

Музыкальное сопровождение в рекламных роликах

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Беляев Глеб Михайлович

E-mail: glebBelg27@gmail.com

Музыка играет ключевую роль в формировании восприятия рекламных сообщений, оказывая значительное влияние на эмоциональное состояние и поведение потребителей. Согласно исследованиям, музыкальное сопровождение может повысить эффективность рекламы, улучшая запоминаемость и усиливая эмоциональное воздействие [1]. Джефф Ричардс отметил: «Творчество без стратегии называется искусством. Творчество со стратегией называется рекламой» [2]. Это подчеркивает важность стратегического использования музыки в рекламе для достижения маркетинговых целей.

Влияние музыки на эмоциональное восприятие рекламы

Музыка способна вызывать различные эмоции, влияя на настроение и восприятие рекламного сообщения. Правильно подобранное музыкальное сопровождение усиливает эмоциональный отклик аудитории, что способствует лучшему запоминанию рекламы и положительному отношению к бренду [3].

Музыкальная конгруэнтность и ее значение

Соответствие между музыкальным сопровождением и содержанием рекламы, известное как музыкальная конгруэнтность, играет важную роль в эффективности рекламного ролика. Высокая конгруэнтность способствует лучшему восприятию и запоминанию информации, тогда как несоответствие может снизить эффективность рекламы [4].

Типы музыкального сопровождения и их воздействие

Выбор жанра, темпа и стиля музыки влияет на восприятие рекламы. Например, использование популярной музыки может привлечь внимание определенной целевой аудитории, тогда как классическая музыка может ассоциироваться с престижем и элегантностью [5].

Пример использования песни «Breed» группы Nirvana в рекламе

В 2007 году песня «Breed» из альбома «Nevermind» группы Nirvana впервые была использована в коммерческих целях. Трек прозвучал в титрах фильма «Shoot Em Up», в видеоигре «Major League Baseball 2K7», а также в рекламном ролике одной из австралийских телефонных компаний . Это событие вызвало широкий общественный резонанс, поскольку ранее музыка Nirvana не использовалась в коммерческой рекламе[6]

Проблемы и вызовы в использовании музыки в рекламе

Несмотря на очевидные преимущества, использование музыки в рекламе сопряжено с определенными трудностями, такими как выбор подходящего трека, соблюдение авторских прав и обеспечение культурной релевантности для целевой аудитории.

Музыкальное сопровождение является мощным инструментом в арсенале маркетологов, способным значительно повысить эффективность рекламных роликов. Однако для достижения оптимальных результатов необходимо учитывать факторы конгруэнтности, культурной релевантности и предпочтений целевой аудитории. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение нейрофизиологических аспектов восприятия музыкального сопровождения в рекламе, а также на разработку моделей предсказания эффективности различных музыкальных стилей в зависимости от характеристик целевой аудитории.

Источники и литература

- 1) https://cyberleninka.ru/article/n/rol-muzykalnogo-soprovozhdeniya-i-zvukovogo-dizayna-v-sozdanii-effektivnyh-reklamnyh-rolikov?utm_source=chatgpt.com
- 2) https://www.audio-reclama.ru/blog/tsitaty-vydayushikhsya-reklamistod.html?utm_source=chatgpt.com
- 3) https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-muzyki-na-povedenie-potrebiteley?utm_source=chatgpt.com
- 4) https://cyberleninka.ru/article/n/muzyka-kak-emotsionalnyy-katalizator-telereklamy?utm_source=chatgpt.com
- 5) https://www.sostav.ru/publication/muzyka-v-reklame-kak-brendy-integriruyut-v-roliki-rep-pop-i-klassiku-30366.html?utm_source=chatgpt.com
- 6) <https://mmr.ua/ru/show/pesni-nirvana-vpervye-ispolzujut-v-reklame>