

REKLAMA

Daria Szabová

Zuzana Stejskalová

HISTORIE REKLAMY

- **historie reklamy** se vztahuje ke zmíenkám o prvních civilizacích. V ústní podobě, na tržištích. Obchodníci jeden přes druhého křičeli a vychvalovali své zboží. Proto se této činnosti začalo říkat reklama (latinsky **reklamare**, křičeti)
- **historie reklamy v Evropě** - 1855 se v Berlín - **kulaté plakátovací sloupky**. Ty měly vnést pořádek do zmateného vylepování vývěsek a reklamních oznámení = Litfassovy sloupy



REKLAMA - DEFINICE

- je jakákoliv (ne)placená **forma propagace** výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky mající za **cíl** především **zvýšení prodeje**
- reklama může být televizní, novinová, internetová, rozhlasová, plakátová nebo jiná..



TYPY REKLAMY

Komerční reklama

- nejvíce útočí na zákazníka a setkáváme se s ní jednoznačně nejčastěji. Je nástrojem firem k **přilákání nových, a udržení stávajících** zákazníků



TYPY REKLAMY

Politická reklama

- slouží výhradně k propagaci volebních programů politických stran a jejich představitelů

Sociální reklama

- sociální reklama je velice odlišná od ostatních dvou typů, nepropaguje totiž žádný výrobek ani službu, nepropaguje dokonce ani stranu, či politika. Snaží se **upozornit na negativní vlivy** ve společnosti, často kritizuje aktuální situaci. Sociální reklamy využívají především charitativní organizace

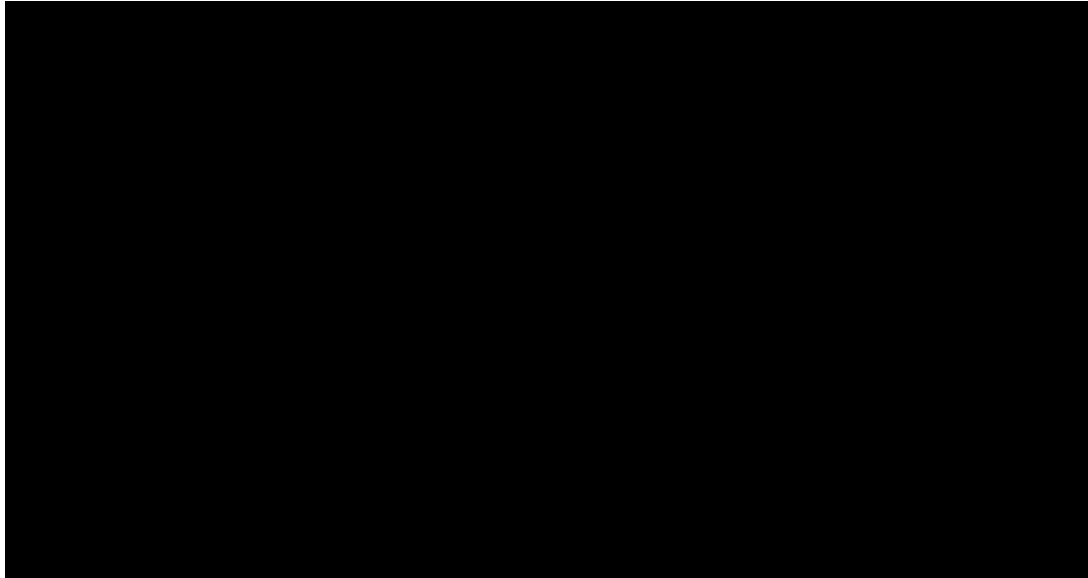




PROSTŘEDKY REKLAMY

- jazyk (jazyk cílové skupiny, charakter informací, argumenty)
- prostředí
- barvy





PSYCHOLOGICKÝ VLIV

- reklamní sdělení typu **"i z půjčování zubních kartáčků vzniká žloutenka"**.
Tudíž každý z vás je ohrožen, protože každý z vás má zubní kartáček a kdokoli infikovaný si může půjčit váš zubní kartáček a vy se to nedozvíte - a proto se dejte očkovat.
- nebo **"nebezpečná infikovaná kliš'ata hrozí všude v přírodě"** - pokud chodíte do přírody, nemáte šanci se jim vyhnout, a proto se dejte očkovat
- či **"s očkovaním proti chřipce se můžete chřipce vyhnout"** - skrytě řečeno: bez očkování se nebezpečné chřipce vyhnout nemůžete atd.

