

ПЕРСОНИФИКАЦИЯ В РЕКЛАМЕ КАК СРЕДСТВО «ПРИСОЕДИНЕНИЯ» АУДИТОРИИ

Колесникова Анна Юрьевна

студент Кемеровского государственного университета, РФ, г. Кемерово

Орлова Олеся Геннадиевна

научный руководитель, научный руководитель, канд. филол. наук доцент Кемеровского государственного университета, РФ, г. Кемерово

В современном мире реклама является одним из самых эффективных средств коммуникации. Одним из ключевых элементов рекламы является персонификация, которая позволяет создать образ, который будет ассоциироваться с продуктом или услугой. Персонификация может быть реализована различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории.

Персонификация в рекламе — это процесс создания образа, который будет ассоциироваться с продуктом или услугой. Этот процесс может быть реализован различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории. Персонификация может быть реализована различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории.

Персонификация в рекламе — это процесс создания образа, который будет ассоциироваться с продуктом или услугой. Этот процесс может быть реализован различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории. Персонификация может быть реализована различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории.

Персонификация в рекламе — это процесс создания образа, который будет ассоциироваться с продуктом или услугой. Этот процесс может быть реализован различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории. Персонификация может быть реализована различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории.

Персонификация в рекламе — это процесс создания образа, который будет ассоциироваться с продуктом или услугой. Этот процесс может быть реализован различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории. Персонификация может быть реализована различными способами: с помощью анимации, фотографии, рисунков и т.д. В данной статье мы рассмотрим, как персонификация используется в рекламе и как она влияет на восприятие аудитории.

«???????????????? ?????? ? ??????????? ????????? ? ?????????» [4]. ??????????
????????????????????, ??????????? ??????? ??????????????????? ??? ?? ??? ?????????????????
????????????, ?? ????????? ????????? ?? ?????? ?????????????????, ?, ??????????, ?????????
????????????????, ??????????????? «????????» ??????? ? ?????????????????.

??, ?? ??????? ?. ???????????, ??????? ????????????????????????????????? (???????????????? ?
???????? ??????????) ?? ?????????????, ????????????? ????????? ????????????? ??????????
????????????????. ??? ?????? ?????? ????????????? ?????? ?????????????????????????????????????, ?
?. ?, ?????????? ??????????????????????????. ??? ??????, ??????-????, ??? ?????? ?????????
???????????? ????????? ??????????. ????? ?????? ?? ?????????????, ? ????????? ?? ??? ?????
?????????. ?? ?? ?????? ??????? ?????? ????????? ? ??????????

???????? ?????????????????? ????????????????????? ??????. ? ???????????, ?? ??????? ?.?. ?????-
?????, ??? ??????? ????????????? ????????????????? ??????????????, ?????? ?? ?????????????
?????? ?????????????? «?????????????????» ?????????, ????????? ??? ????????????????? ???????
?????????????. «???????????????????? ?????? ??????? ?????? ??? ????????????????? ??????. ???
?????? ?????????? ?????????????????? ?????????????????? ??????? — ?? ?????????????????,
???????????????? ? ?????? ??????? ??????????, ? ??????-????????? ??????????????
?????» [3, ? 196]. ?????????? ?????????? ????????????????? ?????????????????????????????.

????????????? ?????? ?????? ? ?????????? ?????? ??-????????: ????????? ? ??????????????????
????????????? ??????????? ? ?????? ? ????????????????? ??????? ????????????????????????????? ?????????? ?
????????????.

????????????? ? ??????? ????????????????? ????????? «?????». ?? ????????????????? ????????? ?
?????? ????????????? ????. ?????? ?????, ????????????? ?? ????????? ?????????????, ?????????????????
?????? ?????? ? ??????. ? «?????» ???-?? ?????? ??????. ?? ?????? ?????????? ?????, ?????????
?? ??????? ????????????? ??????. ?????????????????????? ??? ?????????????? — ??????
????????????????????? ?????????????????. ?? ??????? ??? ?????????? ?????? ???????, ?????????
????????????????? ?????? ?????????????????????? ?????????????????? ???????????.

?????? ??? ?? ?????????? ??? ?????????, ?? ??????????????? ?? ?????? ??????. ??????? ???
?? ??????? ?????? ?????, ??? ??????????????? ?????????? ??????????????? ??????????:
?????????????? ???????, ?????????????? ??????????, ????????????????? ? ??????????????
????????????????.

???????? ???????, ?????? ?????????? ??? ?????? ??????? ? ??????????. ?????? ??????
????????????? ?? ?????????????? ??????? «M&Ms» ? ?????????? ?????? ??????????????????: ???
????????????????? ?????????? ??????, ? ??????? ??????????????? ?????? ? ??????????????. ??????
????????????? ?????????????, ??????, ?????????????????????? ??????????????. ?????? ??? ??? ??
????????????? ?????, ?? ??? ??????? ?????? ?????????????????????????????????? ?? ??????????, ??????????
? ??? ? ??????????? ??????????

