

УДК 659.1:78

UDC 659.1:78

Музыка в рекламе: как бренды интегрируют в ролики рэп, поп и классику

MUSIC IN ADVERTISING: HOW BRANDS INTEGRATE RAP, POP AND CLASSICAL MUSIC INTO COMMERCIALS

Тюхай Е. В., студентка гр.074001

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Архипова Л. И. – канд. экон. наук., доцент

Tiukhay E. V.

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus*

Arkhipova L.I. - PhD in Economics, Associate Professor

Аннотация. Музыка способна затрагивать самые глубокие струны человеческой души, она создает настроение, делает людей счастливее. Именно поэтому многие бизнесы решили сделать ее одной из самых важных и неотъемлемых частей своих рекламных компаний.

Ключевые слова. Реклама, музыка, аудиобрендинг.

Annotation. Music is able to touch the deepest strings of the human soul, it creates moods, makes people happier. That is why many businesses have decided to make it one of the most important and integral parts of their advertising campaigns.

Keywords. Advertising, music, audio branding.

Решение использовать музыку в рекламе является успешным и весьма распространенным. Классическая музыка, современный рэп и поп, короткие джинглы и мелодии – все это положительно влияет на продвижение продукта, поэтому сегодня сложно обойтись без музыки, создавая собственную рекламу.

Из-за изобилия товаров на полках магазинов и широкого выбора в интернете, рекламодателям достаточно сложно привлечь внимание потребителей. Именно поэтому они не упускают ни одной возможности, чтобы задействовать все возможные методы восприятия рекламы, в том числе и слуховое восприятие. Некоторые рекламные агентства используют готовые, уже всем известные песни и мелодии, другие же создают новую музыку, специально для конкретной рекламы.

Создание музыкальных произведений, призванных вызвать у слушателей ассоциации с тем или иным брендом, называется аудиобрендингом. Это достаточно широкое понятие, оно включает в себя и песни, звучащие в рекламных роликах, и, например, мелодии из нескольких нот, которые вы можете услышать по телевизору, радио или в общественных местах, таких как вокзалы и метро. Музыка для бренда может быть написана с нуля или лицензирована у артистов — в исходном виде или с изменениями и дополнениями. Также она может быть взята из библиотек и стоков, все зависит от конкретной рекламной кампании [1].

Использовать музыку в рекламе начали достаточно давно, и это не является чем-то оригинальным и новым. Но, тем не менее, она используется повсеместно. Музыка является завершающим компонентом любого рекламного ролика. Она заставляет потенциального клиента обратить на себя внимание и ненавязчиво привязывает его к себе. Создавая рекламу, производители стараются установить тесную связь между своим брендом и треком, который его рекламирует. Важным моментом остается смысловое соответствие песни и рекламного сообщения, а также отсутствие каких-либо противоречий между ними.

Классическая музыка кажется многим скучной и тоскливой, появляется стереотип, что ее слушают только интеллектуалы в смокингах и бабочках [2]. Но это глубокое заблуждение. Классическая музыка вызывает наилучшие эмоции, слушая ее, человек отдыхает душой и познает гармонию с миром и природой. Чтобы понять ее, не нужно особого образования и умения, достаточно лишь дать ей шанс и насладиться прекрасным миром классической музыки.

К сожалению, лишь в небольшом количестве рекламных роликов мы можем услышать классику.

Одним из самых известных примеров является всеми любимая реклама от компании M&M's с Сантой Клаусом «Они настоящие». Эту рекламу можно увидеть каждый год на новогодние праздники и каждый раз она будет вызывать у зрителей улыбку и приятные эмоции. А музыка к этой рекламе была заимствована у П. И. Чайковского и называется Dance Of The Sugar.

Для того чтобы рекламное сообщение звучало молодежно и современно, непременно стоит использовать популярнейший на сегодня музыкальный жанр – рэп. Несложно понять, что целевая аудитория такой рекламы — это молодежь или, как ее сейчас называют бренды - «трендсеттеры».

Примерами рекламы с рэп сопровождением является реклама от МТС с Дмитрием Нагиевым, реклама от «Билайн» с известным рэпером Скруджи и, конечно же, самая популярная реклама о пользе «Тантум Верде Форте» с главным рэпером России Тимати, которая «свела с ума» многих зрителей, и особенно поклонников знаменитостей.

Используя музыку в рекламе, бренды все чаще обращаются к знаменитостям, которые не только пишут и исполняют рекламную мелодию, но и являются важным инструментом для формирования доверия потребителей к бренду.

Контент получает наибольшее продвижение за счет многократных просмотров поклонников артистов. Благодаря музыкальному подходу повышается привлекательность коммуникации для клиентов. Это подтверждают нейромаркетинговые исследования новогодних роликов, транслируемых по ТВ в минувшие праздники.

Музыка и реклама бывают переплетены настолько сильно, что зрителю сложно сразу осознать, что именно сейчас перед его глазами: реклама товара, включающая в себя песню, или наоборот, видеоклип на песню, включающий в себя рекламу какого-либо товара. Такая путаница в расстановке акцентов встречается довольно часто. Чем менее рекламно выглядит видео, тем менее навязчивым оно будет представляться потребителю.

В заключении можно подчеркнуть, что музыка — это простейший, но сильный инструмент в рекламе. Музыка, как *lazy marketing*, может из обычного, ничем не примечательного ролика сделать рекламную бомбу, но может произойти и обратное. Важно осознавать грань, которая может сделать ваш рекламный ролик не только непривлекательным, но даже раздражающим. Составляющие правильного музыкального оформления довольно просты: знание целевой аудитории, музыкальных трендов, хорошее креативное или музыкальное агентство, отсутствие страха и интуиция маркетолога. В этом случае музыка в ролике будет отлично работать на узнаваемость и любовь к бренду, а также вызывать правильные ассоциации [3].

Список использованных источников:

1. Аудиобрендинг: что это и как работает [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://i-m-i.ru/post/commercial-music>
2. Шедевры классической музыки в рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://muizre.ru/load/14-1-0-3070>
3. Музыка в рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/muzyka-v-reklame-kak-brendy-integriruyut-v-roliki-rep-pop-i-klassiku-30366.html>