

Реклама как инструмент воздействия на массовое сознание: социологический анализ

Автор: Цейко Анастасия Викторовна

Факультет философии и социальных наук, кафедра социологии

Научный руководитель: Шкурова Елена Валерьевна

Ключевые слова: реклама, массовое сознание, механизмы воздействия, манипулирование, характер воздействия, стереотипы.

Объект исследования – теоретические аспекты воздействия рекламы.

Цель исследования – изучение рекламы как инструмента воздействия на массовое сознание.

Современные средства рекламной коммуникации представляют значимый информационный источник и мощный инструмент влияния на массовое сознание. Реклама, став существенным, устойчивым фактором влияния, проникла во все сферы жизнедеятельности общества. Влияние разнообразных современных рекламных средств на общество в целом, массовое сознание, а также массовое поведение стало повседневной практикой. Изучение этого процесса представляет собой важную теоретическую и практическую задачу. Человечество вошло в качественно новую, сложную и противоречивую стадию развития – информационное общество. Совершенствование различных рекламно-информационных и коммуникативных технологий, появление глобальных систем по обработке, накоплению и передаче информации приводят к увеличению степени насыщения всего информационного пространства.

Keywords: advertising, mass consciousness, mechanisms of influence, manipulation, nature of impact, stereotypes.

The object of research is the theoretical aspects of the impact of advertising.

The purpose of research - the ways and mechanisms of advertising are the subject.

Modern means of advertising communication represent a significant information source and a powerful tool for influencing mass consciousness. Advertising, becoming an essential, stable factor of influence, penetrated into all spheres of society. The influence of a variety of co-temporary advertising tools on society as a whole, mass consciousness, as well as mass behavior has become a daily practice. The study of this process is an important theoretical and practical task. Mankind has entered a qualitatively new, complex and contradictory stage of development - the information society. Improvement of various advertising and information and communication technologies, the emergence of global systems for the processing, accumulation and transfer of information lead to an increase in the degree of saturation of the entire information space.