?????? ??????????????? ?????????????? ?????? ?????? «??? (Tuk)». ? ?????? ?????????? с
?????????????, ?????????? ??????????????????? ??? ??????. ??????? ?????????????? ??????????

????????????? ?????????????? ????? ??????????-?????????. ?????? ?????????????????? ???? «?????????» ? ?????????????? ?????????? ?????? ? ?????? — «????????????». ?????? «????????» — ?????????????? ?? ?????? ??????????????. ?????? «????????» — ????????? ?????????????? ??????. ?????????-???????? ?????? ?????? ? ?????????? ??????. ?????????? «???????? ?????? ? ??????» ??????????????????.

? ?????? ?????? ?????? ?????????????? ?????????????? ?????????????? — ?????????????? ?????? ??????????????????. ?????????? ?? ?? ??????????: «? ?????? ??, ?? ??, «?? ? ?????? ?????? ??????». «????????????? ?????? ?? ?????? ?????????? ?????????? ?????????????????? ??????. ?????????????? ?????? ?????????????????? ??????????????, ?????? ?? ?????????? ???, ??????????????, ?????? ? ??????, ??, ??????????????, ?????????? ? ?. .?, ?????????? ?????? ?????????????? ?????????????? ??????????????» [2].

????? ??? ???? ?? ?????? ?????????? ?????????, ?????????? ??? ???? ?????? «?????» — ??????????, ??????????, ?????????? ?????? ?? ??????.

????? ???? ?????????? ?????????????????? ?????????? ?????????????????????????????? ??????????. ? ?????? «?? ???» ?????????? ??, ?? ?????????? ??? ?????????????????? ?????????? ? ?????????? ? ?????????? ?????? ?. ?????? ?????????? ?? ?????????, ?? ??? ?????????? ??????????, ?????? ? ?????????????? ??? ??????.

????????, ?? ?????????????????? ??? ?????????????? ?????????? ?? ?????? ?????? ?????????, ?? ?? ?????????? ??? ?????????????? ? ??? ?? ?????????? ??? ?? ??????. ?????? ? ??? ?????? ? ?? ?????? «????????» ? ?????????, ?????????? ?? ??? ??????, ?????????? ??, ??????????????. ?????? ?? ?????????? ? ?????????? ??????. «? ?????? ?? ?????? ? ?????? ?????????????? ? ??????????-?????????????. ?? ?????????? ?? ???, ?????????????????? ?????????????? ?????? ? ?? ?????????????? ?????????????????? ? ??????, ?????????????? ??????????» [7, ? 313]. ????? «?????» — ??? ?? ?? ?????? ? ?????????, ?????????? ?? ?? ?? ?????? ? ??????.

????????????? ?????????????????????????????? ?????, ?????????????? ?????? ?????????????? ??? ? ?????????????????? ?????: ?? ?????, ?? ?????? ? ?????????? ?? ??????????????????, ?, ??? ?? ?????, ?? ?????? ?????????? ?? ???, ?????? ?????? ? ?????? ?????????? ??????, ?????????????? ? ?????? ?????????????? ??????????. ?? ?????????????? ?? ?????????? ?????? ?????????????? ??????, ?????????? ?????? ? ??????, ?? ?????? ??? ?????? ?????????? ?????????? ? ?????????????? ??????????????

?. ?????????? ?????: «????????? ?????????? ?????? ?????????????? ? ?????, ?????? ?? ?????? ?????????? ?????????????? ? ??????????????, ?????? ?????????????????? ??? ?????????? ? ?????????????? ?????????????????? ??????????????????» [1, ? 192].

????? ??????, ?? ?????????? ? ?????????????? ?????????? ?????????????????? ? ?????????????? ??????????, ?????????????? «?????????????????» ?????????????? ??????????. ?? ?????????? ?????? ?????????????? ? ??? ?????????? ? ?????????????????????????????? ?????? ?????????????? ?????????? ?????: ?????? ?????? ?????????? ?????? ??????. «????? ?????????? ?? ??, ?? ??? ??????».

????? ?????????

1. ???????? ?.. «???????? ??????» / ?.. ??????????. — ?., 1995. — 324 ?.
2. ????? ?.. ?????????? ??????????. [????????????? ??????]. — ????? ?????????:
<http://www.tm2brand.narod.ru/identich.html>
3. ???-???? ?.. ?????? ?????????????? / ?.. ???-?????. — ?.: ?????????????? ??????, 2009. — 380 ?.
4. ????????? ?.. ?????????????????????? ?????? ??? ?????????? ?????????? ?????????????????? ?????????? // ?????????????? ??????????. 2011. ? 7 (55). — ?.. 146—152.
5. ?????? ?.. ?????????????? ?????????? / ?.. ??????. — ?.: ??????. ???., 1989. — 573 ?.
6. ?????? ?.. ???.. ??????. ??????. ??????. ?????????????? ? ????????? ?????????????????????? / ?.. ??????. — ?.: «?????????, ?????????», 1989. — 574 ?.
7. ??? ?.. ????? ? ???.. ?????? ?????????????? / ?.. ???.. — ??????, 2004. — 399 ?.