

ІНФОРМАТИКА

Реклама. Психологія сприйняттям реклами. Інфографіка

10
(11)

За навчальною програмою 2018 року



Урок 3



Зараз у торгівлі дуже велика конкуренція і в умовах максимальної перенасиченості ринку проста інформація про товар і його споживчі властивості не може зробити вирішального впливу на поведінку людини.



Тому в **рекламному бізнесі придумують нові підходи до споживача, створюють нові методи впливу на свідомість людини.**



В даний час в рекламі фактор тиску на психіку людини різко посилився. Необхідною умовою в процесі рекламування стало використання різних психологічних і соціологічних прийомів.





Для того щоб впливати в рекламі на людину, необхідно встановити з ним прямий і непрямий зв'язок. А так як реклама розрахована на велику кількість людей, тому для її донесення, в основному, використовують масові засоби інформації:

✓ **радіо і телебачення;**

✓ **газети і журнали;**

✓ **кіно;**

✓ **Інтернет.**





При розміщенні реклами товарів і послуг кожен рекламодавець, перш за все, здійснює відбір необхідних засобів реклами, роблячи вибір між газетами, журналами, радіо, телебаченням, засобами зовнішньої реклами, реклами на транспорті. При виборі засобів реклами необхідно думати про те:



Кого хочемо охопити?

Де вони знаходяться?

Що являє собою інформація?

Коли і де її краще розмістити?



Психологічний вплив реклами здійснюється по етапах:



залучення уваги;

збудження інтересу;

переконання;

прийняття рішення.



На сприйняття реклами може вплинути безліч чинників, причому як позитивно, так і негативно. Наприклад:

➤ **голос диктора в рекламі може знизити загальне враження про повідомлення, хоча зміст рекламної інформації для слухачів становить інтерес;**



➤ **рекламне оголошення в газеті може залишитися непоміченим серед інших оголошень через невеликого розміру, хоча з точки зору графічного зображення і подачі тексту воно виконане на високому професійному рівні.**





Залежно від психології кожної людини і сприйняття реклами буде відбуватися по-різному. Наскільки буде сприйнята реклама залежить від:

- **кола інтересів передбачуваного покупця;**
- **його потреб;**
- **соціального та матеріального становища;**
- **професії, освіти;**
- **віку.**





Велике значення має процес запам'ятовування реклами.

Ступінь запам'ятовування залежить від повторення рекламного повідомлення. Часто можна почути, як людина говорить: «Одну й ту ж рекламу показують сто разів». Хочеш того ти чи не хочеш, але мимоволі запам'ятовуєш!





Існує ще один метод впливу на свідомість людини-навіювання.

В. Шефнер писав: «Словом можна вбити. Словом можна врятувати, словом можна полки за собою повести». Навіювання - це свого роду гіпноз. Вплив навіювань в загальному сприйнятті реклами виявляється особливо ефективно, коли словесна інформація супроводжується яскравими, образними уявленнями.





Способи залучення уваги в рекламі

Розмір. Великі зображення великого розміру відразу виділяються в рекламному полі. Тут можна використовувати великі шрифти та ілюстрації. Крім того, велика площа символізує про фінансову спроможність, зміцнюючи імідж компанії.



(Продовження...) Способи залучення уваги в рекламі

«Слова, які чіпляють».
Такі слова, які є стереотипом з позитивним змістом (ефективний, економний, успішний, розкіш і т.п.). Ці слова багато в чому обумовлені системою цінностей цільової аудиторії, вихованням, власним соціальним досвідом.





(Продовження...) Способи залучення уваги в рекламі

Використання кольору.
При всіх інших, рівних умовах, яскравий колір буде залучати більше уваги споживача, ніж нейтральний. Можна також використовувати яскраві, строкаті, оригінальні і барвисті рамки.

