

A reklámok funkciója, működése, hatása

Bevezetés – A médiaműfajokról

A tömegkommunikáció célja, hogy minél szélesebb közönséget érjen el, informáljon, szórakoztasson, befolyásoljon. A médiaműfajok különböző célokat szolgálnak: lehetnek tájékoztató jellegűek (pl. hír, tudósítás), véleményközlők (pl. kommentár, publicisztika), illetve szórakoztató vagy meggyőző célúak (pl. reklám, hirdetés).

A reklám a meggyőző, befolyásoló műfajok közé tartozik – célja, hogy rávegye a befogadót egy termék, szolgáltatás megvásárlására vagy egy adott viselkedésre.

A reklám mint médiaműfaj

1. Bevezetés – A reklám fogalma

- A reklám a tömegkommunikáció egyik eszköze, célja egy termék, szolgáltatás vagy eszme népszerűsítése.
- Kommunikációs folyamat: a reklámozó (adó) üzenetet küld a fogyasztónak (vevőnek) a médiacsatornán keresztül

A reklám célja, funkciója

- A reklám célja az információátadás mellett a figyelemfelkeltés, befolyásolás és emlékezetesség.
- Gazdasági célú reklám: termék vagy szolgáltatás eladásának ösztönzése.
- Társadalmi célú reklám: magatartásformák megváltoztatása, társadalmi ügyekre való figyelemfelhívás (pl. dohányzásról való leszokás, véradás).
- Politikai reklám: választási kampányokban jellemző.

A reklámok formái

- **Nyomtatott reklám:** újsághirdetés, szórólap, plakát.
- **Elektronikus reklám:** televíziós, rádiós spotok.
- **Online reklám:** közösségi média, bannerek, keresőmotoros hirdetések.
- **Rejtett reklám (product placement):** filmekben, sorozatokban elhelyezett termékek.

A reklám hatásmechanizmusa

- Érzelmi és racionális meggyőzés.
- Képi és nyelvi manipuláció (pl. színek, hangulat, szlogenek).
- Célcsoportokra szabott tartalom.
- Időzítés, gyakori ismétlés.

2. A reklám funkciói

- **Tájékoztató:** információt ad egy új termékről vagy szolgáltatásról.
- **Meggyőző:** hatni próbál az érzelmekre és a gondolkodásra, hogy vásárlásra ösztönözzön.
- **Emlékeztető:** ismert márkákat tart „jelen” a fogyasztók gondolkodásában.
- **Szórakoztató:** kreatív formákkal (pl. humor, zene) fenntartja az érdeklődést.

3. A reklám nyelvi és képi eszközei

- **Tömörség, egyszerűség:** rövid, könnyen megjegyezhető szövegek.
- **Szójátékok, alliteráció, rímek:** pl. „Szárnyalj a szabadság ízével!”

- **Emóciók keltése:** boldogság, siker, vágy – gyakran képi eszközökkel (pl. boldog család, sikeres ember).
- **Szlogenek:** emlékeztetés, gyakran használt mottók (pl. „Mert megérdemled!”).
- **Képi megerősítés:** színek, arcok, márkajelek – az üzenet vizuális támogatása.

4. A reklám működése és hatása

- **Célcsoporthoz igazított tartalom:** különféle korosztályoknak, nemeknek, társadalmi csoportoknak szóló reklámok.
- **Manipulatív hatás:** a néző gondolkodását irányítja, vágyat kelt.
- **Fogyasztói magatartás befolyásolása:** új termék kipróbálása, márkahűség kialakítása.
- **Értéktrend formálása:** mit tekintünk „menőnek”, kívánatosnak, sikeresnek.

5. A reklám előnyei és hátrányai

- **Előnyök:**
 - Hasznos információkhoz juttat.
 - Új termékeket mutat be.
 - Gazdasági növekedést támogat.
- **Hátrányok:**
 - Fogyasztásra kényszerít.
 - Hamis képet adhat a valóságról.
 - Sablonos, sztereotíp szerepeket közvetít.

6. Összegzés

- A reklám a modern társadalom egyik meghatározó kommunikációs formája.
- Nyelvi és vizuális eszközökkel próbál hatni a befogadóra.
- Fontos a tudatos reklámfogyasztás, hogy ne csak befogadók, hanem értelmezők is legyünk.

Reklámszlogenek szerepe

- Rövid, frappáns, könnyen megjegyezhető mondatok.

„Mert megérdemlem”

Használták a **L’Oréal**, **Nescafé** és **Whirlpool** kampányaiban is, üzenete: légy önmagad, törődj magaddal

„Ha kell egy kis energia”

A **Sport szelet** jól ismert szlogenje, ami kifejezetten a dinamizmust, teljesítményvágyat célozza