

мой им рекламой, по определению должно быть креативным - стратегия подхода, платформа, идеи и их воплощение. Основной целью деятельности создателей рекламы является их стремление добиться наибольшей убедительности и эффективности рекламного сообщения путем креативной подачи рекламного материала. Одним из приемов, взятых на вооружение создателями рекламы, является умение поставить себя на место заказчиков и потребителей рекламы. Только так можно оценить результаты своих творческих усилий относительно выбранных субъектов рекламного рынка.

Креатив с точки зрения заказчика это поиск сходства деталей рекламируемого объявления с ранее полученным опытом и знаниями. Так А.В. Лебедев-Любимов в учебном издании «Психология рекламы» приводит мнение психолога И.К. Стронга, утверждавшего, что привлечение внимания в рекламе зависит от сходства деталей рекламного объявления с предшествующим опытом читающего его человека. Фактор прошлого опыта он находил более сильным, чем фактор новизны.

Отношение к креативной рекламе с точки зрения потребителя неоднозначно. С одной стороны захочет ли потребитель приобрести товар низкого качества реклама которого креативна и оригинальна, а с другой он вполне может купить более качественный товар с тусклым рекламным сообщением. Потребителя легче убедить конкретными фактами, нежели нестандартным преподнесением рекламного сообщения.

Основные принципы работы над креативом: атмосферность, внимание к личностям, коллективный подход, мотивация и пр. Креатив всегда появится, если для его создания существует соответствующая творческая среда. Главное, никогда не отвергать новые идеи, и если сегодня какая-то из них кажется сложной или нереализуемой, ее надо просто поддерживать. Придет время, когда появятся ресурсы для воплощения данной инновационной идеи.

Для создания креативной идеи могут быть использованы шесть техник от Лео Бернетта.

1. Козырной валет. Наличие в агентстве креативного человека-рупора идей.
2. Креативное совещание или групповое мышление. Проведение «мозгового штурма» для решения конкретной креативной проблемы.
3. Метод бредня. Записки своим сотрудникам с просьбой написать все что они думают по поводу той или иной темы.
4. Обзорная статья. Задание копирайтерам - написать крупную статью о продукте при этом подход должен быть эмоционально свободным
5. Эксперт со стороны. Оценка рекламной кампании дилетантом.
6. Рецензионный комитет. Представление копирайтером своей работы на суд комитета, с последующей модификацией идей.

Примером использования техник разработки креативных идей от Лео Бернетта может служить компания Coca-Cola. Крупные компании, ратующие за сохранность окружающей среды и экологичный подход, не спешат отказываться от пластиковой упаковки. Вместо этого они ищут другие способы продемонстрировать свою заботу о природе. Так, Coca-Cola запустила рекламную кампанию под названием «Вторые жизни» (2nd Lives), в которой призывает потребителей повторно использовать пластиковые бутылки от своих газированных напитков. В рамках этой инициативы, стартовавшей во Вьетнаме, были выпущены 16 необычных и функциональных крышек-насадок, которые можно привинтить на пустые бутылки, пре-

вращая, таким образом, использованную тару в забавные и полезные предметы: пульверизатор для опрыскивания растений, точилки для карандашей, легкие гантели или кисточки для рисования. Разные крышки-насадки выдаются покупателям напитков в качестве подарков.

Креатив значительно сужает целевую аудиторию, приближая рекламируемый продукт к одной группе потребителей, но отдаляя при этом другую. Чем ярче и необычнее креативная концепция, тем меньшему количеству потребителей она будет понятна и интересна. Находиться в золотой середине и нравиться всем креатив не может. Он не способен быть универсальным, иначе он теряет свою суть, перестает быть оригинальным.

Авторы данной статьи предлагают разработку креативной рекламы детской игровой площадки, взяв на вооружение методики разработки креативной идеи от Лео Бернетта «Креативное совещание или групповое мышление» и «Эксперт со стороны» был создан интерактивный аттракцион для детского парка развлечений (рисунок).



Интерактивный сенсорный экран

Это интерактивное табло с сенсорным экраном. Его функция это игры для детей, но процесс игры включает и познавательная деятельность. Дети могут открывать и осваивать планеты, путешествовать по космосу и рассматривать звезды, давать им имена и дарить близким людям. Мир звезд всегда манил и взрослых, и детей, а интерактивная игра поможет удовлетворить их любопытство, привить познавательный интерес к астрономии.

САМОРЕКЛАМА: СВОБОДА ТВОРЧЕСКОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Карташова Н.К.

*Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, Магнитогорск, Россия,
alya.chistyakova.47@mail.ru*

«Жизнь – это процесс постоянного выбора. В каждый момент человек имеет выбор: или отступление, или продвижение к цели. Либо движение к еще большей боязни, страхам, защите, либо выбор цели и рост духовных сил. Выбрать развитие вместо страха раз десять в день – значит десять раз продвинуться к самореализации». Абрахам Маслоу

Поиск смысла жизни зачастую приводит нас к необходимости познания своего «Я», которое требует

быть реализованным на своем собственном месте в этом мире. Но что есть ваше «Я»? Ответ на этот вопрос поможет стать вам гармоничной личностью, удовлетворенной своей жизнью. Процесс, который приводит к такому результату, получил название самореализации [1].

Значения и толкования термина «самореализация» достаточно разнообразны:

– самореализация – Выявление и развитие индивидом личностных способностей во всех сферах деятельности;

– самореализация (self-actualization) – реализация потенциала личности. (Термин связан с иерархией потребностей, предложенной Маслоу (1954). Согласно его теории, самореализация достижима лишь в высшей точке, если удовлетворены все другие биологические и социальные потребности.);

– самореализация – (духовный смысл) перевод с санскрита термина «атмасакшат кар». Дословный перевод – «проявление своего духа». По сути это духовная трансформация человека, которая позволяет ему соединиться с Абсолютной энергией;

– самореализация – это умение руководить своим собственным психическим развитием или по большому счёту – жизнетворчество;

– самореализация – высшее желание человека реализовать свои таланты и способности. Стремление человека проявить себя в обществе, отразив свои положительные стороны;

– самореализация – это не только процесс совершенствования личности и познания себя. Также это и результат постоянного роста и работы с внутренним потенциалом;

– самореализация личности – это путь, который приведет к пониманию себя, удовлетворению своих потребностей, необходимых для достижения душевного комфорта;

– самореализация человека – естественная потребность, на которую указывают психологи А. Маслоу, Э. Фромм и З. Фрейд.

Обобщая данные понятия, остановимся на том, что Самореализация – это не только процесс совершенствования личности и познания себя. Также это и результат постоянного роста и работы с внутренним потенциалом.

В силу различных жизненных обстоятельств истинный потенциал личности может не совпадать с конечным результатом ее деятельности. Это часто приводит к ощущению неудовлетворенности собственной жизнью. Несмотря на это потребность в самореализации сохраняется у каждой личности и этот феномен уже долгое время изучается ведущими психологами мира.

В своих исследованиях С.Л. Рубинштейн пришел к выводу, что основным механизмом формирования личности являются мотивы. Они проявляются в мыслях и поступках человека. С. Мадди сравнил несколько теорий личности и взял за основу в своих исследованиях следующие характеристики полноценного человека: творчество, без которой невозможна жизненная реализация личности; принцип «здесь и теперь», включающий в себя подвижность личности, ее высокую адаптивность и спонтанность в принятии решений; свобода действий во всех жизненных ситуациях, дающая ощущение контроля над своей жизнью [5].

Психолог А. Маслоу построил пирамиду иерархии человеческих ценностей рис. 1. И наверху таковой находится именно самореализация, названная указанным ученым самоактуализацией.



Рис. 1. Пирамида потребностей человека по Маслоу

Порядок удовлетворения потребностей может быть сугубо индивидуальным и зависит от ряда факторов, но очевидно, что богатство является лишь средством для удовлетворения других потребностей и не может быть целью самореализации человека.

Таким образом, самореализация человека – это поиск себя. Пути у людей разные, следовательно, единой модели самореализации быть не может.

Рассмотрев основные формы реализации, такие как познание и научение (осваивается уже существующий полезный опыт человечества, обдумываются и проектируются смыслы, пути и предназначения человека и человечества в целом.), творческая деятель-

ность (человек творит сам себя или свой продукт), можно отметить, что наибольшие возможности принадлежат творчеству.

Именно творческая самореализация способствует и развитию личности, и достижению многих других целей, а главное – такой путь является индивидуальным. В процессе творческой самореализации человек находит себя, раскрывает и развивает свой талант. Творчество – это особый подход к решению определенных задач, способ деятельности, а не сама деятельность как таковая [1]. Творчество является атрибутом человеческой деятельности – это исторически эволюционная форма активности людей, выражаю-

щаяся в различных видах деятельности и ведущая к развитию личности.

Принято считать, что основой творческой деятельности является творческое мышление как один из видов мышления, характеризующийся созданием субъективно нового продукта.