RED	PINK	PURPLE	NAVY	GREEN	BLUE	ORANGE
MEANS: passionate active EXCITING bold energy youthful physical PIONEERING leader willpower confidence ambition POWER	MEANS: love calm respect WARMTH longterm feminine intuitive care assertive sensitive NURTURE possibilities UNCONDITIONAL	MEANS: DEEP creativity unconventional original stimulation individual WEALTHmodesty compassion DISTINGUISHED respectable fantasy	MEANS: trust order LOYALTY sincere authority communication confidence PEACE integrity control responsible success CALM masculine	MEANS: BALANCE growth restore sanctuary EQUILIBRIUM positivityNATURE generous clarity prosperity good judgement safetystable	MEANS: spirit perspective CONTENT control rescue determination self-sufficient modern goals awarePURPOSE OPEN ambition	MEANS: INSTINCT WARMTH gut reaction optimistic spontaneity extrovert social NEW IDEAS FREEDOM impulse motivation
BRANDS: Kellogg's Virgin LEGO Coca-Cola Nintendo Red Bull Pinterest	BRANDS: BBC three Barbie COSMOPOLITAN VICTORIA'S SECRET	BRANDS: Cadbury YAHOO! Hallmark Milka Zoopla.co.uk Your advantage in property	BRANDS: Facebook Google Reebok British Gas t GAP	BRANDS: bp Holiday Inn tic tac LACOSTE Starbucks	BRANDS: intel Blu-ray Disc skype Twitter WordPress	BRANDS: Fanta orange Penguin MasterCard bitly B



(Продовження...) Способи залучення уваги в рекламі

*Вказівка **ціни**. Відсікання непотрібного споживчого сегмента.*





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

1. Рекламна інформація завжди повинна бути правдивою, відповідати реальності, не спотворювати дійсність, сприяти досягненню певних цілей, задовольняти потреби людей, нести в собі ідейний зміст.

Приклад: рекламуючи спортивний інвентар, необхідно звернути увагу на роль фізкультури і спорту в життя людей, але не тільки молодого покоління, а також людей похилого віку, тому що їх здоров'я бажає кращого і з віком вони все більше говорять про ліки. І якщо це буде добре продуманий сюжет, то цей рекламний ролик не залишиться без уваги.





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

2. Завжди ефективно буде сприйнята реклама, яка не позбавлена оригінальності і почуття гумору.





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

3. Не залишиться без уваги реклама, в якій будуть відомості з галузі знань (біології, хімії, медицини, літератури і т.д.), так як ця інформація сприяє пізнанню навколишнього світу.





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

4. Ефективність сприйняття реклами можна підвищити впровадженням у неї елементів конкурсу

Наприклад, рекламуючи торговельну марку чаю, запропонувати телеглядачам взяти участь у літературному конкурсі: припустимо, написати частушки до святкового чаювання. Успіх такої рекламі гарантований.





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

5. Важливу роль в рекламному ролику необхідно відвести музичному оформленню, так як музика створює позитивний емоційний настрій.





Як підвищити ефективність сприйняття реклами

6. Особливу увагу при створенні рекламного тексту приділіть правильному вибору слів.

Щоб ефективність сприйняття реклами була на порядок вище, з багатого словникового запасу потрібно вміти вибрати саме ті слова, які своїм значенням і смисловим відтінком найбільшою мірою будуть сприяти розкриттю рекламної ідеї. Звичайно ж, звертайте увагу правильності стилю і мови.



Інфографіка

Розділ 1
§ 3



Графічне подання відомостей, даних різних видів називають інформаційною графікою, або інфографікою.



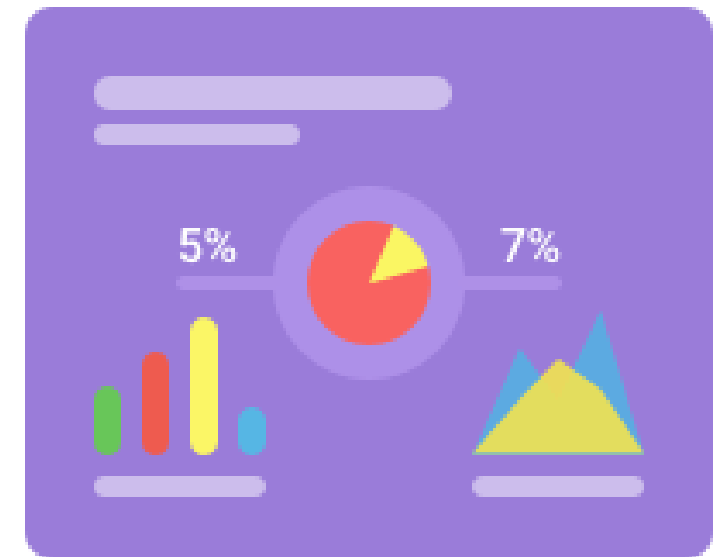


Психологи твердять, що людина значно краще сприймає відомості, якщо вони подані з використанням:

**графічних
зображень**

**комбінацією
графіки**

тексту, чисел





Інфографіку широко використовують перш за все для покращення сприйняття великого обсягу відомостей, а також відомостей, що мають досить складну структуру.

