

*Канафьева Виктория Владимировна,  
д-р филос. наук,  
Санкт-Петербургский государственный  
Институт кино и телевидения*

## **ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИММЕТРИИ В РЕКЛАМНОМ СООБЩЕНИИ**

***Аннотация:** Реклама сегодня продолжает оставаться высокопроизводительным инструментом в создании и продвижении бренда. Правильный выбор канала распространения рекламы оказывает сильное влияние на продажи. Автор в статье рассматривает качество, преимущества и недостатки различных видов рекламы.*

***Ключевые слова:** реклама, печатная реклама, телевизионная реклама, реклама на радио, рекламная кампания, симметрия.*

*Kanafieva Viktoriya Vladimirovna  
doctor of philosophy.  
Saint Petersburg state University  
Institute of cinema and television*

## **EXAMPLES OF USING SYMMETRY IN AN AD MESSAGE**

***Abstract:** Today advertising continues to be a high-performance tool in creating and promoting a brand. Choosing the right advertising channel has a strong impact on sales. The author considers the quality, advantages and disadvantages of various types of advertising.*

***Keywords:** advertising, print advertising, television advertising, radio advertising, advertising campaign, symmetry.*

В плане воздействия и привлечения внимания имеется много преимуществ у телевизионной рекламы [1]. Ни один другой рекламный носитель не сочетает в себе образы и звуки одновременно и не имеет такого большого влияния на целевую аудиторию. Но у телевизионной рекламы есть и недостатки, в том числе явный недостаток: стоимость. Телевизионная реклама дорогая в производстве и дорогая для показа. Взвешивая сильные и слабые стороны телевизионной рекламы, компании могут прийти к выводу, подходит ли она им при условии достаточного бюджета.

Однако, телевизионная реклама имеет и ряд преимуществ:

- захватывает внимание потенциального потребителя намного эффективнее;
- позволяет совмещать визуальные образы и звуки;
- воспитывать эмоции и сочувствие;
- иметь широкий охват целевой аудитории.

Поскольку телевизионная реклама имеет и слабые стороны, например, тот факт, что данная реклама – это трудоемкое производство с очень высокими затратами, особое значение приобретает знание секретов создания эффективной телевизионной рекламы [2].

В рекламном сообщении важен не только контекст рекламы и правильно идентифицированная целевая аудитория, но и как она озвучивается, как она визуализируется для восприятия ее представителями потенциальной целевой аудитории. Превосходный рекламный контент, доставленный не той аудитории или подчеркивающий неправильные преимущества, может сильно ударить по малому бизнесу с ограниченными возможностями рекламного бюджета в части повышения узнаваемости бренда компании и его продаж.

Рассмотрим в данной статье одну из сторон, имеющих важное значение на этапе производства рекламного сообщения, а именно – симметрии в рекламе.

Симметрия в рекламе использует чувство равновесия и пропорциональности, чтобы привлечь целевую аудиторию. У малого бизнеса зачастую нет капитала для проведения крупных рекламных кампаний. Поэтому использование симметрии в рекламе дает малому бизнесу возможность повысить эффективность рекламной кампании для целевой аудитории. Симметрия передает ощущение привлекательности в рекламе, и некоторые стандарты красоты в обществе фактически сознательно или бессознательно рассматривают симметрию лица или тела человека. Поэтому рекламные фирмы обычно используют в рекламе метод симметрии.

### ***Зеркальная симметрия***

Двусторонняя симметрия – это самая простая форма симметрии. При таком типе симметрии две половины изображения идентичны. Рекламодатели также иногда называют этот тип симметрии зеркальным отражением или симметрией отражения. Например, если реклама авиакомпании содержит самолет, двусторонняя симметрия будет включать в себя оба крыла самолета, выглядящие совершенно одинаково по форме, размеру и цвету. Это может быть связано либо с перспективой сверху вниз, либо с перспективой снизу вверх. Прямые виды в рекламе обеспечивают двустороннюю симметрию изображения.

### ***Вращательная Симметрия***

Вращательная симметрия позволяет рекламе вращать или вращать объект так, что объект будет выглядеть точно так же, как и раньше. Этот тип симметрии обычно применяется к двумерным изображениям, которые рекламодатель может вращать на плоской плоскости. Однако вращательная

симметрия может также включать симметрию во внешних формах или концах изображения. Например, некоторые распространенные объекты, имеющие вращательную симметрию, - это звезда, колесо обозрения и дартс. При таком типе симметрии малые предприятия могут попытаться создать чувство равновесия в изображении, что приводит к успокаивающему психологическому воздействию на зрителя.

### ***Почему Не Использовать Симметрию***

Согласно Книге Брайна Трейси «Креативная реклама», люди естественным образом тяготеют к симметричным образам, а не к несимметричным. Когда малые предприятия используют рекламу, использующую симметрию в изображении, симметрия может создать бессознательное сродство к продукту или, по крайней мере, к изображению в сознании зрителя. Однако симметрия может также привести к психологическому воздействию на человеческий разум. Например, симметрия может дать успокаивающий эффект, полезный при маркетинге рискованного продукта. Это позволяет малому бизнесу преуменьшать риски, связанные с продуктом или услугой. Например, реклама пива и сигарет обычно пытается произвести этот тип успокаивающего эффекта через симметрию.

### ***За Пределами Образов***

Когда люди думают о рекламе, они обычно думают об образах. Однако реклама представляет собой нечто большее, чем цвета или формы, которые вы видите. Малые предприятия также могут использовать симметрию в словах, связанных с изображениями. Через текст на странице или диалог на радио или телевидении симметрия в дикции или структуре пытается обратиться к целевому потребителю рекламы аналогичным образом.

Таким образом, самым доступным и экономически более выгодным решением при наличии ограничения бюджета рекламной кампании является такое креативное решение, как использование симметрии в рекламных сообщениях.

#### **Список литературы:**

1. How to Advertise a Business on TV by Sam Ashe-Edmunds / [Электронный ресурс] // <https://smallbusiness.chron.com/advertise-business-tv-1724.html>. Дата обращения 10 сентября 2019 года.
2. Advantages & Limitations of Television as an Advertising Medium by Barbara Bean-Mellinger; Updated October 15, 2018 / [Электронный ресурс] // <https://smallbusiness.chron.com/advantages-limitations-television-advertising-medium-26148.html>. Дата обращения 10 сентября 2019 года.
3. Brian Bass. Examples of Symmetry in Advertisements / [Электронный ресурс] // <https://smallbusiness.chron.com/examples-symmetry-advertisements-18374.html>. Дата обращения 14 ноября 2020 года.
4. M.T. Wroblewski. The Qualities of a Good Advertisement / [Электронный ресурс] // <https://smallbusiness.chron.com/qualities-good-advertisement-26099.html> . Дата обращения 24 апреля 2020 года.