В данной статье при разработке продукты, мы опирались на следующие факторы, стимулирующие развитие творческого мышления: принятие собственной ответственности и независимости, акцент на самостоятельности в чувствах, разработках, наблюдениях, сопоставлениях, разнообразный опыт, расширение картины мира.

Если человек освоил творчество в полной мере - и по процессу его течения и по результатам, значит, он вышел на уровень духовного развития.

Создание и разработка нового продукта позволяет развить творческое мышление, что дает возможность: личностному и духовному росту, гибкость в решении поставленных проблем, высокую потребность в творчестве, чувствительность к проблемам, открытость к новому опыту, увеличение независимости.

Осознав свою уникальность и неповторимость, вы с легкостью сможете справиться с любым стрессом, достигнуть поставленных целей и просто быть счастливым человеком [2].

При разработке творческого продукта, мы использовали прием росписи полей различными культурами, в данном случае маковыми рис. 2. Роспись сделана в виде символа, в виде птицы рис. 3.



Рис. 2. Маковое поле



Рис. 3. Птица-сойка

Красный цвет символизирует революцию, силу и мужество. В Древнем Риме красный цвет символизировал божественность. Это цвет знати, патрициев и императоров Рима. Символ верховной власти, который позже перешел к кардиналам. После победы римские полководцы красили лицо (в честь Марса) в красный цвет [5].

Птицы - неперенный элемент различных религиозных систем, мифопоэтических традиций и ритуалов; широко представлены в символике и эмблематике. Значение птицы как символа определяется:

- наличием крыльев и способностью к полёту;
- связь с воздушной средой;
- свобода, лёгкость и скоростью передвижения;
- способность к пению и «речевому» общению.

Чаще всего птицы рассматриваются как благоприятный образ или знак. Среди массы значений можно выделить несколько основных «функций» птиц в символике:

- птицы как воплощение божества играют важную роль в мифах о создании мира.

- самой известной «функцией» птицы является олицетворение ею человеческой души: представление сколь древнее, столь и распространённое.

- одновременная связь птиц с мировым Духом и душой человека делает её едва ли не идеальным символом посланника божественных сфер и проводника на пути в иные космические уровни и миры. Не случайно многие птицы, в первую очередь – орёл, часто начинают жреческую или шаманскую традицию.

- широко распространены представления о птицах как о первопредках, тотемах племени или т. н. половых тотемах. Характерно, что в качестве тотемов выступают и «хорошие» («божьи») птицы (голубь, орёл, лебедь, аист и т. п.), и птицы, которые во многих традициях квалифицируются как «плохие», несущие угрозу, пророчащие беду, и т. п. (ворон, сова, филин, воробей и т. п.), а также «непромысловые» птицы, мелкие птицы (типа синешейки и крапивника) [6].

Голубая сойка является членом семейства вороновых и так же, как и другим представителям этого семейства, ей присуща такая черта, как бесстрашие. Поскольку сойка не ведаёт страха, она поможет проникнуть в самые глубинные загадки земли и самые величественные тайны небес.

По-английски название сойки звучит как «jaу». Это происходит от греческого «gaia» или «gaea», что указывает на связь этой птицы с Матерью-Землей. Один древнегреческий миф повествует о том, что жизнь зародилась от союза Геи (Матери-Земли) и Урана (Отца-Неба). Этот миф позволяет понять, в чем состоит основное символическое свойство сойки. У этой птицы есть способность устанавливать связь между небом и землей, благодаря чему сила обоих этих начал возрастает. Об этой же способности говорят белые и черные отметины на голубых крыльях сойки (Воздух (голубой цвет) отделяет Небеса (белый) от Земли (черный)). Этот тотем может свободно перемещаться между Землей и Небесами, используя первозданные энергии на этих обоих уровнях. Сойка знает об этой своей врожденной способности, о чем свидетельствует ее голубой хохолок – символика высшего знания, которое может использоваться в практических целях.

Голубую сойку часто считают грабителем или разбойником. И правда, подобные склонности у нее могут проявляться, но, все же, голубая сойка обладает и другими, гораздо лучшими качествами. Если голубая сойка стала вашим тотемом, она поможет вам научиться правильно, использовать свои силы. Она научит вас не попадать в ситуации, где есть риск стать жертвой злоупотреблений и насилия. Если эта птица стала вашим тотемом, это значит, что скоро вам потребуется проявить гибкость и изобретательность. Сойки не являются

ся перелетными птицами, зимой не покидают свои места обитания. Следовательно, в вашем распоряжении будет достаточно времени для развития и использования своих энергий с целью выхода на новые уровни мастерства. Сойка останется с вами и будет помогать до тех пор, пока вы будете в ней нуждаться. Голубая сойка напоминает о том, что всякое начатое дело нужно доводить до конца, а не бросать на полпути.