ВИДАТКИ ДЕРЖБЮДЖЕТУ НА 2017 РІК



*Дані наведені щодо 2016 року (грн)

■ Інфографіку створено за даними офіційного веб-порталу ВРУ станом на 21.12.2016

● 2017 рік ● 2016 рік ● загальнодержавні витрати, субвенції



Інфографіку часто створюють у графічному редакторі. Нескладну інфографіку можна створити в:

текстовому редакторі

редакторі презентацій





Також існує багато спеціальних онлайн-ресурсів для створення інфографіки. Наприклад,

***Easel.ly* (www.easel.ly) — пропонує набір безкоштовних шаблонів для створення інфографіки. Усі структурні елементи майбутньої інфографіки можна редагувати і налаштувати на свій смак.**

У цьому сервісі є також бібліотека готових форм, стрілок, покажчиків і ліній для створення блок-схем, легке налаштування колірних палітр і шрифтів. Також можна додавати власні зображення.



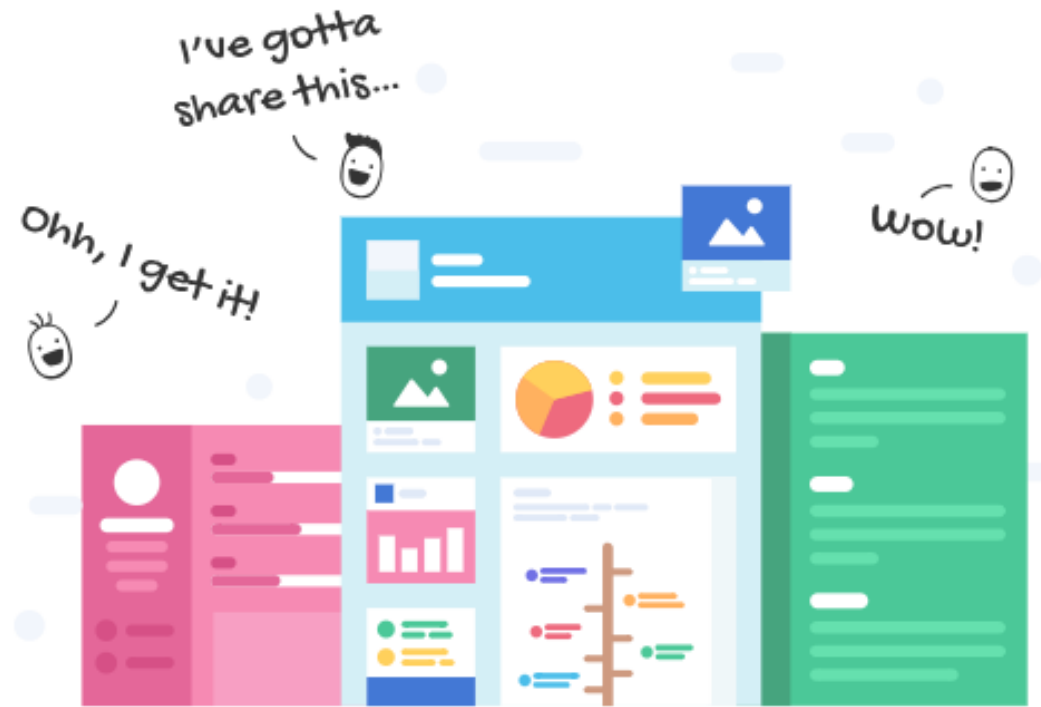


Easel.ly (www.easel.ly)

Before easelly



After easelly





(Продовження...) Онлайн-ресурси для створення інфографіки:

Infogr.am (infogram.com) — частково безкоштовний ресурс для створення схем, графіків і географічних карт з можливістю завантаження відео та фото для створення інтерактивної інфографіки. Усі дані для майбутньої інфографіки заносяться в таблицю. їх можна редагувати в будь-який момент, а вбудований генератор автоматично оновить готову інфографіку.

infogr.am



Після завершення всіх правок результат можна опублікувати на сайті *Infogram*, вбудувати створену інфографіку в свій сайт або блог, а також поділитися посиланням із друзями, використовуючи соціальні мережі.