Tyto druhy reklam vyvolávají v lidech záměrně a cíleně čtyři závažné pocity:

- pocit vlastní zranitelnosti
- pocit ohrožení
- pocit strachu
- pocit bezmoci



REKLAMA COBY MANIPULACE

- manipulace je vnucení věci jinému člověku tak šikovně, aby manipulaci dotyčný člověk nejen že nerozpoznal a vzal tu věc za svou, ale byl ještě za ni rád
- reklamy přesvědčují děti, že pokud budou užívat produkty té či oné firmy, budou zaručeně "IN" a "COOL". To samozřejmě každé dítě chce



NEGATIVNÍ VLIV REKLAMY

- umístění billboardů podél nejfrekventovanější české dálnice → odpoutávají pozornost řidičů od řízení → nehoda



NEGATIVNÍ VLIV REKLAMY

- v současnosti se zdůrazňuje koexistence různých faktorů podílejících se na vzniku mentální anorexie, hovoří se o bio-psycho-sociální podmíněnosti PPP. Mezi tyto faktory se řadí i sociální a kulturní faktor, tzn. i negativní vliv reklamy a medií

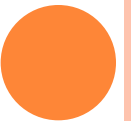


Claudia Schiffer



Tara Reid





REKLAMA A NÁVYKOVÉ LÁTKY

- Otázka alkoholu a reklam je upravena v zákoně o regulaci reklamy v § 4. Tento zákon přesně stanovuje, co nesmí být obsaženo právě v reklamách na alkoholické výrobky. Lze uvést například zákaz nabádání k nestřídmému užívání alkoholických výrobků, zákaz reklam zaměřených na osoby mladší 18 let, zákaz spojování spotřeby alkoholu se zvýšenými výkony, zákaz tvrzení, že alkohol v inzerovaném nápoji má léčebné vlastnosti a v neposlední řadě zákaz zdůrazňování, že obsah alkoholu je kladnou vlastností nápoje.



- děti si reklamu na alkoholické nápoje pamatují, dětem nejznámější reklamy alkoholu pocházely z televizního vysílání
- doporučuje se zvážit omezení nejnebezpečnějších druhů reklamy alkoholu tak, aby tato reklama neohrožovala děti.
- u dětí a mladistvých, jde o napodobování dospělých, experimentování, falešnou solidaritu (když pije jeden, nezradím) a nesmyslnou soutěživost (vydržím více, než ostatní kamarádi). Značně rozšířená konzumace alkoholu a míra její společenské tolerance samozřejmě vytváří příznivé podmínky výrobcům a jejich vysokým ziskům, proto stále vymýšlejí nové originální příchutě, neobvyklé designy lahví a podbízivé reklamy s cílem udržet si pozici v předimenzované nabídce současného trhu.



- například reklama na Amundsen vodku. Zde se několikrát po sobě, opakuje slovo destilére a všem to přijde velmi směšné. Mezi ty „všechny“ bohužel patří i děti. Těm obzvlášť přijde reklama velmi vtipná a člověk už se nemůže divit, když potká mladé studenty základních škol, jak si hrají se svými lahvemi na pití na to, že pijí 6x destilovanou vodku
- další podobnou reklamou, je Staropramen Nefiltrovaný. V této reklamě nás upozorňují na to, jaké to je když odfiltrujeme to dobré (např.kulečnick, dívku a různé další věci). Tím dává reklama jasně najevo, že pokud nepijete Staropramen Nefiltrovaný, tak vlastně žádné dobré věci nejsou. Toho se mnohdy rády chytají děti, které přeci chtějí mít samé dobré věci. A proč teda nezkusit něco nového, nefiltrovaného..