Стоит помнить о том, что главную опасность для тех, чьим тотемом является сойка, представляет поверхностное, легкомысленное отношение к энергиям Небес и Земли. Обладатели этого тотема от природы наделены великими талантами, но нередко они рассеивают свои силы впустую или развивают их лишь в той степени, в какой этого требуют обыденные нужды. Многие из этих людей чаще всего оказываются лишь поверхностно осведомленными, особенно в темах, касающихся духовных и метафизических областей. Ярко-голубой хохолок этой птицы должен напоминать этим людям о том, что короны истинного мастерства достоин только тот, кто осознает свою ответственность и предан всей душой развитию и самосовершенствованию как в материальной, так и в духовной областях.

Эта птица имеет замечательные способности к подражанию, а также острое зрение и резкий голос. В прошлом натуралисты считали, что подражание доставляет сойкам настоящее удовольствие. Присущая сойке тяга к удовольствиям (часто за чужой счет) может говорить об известной внутренней дисгармонии. Иногда появление сойки в вашей жизни служит сигналом о том, что нечто подобное происходит и в вашей жизни [7].

Затем мы наложили картину с птицей и наложили ее поверх картинку макового поля рис. 4.



Рис. 4. Наложение рисунка

И вот что у нас получилось рис. 5.



Рис. 5. Итоговый вариант

Связывая свое восприятие мира, его духовную и творческую составляющую с пониманием сути саморекламы, хочется заметить, что неприятие саморекламы будет ограничивать развитие карьерного будущего. С другой стороны – сваливание в постоянное бахвальство может сделать человека хвастуном, болтуном, ...

Пытаясь найти «золотую середину» остановимся на желании делиться своими достижениями, просто так, искренне, не назойливо. Кроме того, хочется согласиться со словами Уильяма Арруда, президента Reach Personal Branding, который утверждает, что первый шаг к искусной саморекламе – это представление. «Чтобы построить свой собственный сильный бренд, не нужно говорить людям, какой ты прекрасный, – говорит он. – Нужно показать им это».

Автор данной статьи уверена, что если идея оформить пространственную среду посевных культур не только технологически верно, но и креативно, от этого выиграет и окружающий нас мир и мы, как его частицы. Приглашаю обсудить идею посредством контактов, предоставленных форумом.

Список литературы

1. <http://samorealizacia.com/samorealizacia/samorealizaciya-cheloveka-process-tvorcheskij.html>.
2. <http://www.yourfreedom.ru/puti-samorealizacii/>
3. http://infomania.ru/psihe_real.php.
4. <http://kak-bog.ru/samorealizaciya-lichnosti>.
5. <http://symbolist.ru/color/red.html>.
6. http://www.symbolarium.ru/index.php/%D0%9F%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%8B#cite_note-7.
7. <http://animalspeak.narod.ru/lection25.html>.

ФЕНОМЕН ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Комарова К.О.

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.Носова»,
Магнитогорск, Россия, Komarova_k94@mail.ru

Еще с древних времен человек не может обходиться без впечатлений. С психологической стороны человек устроен так, что каждое событие или явление определенным образом влияет на его сознание. Под впечатлением понимается некий образ, оставляемый в сознании чем-либо пережитым.

В своей книге «Экономика впечатлений» Джозеф Б. Пайн и Джеймс Х. Гилмор дают следующее определение понятию впечатление: «Впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров» [1, с. 6].

Потребитель готов платить за собственные чувства и ощущения. Компании же через влияние на восприятие и воздействие на эмоции потребителей стремятся завоевать лояльность клиентов к своему бренду и увеличить продажи. В современной экономике почти каждый товар или услуга обещают новые необычные впечатления, в которых так нуждается покупатель. Главной целью производителя является установление прочной эмоциональной связи с потребителем.

В условиях современной экономики понятия «товар» и «впечатление» взаимосвязаны между собой. Товар благодаря своим свойствам должен удовлетворять те или иные потребности потребителя. Основной целью покупки товара является получение определенного впечатления. Потребитель испытывает определенные эмоции и при покупке товара, и при его использовании.

Впечатление и товар могут взаимодействовать в разных контекстах: