

Секция «Журналистика»

Способы репрезентации спонсорской рекламы на XXII Зимних  
Олимпийских играх Сочи-2014

*Пятикопова Ольга Михайловна*

*Студент*

*Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии,  
журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия*

*E-mail: olga.pyatikopova@bk.ru*

Реклама - наиболее яркое явление современного общества, она проникает во все его сферы жизни, рекламные материалы распространяются с помощью средств массовой информации: телевидения, радио, кино, печати и других коммуникаций. Принадлежность рекламы к системе коммуникаций определяется различными функциями, которые выполняет реклама. С точки зрения коммуникации рекламу можно определить как «контролируемое воздействие, оказываемое определенным рекламодателем с помощью средств массовой коммуникации» [1]. Процесс коммуникации реализует наиболее общие задачи, такие например, как информировать о событиях и фактах общественной жизни, развивать контакты между людьми, управлять процессом общения. Взаимодействие общества и рекламы оказывается двуединым процессом: общество развивает и интенсифицирует рекламную деятельность, а рекламные технологии, в свою очередь, дают соответствующий стимул социально-экономическому развитию общества. В силу своей природы феномен рекламы является предметом междисциплинарных исследований. В данной сфере исследований пересекаются интересы многих теоретических дисциплин, среди которых можно назвать социальную психологию, теорию управления, социальную философию, маркетинг, теорию и практику рекламы. Среди зарубежных исследований по этой тематике следует выделить работы Дж.К.Лафта, Ф.Котлера, Г. Маркузе, Дж.Эванса, и др. По данной тематике появился ряд работ отечественных исследователей: П.Залесского, Л.Федотовой, С.Бориснева, Л. Грановского, В.Полукарова и др. Говоря о спонсорской рекламе, следует отметить, что это «реклама, распространяемая на условиях обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре» [2]. Рекламная кампания разрабатывается не под спонсора, а под целевую аудиторию мероприятия. Спонсорство по праву можно называть специфическим видом рекламы, ввиду того, что оно формирует в сознании потребителя четкое представление об имидже фирмы определенных товаров и услуг. Оргкомитет Олимпийских игр в Сочи-2014 постоянно «подчеркивает важность спонсорской поддержки Игр и беспрецедентный объем привлечённых средств» [3]. Помимо 10 всемирных олимпийских партнёров, оргкомитет сочинских Игр заключил партнёрские соглашения с 14 компаниями, 5 из которых являются государственными российскими компаниями («Аэрофлот», «Российские железные дороги», «Роснефть», «Ростелеком», «Сбербанк России»). Исследуя тексты рекламных роликов спонсорской рекламы Зимних Олимпийских игр, следует обратить внимание на способы репрезентации информации: *Мегафон*. Слоган: «Пиши. Смотри. Творю свою историю Олимпиады на рекордных скоростях МегаФона». Виды спорта в видеоряде: бег на коньках, сноуборд, лыжи, фигурное катание, хоккей. *РЖД*. Слоган: «Российские Железные Дороги – строим для игр, движемся в будущее». Виды спорта в видеоряде: бег на коньках, бобслей, лыжный трамплин. *Сбербанк* Слоган: «Сбербанк –

от мечты к победам Виды спорта в видеоряде: лыжный трамплин, сноуборд, бег на коньках, хоккей. *PG* Слоган: «После каждого падения ты учишь нас подниматься. Проктер энд Гэмбл – мы говорим спасибо мамам». Виды спорта в видеоряде: лыжи, фигурное катание, хоккей, сноуборд. *Coca Cola*. Слоган: «Coca Cola. Вливайся в Олимпийские игры». Виды спорта в видеоряде: хоккей, прыжки с трамплина, лыжный спорт, сноуборд, фигурное катание. Рассмотрев особенности спонсорской рекламы, хочется отметить, что все генеральные спонсоры Олимпийских игр используют краткие по своей сути, но в то же время информативные и емкие слоганы, а также наиболее распространенные виды спорта, выбор которых, как нам кажется, не случаен: ведь именно фигурное катание, лыжи, сноуборд, бобслей, хоккей – главная надежда России на олимпийские медали, а, значит, видеоряд, наряду со звукорядом, формирует позитивную оценку у зрителя.

### **Литература**

1. Ковалев С., Латов Ю. Реклама //URL: [http: // www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru)
2. Спонсорская реклама //URL: [http: // www.telereklama.gpm.ru](http://www.telereklama.gpm.ru)
3. Зимние Олимпийские игры в Сочи //URL: [http: // www. wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)