The screenshot shows the Infogram editor interface. At the top, it says "Draft Untitled project" and "All changes saved". There are buttons for "Download" and "Share". On the left is a toolbar with various editing tools. The main workspace shows a pie chart with a legend for USA, China, Japan, and Germany. A callout box highlights the USA slice with "USA 58%". Above the chart is a text placeholder "Double-click to add title". Below the chart is a paragraph of placeholder text: "Sed sed metus at est cursus condimentum. Etiam ac eleifend diam. Vivamus tristique tellus ac neque vestibulum porta. Aliquam accumsan, enim porttitor elementum tincidunt, diam felis mattis lorem, volutpat fringilla ex odio vitae quam. Nulla a tempus leo." On the right side, there is a "Pages" panel with "Add page" and a list of 5 pages. At the bottom right, there is a green bar with a question mark icon and the text "How can we help you?".



(Продовження...) Онлайн-ресурси для створення інфографіки:

Vennngage (venngage.com) — частково безкоштовний ресурс для створення і публікації інфографіки з досить простим у використанні набором можливостей. Для користувачів доступні готові схеми, теми оформлення, графіки та піктограми, також можна завантажити авторські зображення і тло. Серед додаткових можливостей є можливість створювати анімацію.





Venngage (venngage.com)



1. Choose a template

Get inspired and create an infographic quickly with one of our professionally designed infographic templates.



2. Add charts and visuals

Visualize your data and information with charts and text. Enhance your infographic by adding icons and images from our library.



3. Customize your design

Customize your infographic design by changing the fonts and colors with our infographic maker. Apply your own style to



У всіх наведених прикладах ресурсів для створення інфографіки інтерфейс англomовний. На жаль, на даний час відсутні ресурси з українomовним інтерфейсом для створення інфографіки.

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://infogram.com>. The page content includes the Infogram logo, navigation links (Examples, Features, Blog, Customers, Pricing, Use Case), and a main heading: "Create engaging infographics and reports in minutes". Below this is the text "Beautiful charts, maps, graphics, and dashboards are a snap with Infogram." and a red button that says "Try Infogram for free". On the right side, there is a red button that says "Get started". A green translation popup is overlaid on the page, containing the text "Перекласти цю сторінку?" (Translate this page?), a close button (X), and two buttons: "Перекласти" (Translate) and "Параметри" (Settings). A large red arrow points from the "Перекласти" button towards the center of the page.

Розгадайте ребус

Розділ 1
§ 3



Інфографіка





1. Як ви розумієте поняттям «Реклама»?

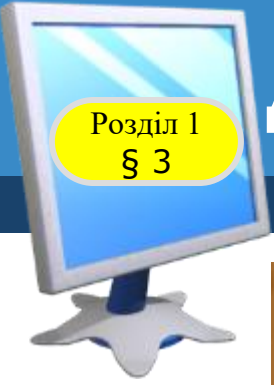
2. Назвіть способи залучення уваги в рекламі.

3. Що таке інфографіка?

4. Як можна створити інфографіку?

5. В яких програмах є можливість створити інфографіку?





***Здійснити пошук
інформації з теми
«Психологія
сприйняттям реклами»,
підготувати виступ
(текстовий документ,
презентація тощо)***





Створіть **презентацію** "Секрети успіху інфографіки"

1. Розмістіть роботу на Google-диску, надайте доступ, для перегляду і редагування учителю і 2 однокласникам.

2. Перегляньте проектну роботу своїх друзів. Додайте коментарі. Порівняйте змістовну частину і оформлення.

3. Оцініть власну роботу і переглянуті роботи.

ІНФОРМАТИКА

Дякую за увагу!

10
(11)

За навчальною програмою 2018 року



Урок 3