

**Т. Тумас**

## ТИПЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДЕ МИНСКЕ

Наружная реклама является одним из наиболее гибких и эффективных способов рекламы. Видами наружной рекламы являются билборд, ситилайт, штендер, транзитная реклама, а также живая реклама. Наружную рекламу можно разделить на социальную, экологическую и коммерческую.

Социальная реклама направлена на повышение осведомленности о социальных проблемах, таких как здоровье, безопасность и социальное благополучие. Основной целью социальной рекламы является изменение отношения и поведения, пропаганда здорового образа жизни и поддержка социальных целей, таких как побуждение к знанию законов, соблюдению правил дорожного движения, заботе о безопасности пожилых родственников, популяризация национального языка. В рамках изучения наружной социальной рекламы нами было отмечено присутствие восклицательных предложений в текстах (*Пассажир, работай головой; Мы не сможем испечь пирожки вместо вашей бабушки*). Также нередко использование глаголов 1-го лица множественного числа с целью призыва к единению, например: «Мы знаем законы нашей страны». Стоит отметить крайне немногочисленную рекламу на белорусском языке и ее неинформативность (*Смак беларускай мовы*).

Экологическая реклама направлена на повышение осведомленности о проблемах окружающей среды и пропаганду экологически безопасного поведения. В наружной экологической рекламе присутствуют восклицательные предложения, наблюдается рифма (*Наша забота, а не енота*) и языковая игра (*Не жди белочку – туши окурок*), что привлекает внимание и способствует лучшему восприятию информации.

Коммерческая реклама направлена на продвижение товаров или услуг и увеличение продаж. Основной целью коммерческой рекламы является создание осведомленности о бренде, привлечение потенциальных клиентов и стимулирование продаж. В наружной коммерческой рекламе прослеживается стремление рекламодателей быть ближе к своей целевой аудитории, что выражается словами с оценочной окраской и необычным словообразованием (*Площадь Ленина уже всю манибэчит! Вот это тарифище!*), обращение на «ты» (*Живи ярче, лови удачу!*) и метафоризация (*Пусть взгляд расцветет!*). Для усиления экспрессивности используются восклицательные предложения, разговорная и жаргонная лексика, например: *Кофе, блин!* (на входе в кафе).

Наружная реклама – это эффективный инструмент, который можно использовать для охвата большой аудитории и достижения конкретных маркетинговых целей.