

Olesya Bloshuk,

Directrice de thèse: Zhanna Krysko

Candidat des sciences économiques, Professeur agrégé

Tuteur de français: Oksana Nychko

Candidat des sciences philologiques, Professeur de langues étrangères

Université nationale économique de Ternopil

LA PUBLICITÉ DANS LE MONDE MODERNE ET SON INFLUENCE SUR LA SOCIÉTÉ D'AUJOURD'HUI

Aujourd'hui la publicité c'est un phénomène du monde moderne, qui a franchi toutes les étapes de l'établissement de l'évolution des personnes, leurs différents besoins et le développement de la culture en général. C'est une forme de la communication en marketing, une partie importante d'un ensemble d'activités de marketing utilisées pour la promotion, la persuasion et la manipulation de la société.

Les experts les plus connus dans le domaine publicitaire sont originaire de plusieurs pays: de L'Angleterre (D. Ogilvie), des États-Unis (F. Kotler et F. Dzhefkinsa), de l'Irlande (J. O'Toole), de la Suisse (K. Bové). En Ukraine l'efficacité scientifiques dans le domaine publicitaire est effectuées par K. Hryvnak, T. Dyachenko, O. Lozova.

Cependant, l'état actuel de l'économie de marché, qui se caractérise par la qualité, l'expansion rapide de la gamme de produits, les prix et les besoins des consommateurs crée des obstacles du secteur de la publicité. Voilà pourquoi le thème de l'étude est importante, car il analyse des caractéristiques et des tendances de la publicité qui contribuera à améliorer sa qualité et sa efficacité. L'utilisation des formes traditionnelles de la publicité – celle de la publicité télévisée, celle dans la presse, celle de spots -radio qui a l'influence intense sur l'esprit des consommateurs malheureusement n'est pas plus comme avant. Résoudre le problème de la publicité traditionnelle doit être complète car il faut la créer toujours de haute qualité et la baser surtout sur les dernières idées creatives.

La publicité du monde moderne exige que pour chaque groupe de personnes, elle devrait avoir ses propres particularités. Celle pour les enfants doit avoir des caractéristiques du bien, de l'amitié et de la joie. Les tendances dans les changements créatifs dans la publicité d'aujourd'hui sont les suivantes: style publicitaire créatif «postmoderne», qui fixe image vidéo sur certaines parties du corps: les yeux, le visage. Récemment, la publicité attire en utilisant des parties du corps des animaux. Une entreprise bien connue qui produit des

logiciels et du matériel Canon utilise œil du reptile ce qui montre l'homme à la caméra. La BMW, la marque d'automobile bien connue, crée les images publicitaires imprimées à la forme de léopard, dont les yeux ressemblent aux phares. Dans tout ces cas, la modernisation et l'utilisation des technologies informatiques sont sous la forme de futurisme [1, p. 32].

En Ukraine, le style folklorique prend plus le poids. L'utilisation de ce style implique un appel aux sources spirituelles du peuple ukrainien, avec ses traditions, son patriotisme, son identité nationale, et ses «valeurs éternelles», son retour à la «mémoire historique», notamment pour les motifs du passé héroïque, des victoires martiales. Le peuple ukrainien est assez au courant de thème cosaque.

Les nouvelles technologies en ligne, y compris montage virtuel à travers lequel on peut acheter des vêtements, faire une séance de montage à l'ordinateur à la maison. Afin de présenter des biens et des services dans des entreprises commerciales, des cabines transparentes sont conçues, basées sur un affichage transparent ultramoderne, en particulier sur la base d'un panneau transparent de Samsung LCD. L'acheteur peut obtenir rapidement les informations d'achat nécessaires lorsqu'il examine le produit via le panneau transparent [2, p. 4].

Par conséquent, la publicité est une étape importante dans la commercialisation des produits. Afin de transmettre l'information au consommateur, il est nécessaire de créer une publicité inhabituelle, qui affectera la société de telle manière qu'elle voudra acheter ce produit. Les acheteurs donnent la préférence aux choses nouvelles et insolites. Mais il y a certains inconvénients de la publicité inhabituelle, à savoir qu'elle ne fournit pas un pourcentage élevé de performance, si elle n'est pas fait partie de la publicité traditionnelle.

References:

1. Алес М. Професіоналізм комунікації/ М. Алес // Компаньйон. – 2009. - № 37 (658). – С. 24-26.
2. Волкович А. Р. Інноваційні технології в рекламі маркетингових комунікацій [Електронний ресурс] / Волкович А. Р., Яцишин Л.К. // Ефективна економіка. – 2014. - №3. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.