*

*Сохраним наше наследие!*



Семья бесценна,  
**КОГДА ПЛНОЦЕННА!**

Когда в ней двое и более детей.



Наделите себя полноценным семейным счастьем!



# Родители?

**КУРЕНИЕ** ВЫЗЫВАЕТ БЕСПЛОДИЕ

**ВСЁ РАВНО?!**

По Вашему мнению, российская социальная реклама может повлиять на решение семей о рождении второго/ третьего ребенка?



# **РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ О ТОМ, ЧТО ПРИВЛЕКАЕТ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ БОЛЬШЕ ВСЕГО?**

- **ИНТЕРЕСНОЕ, НЕОБЫЧНОЕ ИСПОЛНЕНИЕ - 32,60%;**
- **ЗДРАВЫЕ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ- 26,30%;**
- **ПРОСЛАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ ГУМАНИЗМА - 8%;**
- **ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ, ЦЕННЫЕ СОВЕТЫ - 12%;**
- **ЗВУЧНЫЙ, КРИЧАЩИЙ СЛОГАН - 13,30%;**
- **ОТОБРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ПРОБЛЕМ»- 28%;**
- **НИЧЕГО НЕ ПРИВЛЕКАЕТ»- 10%;**
- **ДРУГОЕ (НАПИШИТЕ, ЧТО ИМЕННО - 3,66%.**

# **ВАРИАНТЫ, КОТОРЫЕ, ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮТ В ЦЕЛОМ РОССИЙСКУЮ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ:**

- **АКТУАЛЬНАЯ - 30,3%;**
- **БЕССМЫСЛЕННАЯ - 23,3%;**
- **НЕЗАМЕТНАЯ - 23,3%;**
- **ОТТАЛКИВАЮЩАЯ -25,3%;**
- **ПУГАЮЩАЯ -15,0%.**
- **ПОБУЖДАЮЩАЯ К ДЕЙСТВИЮ-12,6%.**

**КУРИТЬ В ПРИСУТСТВИИ РЕБЁНКА — ЕЩЁ БОЛЬШАЯ ПЫТКА ДЛЯ НЕГО**



**ВСЁ РАВНО?!**

 **News Outdoor**

Внимание к людям —  
внимание людей

# **СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ, ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ, НЕ ХВАТАЕТ:**

- **КАЧЕСТВЕННОГО ИСПОЛНЕНИЯ ДОНОСИМОЙ ИНФОРМАЦИИ - 37,6%;**
- **ЯРКИХ ЗАПОМИНАЮЩИХСЯ СЮЖЕТОВ - 30%,**
- **БОЛЕЕ АКТИВНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЧЕРЕЗ СМИ - 28%;**
- **ПРОСТОГО И ДОХОДЧИВОГО СМЫСЛА - 24%;**

# **ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ:**

- 1\7-15,3%;
- 2\7-20,0%;
- 3\7 - 32,0%;
- 4\7 - 22,0%;
- 5\7 - 8,0%;
- 6\7 - 2,7%;
- 7\7 - 0,0%.



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

