

УДК 659.125

Е.Л.Зайцева (1 курс, каф. МОТиМ), В.К.Гречко, д.ф.н., проф.

НЕГАТИВНЫЕ СТОРОНЫ РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ

В работе отмечается всё большее влияние рекламы на повседневную жизнь людей. Рассматриваются проблема дифференциации населения и причины отрицательного воздействия некоторых видов рекламы на людей. Указывается на вред уличных плакатов и стендов, которые искажают облик нашего города, а также на негативное влияние рекламы на наш повседневный язык. Осуждается молчаливость закона, не оберегающего население от лживой рекламы.

Im Grunde genommen ist die Werbung ein Prozess, der dazu dient, Personen zu bewegen, sich für die angebotenen Leistungen (Produkte) zu interessieren und schließlich diese Leistungen zu kaufen.

Die Werbung herrscht überall. Alles von Schnullern bis Särgen wird zum Werbungsgegenstand. Im Werbefunk und –fernsehen werden die Menschen einer ständigen «Reklamedusche» ausgesetzt. In Kinos, an Litfaßsäulen und auf Plakaten zwingen die großen Firmen dem Betrachter ihre Namen auf. In einer der letzten Ausgaben „Der Großen Sowjetischen Enzyklopädie“ stand geschrieben: „Werbung ist ein Mittel den Käufer zu betrügen und ihm nutzlose Waren von zweifelhafter Qualität aufzuhängen“.

Heute in Russland nach dem Zerfall der UdSSR sowie nach der Änderung der gesellschaftlich-wirtschaftlichen Verhältnisse, die die Menschen in Reiche und Arme gespalten haben, betont die Werbung diese Differenzierung. Und die Waren, die nur für die Reichen zugänglich sind, werden aufdringlich und unverschämt allen angeboten. Letzten Endes findet solche Werbung keine Akzeptanz und verursacht nur Ärger und Empörung. Da die Werbung heute hauptsächlich für die Reichen bestimmt ist, erregt sie natürlich Hass gegen die Personen, die zuviel Geld haben.

Im Fernsehen werden fast ununterbrochen verschiedene Sorten vom Bier, „Pampers“, Schutzmittel gegen Kopfschuppen und Pickel, allerhöchste Sorten von Kaugummi gepriesen, die unsere Zähne gegen Karies schützen sollten. Aber nur selten kann der Kunde bestätigen, dass die gekaufte Ware wirklich preiswert ist.

Der englische Professor der Universität in London, Frenk Kermoud sagte: „Das Publikum änderte sich. Es wird in einer schon vollständig neuen Umgebung erzogen: seine Erzieher sind Werbung und TV. In Russland sei es an das Wesen dieser Aussagen tief nachgedacht. Besonders im Zusammenhang mit unseren Kindern und unseren Jugendlichen. Auch die Erwachsenen spüren den Einfluß der Werbung auf sich. Zerstreut die Werbung immer „alles Sinnige, Gutherzige und Ewige?“

Die Straßenwerbung beschattet das Gesicht unserer Stadt und verzerrt es. Auf dem Newski Prospekt sind mit Werbung nicht nur Mauern und Schaufenster versehen, nicht nur hängt sie breit über die Strassen, aber sie nimmt auch viel Raum, der den Fußgängern gehört. Die Werbeplakate können auch eine Gefahr bedeuten, weil sie die Menschen an der Haltestelle verhindern auf den Strassenverkehr aufzupassen. Ausländer verstehen nichts, wenn sie beim Eintritt auf die Hauptstrasse unserer Stadt auf dem Schild zuerst das zudringliche „Coca-cola“ sehen und schon danach, den Strassennamen „Newski Prospekt“ erblicken, der mit kleineren Buchstaben geschrieben ist. Sie beginnen zu lachen: „Was ist das eigentlich, der Newski Prospekt oder Coca-cola-street?“

Im Fernsehen sehen wir oft nicht nur dumme, sondern auch schädliche Werbung.

Werbung beachtet moralische Prinzipien nicht und benutzt oft Lügnerieen. Es gibt keine strenge Kontrolle der Zuverlässigkeit der Angaben, die die Werbung von Arzneien und Nahrungsmitteln enthält. Das Gesetz schützt uns gegen die Lügenreklame nicht. Die Arzneien werden von Pseudoexperten demonstriert. Männer und Frauen in weißen Arztkitteln, die dafür Reklame machen, sind Schauspieler und gar keine Ärzte. Es ist eine Schande, dass der Staat auch von diesen falschen Arzneimitteln profitiert, da er dabei einen Teil der Gewinne kassiert.

Ich halte für schädlich die Benutzung der Jargonwörter in der Werbung nach dem Typ „ottjanis“, „otorwis“, „Invite-cola- dwa litra prikola“, „Wo, blin, dajosch!“ Ich erwähne dabei die oftmalige Benutzung des Wortes „smart“ schon nicht, die immer wieder wiederholt wird. Doch wozu verschmutzt man unsere russische Sprache? Die Werbung beeinflusst auch unsere Alltagssprache aktiv. Unsere Zuschauer sind mit der Werbung so satt geworden, dass es üblich wurde, die Programme im TV-Empfänger umzuschalten, falls ein Werbesblock auf dem Bildschirm erscheint.

Die Werbung benutzt oft Lügnerieen, aber das Gesetz schützt uns gegen die Lügenreklame nicht. Die Straßenwerbung beschattet das Gesicht unserer Stadt und verzerrt es. Die Werbung ist heute hauptsächlich für die Reichen bestimmt. Die Werbung beeinflusst unsere Alltagssprache negativ, verschmutzt unsere russische Sprache und ist oft nicht nur dumm, sondern auch schädlich und gefährlich.