KONTROVERZNÍ REKLAMY



Nemyslíš zaplatíš

- Natočeno bylo celkem 10 klipů, které divák mohl zhlédnout na internetu, v televizi, ale třeba také v kině, kde byly součástí reklamních bloků před spuštěním filmu. Video byla rozdělena do tří kategorií podle toho, co bylo příčinou nehod na základě dlouhodobých statistik.
- První skupina souvisela s požitím alkoholu a návykových látek před jízdou a během ní (názvy Svatba a Diskotéka). Druhá skupina poukazovala na stres a agresivitu za volantem (Ego, Hecování, Manager, Předjíždění). Třetí skupina se věnovala zádržným systémům ve vozidle (Divadlo, Blázinec, Embryo, Děti).



ODKAZY

- [http://www.obrazky.cz/detail?q=billboardy&offset=1&limit=20&bUrlPar=filter%3D1&resNum=13&ref=http%3A//www.obrazky.cz/%3Fq%3Dbillboardy%2Bna%2Bd%25C3%25A1Inici&resID= 15BTrrlQdmzplyZ_Hb1nPiPUyH1MM32T960q6xbqVU&imgURL=http%3A//www.tyden.cz/obrazek/201105/4dcd67fcc39d/crop-82680-billboardy-1_520x250.jpg&pageURL=http%3A//www.tyden.cz/rubriky/domaci/doprava/nebezpecne-billboardy-u-silnic-odstranit-jich-pujde-minimum_201722.html&imgX=520&imgY=250&imgSize=97&thURL=http%3A//media2.picsearch.com/is%3F_15BTrrlQdmzplyZ_Hb1nPiPUyH1MM32T960q6xbqVU&thX=128&thY=61&qNoSite=billboardy&siteWWW=&slid=7vbduasfwDJC7dS17OyI](http://www.obrazky.cz/detail?q=billboardy&offset=1&limit=20&bUrlPar=filter%3D1&resNum=13&ref=http%3A//www.obrazky.cz/%3Fq%3Dbillboardy%2Bna%2Bd%25C3%25A1Inici&resID=15BTrrlQdmzplyZ_Hb1nPiPUyH1MM32T960q6xbqVU&imgURL=http%3A//www.tyden.cz/obrazek/201105/4dcd67fcc39d/crop-82680-billboardy-1_520x250.jpg&pageURL=http%3A//www.tyden.cz/rubriky/domaci/doprava/nebezpecne-billboardy-u-silnic-odstranit-jich-pujde-minimum_201722.html&imgX=520&imgY=250&imgSize=97&thURL=http%3A//media2.picsearch.com/is%3F_15BTrrlQdmzplyZ_Hb1nPiPUyH1MM32T960q6xbqVU&thX=128&thY=61&qNoSite=billboardy&siteWWW=&slid=7vbduasfwDJC7dS17OyI)
- http://www.google.cz/imgres?q=vanessa+hudgens+clean+and+clear&hl=cs&rlz=1R2SKPB_csCZ348&tbm=isch&tbnid=z1ZBuqnDqTKPHM:&imgrefurl=http://causetaylorcan.blogspot.com/2009/12/blog-16.html&docid=CVP0i4kgXeUoHM&w=320&h=266&ei=-gODTqeqJ8Lk4QSH4rmOAAQ&zoom=1&biw=1366&bih=478&iact=rc&dur=298&page=1&tbnh=135&tbnw=173&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:6,s:0&tx=33&ty=25
- <http://absolventi.gymcheb.cz/2007/kazakov/typy.html>
- <http://www.marketing-a-reklama.cz/reklama/historie-reklamy/>

