

**UTJECAJ REKLAMA**

# REKLAMA

Reklama je jedna vrsta komunikacije kojoj je svrha informiranje, obavještanje potencijalnih kupaca o proizvodima ili uslugama tj. model komunikacije u marketingu.

One sadrže činjenice, informacije i uvjerljive poruke o onome što reklamiraju.

Za oglašavanje većinom se koriste masovni mediji kao što su:

- televizija
- radio
- filmovi
- časopisi
- novine
- internet
- plakati
- videoigre



# POTROŠAČKA POPULACIJA

Brojna su raznorodna istraživanja koja potvrđuju da su djeca i mladi danas najvažniji dio potrošačke populacije.

Poznato je tako da su današnji maloljetnici znatiželjni, strastveni i buntovni, oni žele i donose nove trendove, ali traže poseban pristup.

Današnja djeca puno znače u ekonomskom pogledu te se u velikom opsegu kompanije fokusiraju i utječu na njih. Ali djeca nisu jedini na koje se reklamama utječe, utjecaj reklama prisutan je kod svih dobi.



# UTJECAJ REKLAMA

Prekomjerna izloženost reklamnom sadržaju, posebice kod djece i mladih, potiče želju za što većim brojem stvari, ali i usmjerava prema materijalističkim vrijednostima.

Kako bi izbjegli konflikte i pružili djeci sve najbolje, mnogi roditelji ispunjavaju želje i potrebe djece koje kod njih stvaraju reklame.

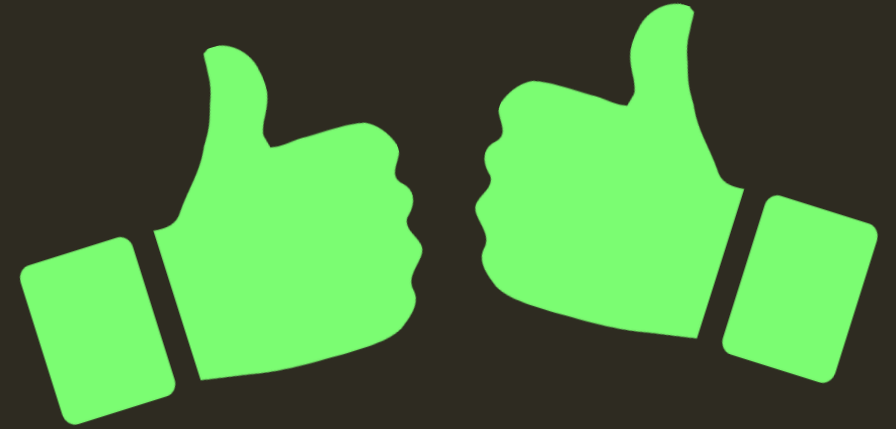
Iako dobiju željene proizvode, mnogi bivaju razočarani kada on ne zadovolji njihova očekivanja.

Poruke koje daju reklame mogu negativno utjecati na sliku o sebi i o vlastitome tijelu. Tako reklame osobito utječu na razvoj poremećaja u prehrani, ali i na neraspoloženje kod djece i adolescenata. Loš utjecaj na njihovo zdravlje ima i reklamiranje određenih prehrambenih proizvoda kao i lanaca brze hrane.

Manjak iskustva, naivnosti, ali i nedovoljno razvijeno kritičko mišljenje iskorištava se reklamama kako bi se nametnule određene vrijednosti i stvorila iskrivljena slika stvarnosti.

U današnjem društvu reklame duboko utječu na način kako ljudi promatraju život, svijet i sebe same, a taj utjecaj može biti pozitivan i negativan.

# POZITIVAN



- One mogu biti izvor informacija
- Određene reklame, koje se odnose na higijenske proizvode, mogu pomoći tijekom održavanja dobrih navika
- Reklame također mogu imati motivirajući sadržaj koji može potaknuti ljude da razviju strast, želje te motivaciju za razne stvari
- Određene reklame koje sadrže sadržaj relevantan za društvenu promjenu mogu pomoći ljudima u promicanju empatije i osjećaja dužnosti prema zajednici
- Reklame za zaštitu okoliša također skreću pozornost ljudima na problem i mogu ih potaknuti da postanu dio rješenja
- Upozoravajuće reklame koje otkrivaju posljedice alkohola i pušenja mogu odvignuti ljude od ovisnosti

# NEGATIVAN

- Uvjeravanje da kupite proizvod koji vam možda ni ne treba
- Poruka reklame može se tumačiti na pogrešan način
- Lažno prikazivanje
- Oglasi također mogu biti vodeći čimbenik u utjecaju na odabir materijalnih stvari
- Gubitak dodira sa stvarnošću

