

**ФГБОУ ВПО БАШКИРСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**



**Динамика изменения ценностных  
ориентаций общества в зеркале  
современной рекламы**

**Выполнила: Шайхлисламова Эльза Рамилевна  
Науч. рук-ль: к.с.н., Петрова Лилиана Рафиковна**

- Реклама не только распространяет информацию о товарах и услугах, но и отображает различные ценности этого общества, его социальную структуру и культуру. В рекламных продуктах ценности выступают фактором, играющим определенную роль в регуляции социальных взаимодействий. Ценности выступают как: желательное, предпочтительное для данного индивида, социальной общности, общества, т.е. социального субъекта состояние социальных связей, содержание идей; критерий оценки реальных явлений; они определяют смысл целенаправленной деятельности; регулируют социальное взаимодействие; внутренне побуждают к деятельности.

- **Объект исследования** – современная российская реклама, представленная в рекламных роликах на телевидении и в сети Интернет.
- **Предмет исследования** – ценностные ориентации, рассматриваемые в зеркале современной рекламы.
- **Цель исследования** – определение ценностной компоненты в содержании современной российской рекламы, представленной в рекламных роликах на телевидении и в сети Интернет.

- Рассмотреть систему ценностей как отражение потребностей и интересов индивида, социальных групп, общества в целом;
- Определить ценностные ориентации россиян и динамику традиционных и модернизационных ценностей;
- Выявить специфику формирования ценностей в рекламе;
- Проанализировать телевизионную и интернет рекламу на предмет транслируемых ценностей.

- **В первой главе** : рассмотрены Теоретические аспекты исследования ценностей. Система ценностей как отражение потребностей и интересов индивида, социальных групп, общества в целом
- **Во второй главе** : Исследование динамики изменения ценностных ориентаций общества в современной рекламе .Специфика формирования ценностных ориентаций в рекламе

М. Рокич различает два класса ценностей:

- **Инструментальные** – ценности-средства, ценные в качестве средств, инструментов для достижения обычных целей. В качестве инструментальных ценностей обычно рассматриваются личностные черты, помогающие человеку в жизни: вежливый, ответственный, интеллигентный, храбрый, одаренный воображением, честолюбивый, контролирующий, логичный, нежный, честный, полезный, способный, чистый, прощающий, веселый, независимый, послушный, с широким кругозором. Стимульный материал также представлен набором из 18 ценностей.
- **Терминальные** – это ценности, ценные сами по себе: самооценности. Ценности, которые нельзя обосновать другими, более общими или более важными ценностями. К таким ценностям обычно относят: полноценная любовь, счастье, безопасность, удовольствие, внутренняя гармония, чувство завершенности, мудрость, спасение, комфортная жизнь, воодушевление, свобода, дружба, красота, признание, уважение, надежная семья, равенство, всеобщий мир. Стимульный материал также представлен набором из 18 ценностей.

Это деление соответствует традиционному делению на ценности-цели и ценности-средства.

Терминальные ценности	Инструментальные ценности
Комфортная жизнь (процветание)	Честолюбие, амбициозность (упорный труд, прилежание, целеустремленность)
Интересная жизнь (активная позиция)	Широта взглядов (непредвзятость, восприимчивость)
Чувство успеха (постоянной значимости)	Способности (компетентность, эффективность)
Мир во всем мире (прекращение войн и конфликтов)	Жизнерадостность (воодушевление, лояльность)
Мир прекрасного (красота природы и мира искусств)	Чистоплотность (аккуратность, опрятность)
Равенство (братство, равные возможности для всех)	Мужество, смелость (готовность отстаивать свою позицию)
Безопасность семьи (забота о домашних)	Снисходительность (умение прощать других)
Свобода (независимость, свобода выбора)	Желание помочь (готовность работать на благо других)
Счастье (удовлетворенность)	Честность (искренность, правдивость)
Внутренняя гармония (отсутствие внутренних конфликтов)	Богатое воображение (дерзание, творчество)

- Интернет-реклама считается гибким инструментом, которые дает пользователям возможность немедленно получить много информации о том товаре или услуге, к которым он проявляет интерес. Более того, реклама в Интернете имеет интерактивный характер: пользователи могут задавать свои вопросы представителям компании на официальных сайтах предприятий.
- Существует несколько разновидностей рекламных роликов в сети Интернет. Самый эффективный формат среди существующих — преролл. Преролл (англ. Pre-roll) — это рекламный ролик, размещаемый перед показом контента, который хотел увидеть пользователь.
- Оверлей – реклама поверх видеороликов, которая демонстрируется поверх основного видео, не останавливая процесс просмотра. Существует большое разнообразие видеохостингов, с помощью которых можно транслировать и просматривать видео: «YouTube», «RuTube», «Yandex», «Видео@Mail.Ru», «Video.Privet», «InTV», «Videoclip», «VKontakte», «Smotri», «Lovi.TV», «Teledu», «Myvi», «You-Tube», «Bigmir



- Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни).
- Забота о здоровье (физическом и психическом).
- Высокие запросы (высокие требования к жизни и высокие притязания).
- Семейные узы, счастливая семья (путеводитель для отпуска, молочные продукты, продукты, продлевающие красоту).
- Жизнерадостность (чувство юмора).
- Материально обеспеченная жизнь, отсутствие материальных затруднений (обувь, мебель, пылесосы, холодильники).
- Продуктивная жизнь (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей).
- Развлечения (приятное, изобретательное время препровождение, отсутствие обязанностей).



семья,  
главное в жизни!



**Телевизионная реклама** - является одним из самых эффективных методов донесения информации до потребителей. Она воздействует сразу на несколько каналов восприятия человека: визуальный, слуховой и, что тоже немаловажно, телереклама действует на подсознательное восприятие окружающего мира человеком. Те или иные средства выразительности, используемые в рекламе, способны вызывать различные ассоциации у зрителя.



# Ценностные ориентации в видеороликах телевидения

- Семейные узы, счастливая семья (путеводитель для отпуска, молочные продукты, продукты, продлевающие красоту).
- Забота о здоровье (медикаменты).
- Материально обеспеченная жизнь, отсутствие материальных затруднений (обувь, мебель, пылесосы, холодильники).
- Рационализм, стремление к экономии (некоторые марки автомобилей, распродажи, страхование).
- Страх (состояние экологии, автомобили, косметика — «Я не хочу стареть»).
- Любовь и чувственные влечения (солнечные очки, драгоценности, гостиницы, предметы туалета и вообще любые предметы, вызывающие интерес у противоположного пола).
- Развлечения (приятное, изобретательное время препровождение, отсутствие обязанностей).
- Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни).



- СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