

ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА ЖИТТЯ ЛЮДИНИ

Чумаченко О. О.

Науковий керівник – доц. Годлевська В. Ю.

Внаслідок розвитку інформаційних технологій сучасний світ вже є немислимим без реклами, що нині проникає в усі сфери суспільного життя. Ми зустрічаємось з рекламою скрізь: на сторінках газет та журналів, в громадському транспорті, в теле- та радіо-ефірі, у Всесвітній мережі Інтернет.

Відношення до реклами є досить неоднозначним та суперечливим. Комерційна реклама є невід'ємною частиною сучасної економіки. Вона – рушій торгівлі. Але з іншого погляду – вона давно вже перестала бути просто джерелом інформації про товари і послуги, вона стала могутнім засобом впливу та маніпуляцією людиною. Головні негативні моменти цього впливу полягають у тому, що реклама спричиняє стереотипізацію мислення, нав'язує готові моделі й стандарти життя. Реклама навіює людині думку, що якщо вона купить ту чи іншу річ, то вона стане щасливішою, привабливішою, успішнішою, що це сприятиме підвищенню її статусу. Люди оцінюють себе та інших в залежності від того, чим вони володіють, а не від їхніх особистих якостей. Так формується система цінностей, орієнтована виключно на споживання.

Проблемна ситуація полягає в тому, що не дивлячись на те, що реклама – річ, корисна в діяльності рекламодавця, вона у той же час може згубно впливати на здоров'я та психіку людей, а її подальший розвиток може корінним чином змінити соціальні відносини у суспільстві.

Нами було проведено соціологічне дослідження на тему «Вплив комерційної реклами на життя людини», метою якого було визначення думки студентів щодо впливу, який здійснює реклама на життя людини, та пошуку можливих варіантів його зменшення у разі його негативного характеру. В ході дослідження була підтверджена гіпотеза щодо негативного впливу на життя людини виправдалась. Перегляд реклами у багатьох випадках викликає в людей негативні руйнівні емоції, підвищує їх роздратованість, виснажуючи нервову систему, що згубно впливає на здоров'я людини в цілому. Крім того, комерційна реклама здатна навіть вносити корективи в ціннісну орієнтацію людини – змінюючи напрямок від духовного до матеріального. Отже, необхідно звести імовірність перегляду реклами до мінімуму, але пересічному громадянину нашої країни це не під силу, адже цілком зовсім відгородити себе від реклами пересічному громадянину України майже не під силу. Таким чином, в умовах динамічного розвитку рекламних технологій є дуже важливим навчитись захищатись від них. Здійснити це можна, насамперед, через підняття рівня свідомості та осмислену фільтрацію інформації, що кожного дня проходить через на людину.