

УДК 659.1:15912539

Е.В.Аксенинко (4 курс, каф. СиП), Д.С.Быльева, асп.

## РОЛЬ ЖИВОТНЫХ В РЕКЛАМЕ

Участие животных в рекламах началось еще где-то сто лет назад с рекламы товаров «отечественного», т. е. российского производителя. Вот как это было: «Не могло не заинтриговать читателей газет сенсационное сообщение о морской змее. Это страшное чудовище будто бы появилось в Нижнем Новгороде, при слиянии Оки с Волгой. Погнавшийся за змеей отважный чин речной полиции сразил ее наповал метким выстрелом. Будучи прибуksирована к берегу, она оказалась колоссальной длины, и самое удивительное то, что от ее головы по всему туловищу шла надпись: "Курите только вкуснейшие папиросы «Осман!»». Сейчас существует огромное количество рекламы с животными. Начиная от рекламы корма для кошек и собак, и заканчивая рекламой крема против морщин. Животных используют в рекламе пива, сигарет, в автомобильных рекламах, в рекламе сотовой связи, в рекламе об изготовлении окон и дверей и т.д.

Перед нами стояла задача оценить, зачем рекламодатель использует животное в рекламе и что он хочет этим показать потенциальным потребителям. Приведенная ниже схема демонстрирует наши выводы о том, какова может быть роль животных в рекламе.

Из схемы видно, что животные в рекламе могут выступать в различных ролях. Роль животного может быть как главной, так и косвенной.

К «главной роли» мы отнесли такие функции животного в рекламе:

### 1. Как реальный потребитель товара:

Это наиболее распространенный образ животного в рекламе. Очень часто мы видим, как животное рекламирует корм, чаще всего, для кошек или собак. В таких рекламах животное выступает реальным потребителем товара. Например: реклама корма для собак «Pedigree». В рекламе задействованы три собаки, две из которых едят обычную человеческую пищу, а одна собака употребляет этот самый «Pedigree». И из рекламы мы видим, что те две собаки вялы и неэнергичны, а та, что ест «Pedigree» бодр духом и весела. Таким образом, животные как непосредственные потребители показывают свою реакцию на продукт.



Рис. 1. Роль животных в рекламе.

## 2. Как символ:

В качестве символа животное выступает в такой рекламе, как: «BENXON CAR ALARM» – высшая защитная технология для автомобиля. В рекламе изображены легковые автомобили миниатюрных размеров и среди них огромный тигр, охраняющий их. С помощью тигра рекламодатель хочет показать мощь и силу этих охранных систем. Тигр в данном случае выступает в качестве символа.

## 3. Как торговая марка:

Животное как торговая марка используется в рекламе, в том случае, когда оно выступает в качестве названия, символа или рисунка рекламируемого товара. Например: сигнализация «АЛЛИГАТОР». В этой рекламе изображена машина, стоящая на воде, наполненной аллигаторами. Т.е., в соответствии с названием фирмы, рекламодатели и в рекламе использовали аллигаторов.

## 4. Как действующее лицо, рекламируемого товара или услуги:

В этой роли животное выступает при рекламе товаров для животных (зоомагазинов) или выставок животных. Например: реклама выставки ярмарки «Зоорай». На рекламном щите изображены котенок и собака. Т. о. животные являются главным действующим лицом рекламируемого товара.

## 5. Как объяснение места действия в рекламе:

В таких рекламах главная роль животного заключается в том, чтобы показать, где происходит действие рекламы. Например: реклама магнитолы “Philips”. В рекламе изображена девушка и магнитола, находящиеся на дне океана рядом с плавающими рыбками. Здесь рыбки показывают нам, что действие рекламы происходит не где-нибудь, а именно в океане.

Кроме реклам, где животное представляет «само себя», существует множество примеров того, как рекламисты используют животное в несвойственной ему роли, обозначенной нами как косвенная:

### 1. Как пример (в качестве сравнения):

В этой роли животное используется тогда, когда рекламодатель хочет показать действие своего товара или услуги на примере животного. Например: реклама крема против морщин «GARNIER». В рекламе изображена собака породы «Шарпей», у которой кожа вся в

складках, т.е. как бы в морщинах. На примере этой собаки демонстрируется, что использование крема поможет вашей коже избежать этого.

## **2. Как подставное лицо:**

В этой роли животное выступает в качестве не реального потребителя товара, т.к. в действительности оно не может быть потребителем рекламируемого товара. Например: реклама фирмы “LOOX” – очки, линзы, лупы. В рекламе изображена собака в очках. В реальной жизни собака не может носить очки, и поэтому в рекламе она является подставным лицом.

## **3. Как ассоциация:**

В этой роли животное в рекламе используется в качестве ассоциации с давно устоявшейся и всем известной фразой, пословицей, поговоркой. Например: реклама компании «ПЕТЕРСТАР». На плакате изображена собака, держащая в зубах телефонную трубку под лозунгом: «По первой команде». Здесь идет ассоциация с тем, что компания выполнит пожелания клиента «по первой команде», как и собака, которая исполняет требования хозяина.

## **4. “CRAZY” образ:**

Очень часто животные уместны в рекламе, они привлекают внимание, помогают отразить суть рекламы. Но, к сожалению, случается и такое, что животные в рекламе просто ни к месту. Например: реклама шоколада. В ней снимаются дети, жующие шоколад. А также над ними пролетают слоники и динозавры. Зачем они в этой рекламе? Непонятно.

## **5. Как фон:**

В этой роли животное в рекламе выступает просто как «приложение». Например: реклама канцелярских товаров “ErichKrause” На плакате изображен белый мишка, обнимающий папки. Мишка в этой рекламе используется просто в качестве фона. Это привлекает внимание к невыразительному рекламному предложению.

Из вышеприведенного анализа видно, что животные используются в рекламе в различных, интересных ролях и помогают рекламодателю лучше подать свой товар. Прием использования животных в рекламе заслуживает особого изучения, так как всегда привлекает внимание потребителей.