

## **Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»**

### **Реклама в автомобильной индустрии на примере рекламных роликов компании «Mercedes-Benz» Агибалов Даниил Романович**

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский  
факультет, Москва, Россия  
E-mail: snowscoot13@gmail.com*

Актуальность данной темы состоит в том, что в современном обществе «автомобиль – не роскошь, а средство передвижения». Правда Mercedes, по моему мнению является большим, чем просто средство передвижения.

Человек 21-го века, водитель, в среднем проводит за рулем собственного автомобиля 2 часа в день или 1100 часов в год, если он не дальнбойщик и т.д. Треть своей жизни водитель проводит в автомобиле.

Так вот. Для того, чтобы проводить в своем автомобиле такую огромную часть жизни, необходимо иметь комфортный автомобиль. М-Б об этом знает. Еще автомобиль должен быть безопасным. И об этом М-Б знают не понаслышке. И, наконец, авто должно быть красивым, чтобы глаз не уставал от его экстерьера. И здесь мастодонт автомобилестроения старается.1

Как сказал Джереми Кларксон во время тест-драйва Мерседеса S-класса: «Этот автомобиль – демонстрация того, что можно делать и того, что скоро будут выпускать все остальные фирмы»2. Действительно, Mercedes является инноватором в своей индустрии. Первая подушка безопасности, первый гидроусилитель руля, первая адаптивная подвеска: все это про автомобили из Штутгарта.

«1746 изобретений защищают вас во время аварии. Еще 4317 помогают предотвратить ее. S-класс. Лимузин номер 1» – гласит реклама. Ведь целевая аудитория для S-Klasse абсолютно разнородна: олигархи, звезды, любители быстрой езды. Они одинаково довольны предлагаемым от Mercedes-Benz.

В рекламе, автомобили мерседес стремительны, быстры и практичны. Они способны обогнать время. Это относится и к семейному минивену.

В линейке моделей Mercedes насчитывается более 10 легковых автомобилей, более 5 внедорожных, более 5 коммерческих. «Автомобили всего модельного ряда одинаково комфортны для передвижения и работы» – вырезка из рекламного проспекта. Об этом же говорят и видеоролики: то джип из лампы дарит E-Klasse по одному и единственному желанию нашего лампу, а тот довольный уезжает кататься и выказывает искреннее удовольствие от вождения.

У МБ почти в каждой стране мира есть свое представительство. Россия не исключение. В Москве крупнейшими являются «Авилон», «ГемаТрак», «Автофорум». Также представительства имеются почти в каждом областном центре центрального региона России и во Владивостоке, Сургуте, Омске, Екатеринбурге, Хабаровске.

Партнером МБ в России является PR-агентство «AVANGARD Global Communications», которое было основано в 2003 году в Краснодаре, и уже через пять лет стало лидером на Юге России. В 2009 году компания вышла на московский рынок, а в 2012 открылось наше

зарубежное представительство в Лондоне. Сегодня «Авангард» является действительным членом РАСО и входит в топ-20 российских PR-агентств по медиа-активности.

Целью исследования является креативный подход немецкого автогиганта к рекламе собственных автомобилей и выявление тенденций при съемке рекламных роликов, в том числе и в Российских реалиях.

В результате исследования я хочу показать, что оформление видеороликов от штутгардцев универсально. Реклама для Европы или Америки не отличается от рекламы для России-она смешна, стильна, креативна и наглядна. Она донесет смысл и до домохозяйки, которая вообще не разбирается в автомобилях

Методы, используемые при написании работы :Проведение мониторинга новостей с интернет ресурсов, изучение литературы по теме, выявление тенденций в автомобилестроении и рекламы

### **Литература**

1. Михаил Колодочкин-«Мужчинам до 16 об автомобиле», «За рулем», М.2007. Игрушки для мальчиков из Германии/Штутгардский завод. С. 55-60
2. Джереми Кларксон-«Топ Гир. Лучшие автомобили», М.2008/Немецкие вагоны. С.111-123
3. Карл Бенц и Готлиб Даймлер- «История автомобилестроения», Спб, 2010 (перездание)/Мои автомобили и как я их продавал. С.73-87.
4. YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=KWdy36KwLZw>
5. [http://www.youtube.com/watch?v=\\_ImDUHMpjrA](http://www.youtube.com/watch?v=_ImDUHMpjrA)
6. <http://www.youtube.com/watch?v=5q4YdaOg4pg>
7. <http://www.youtube.com/watch?v=iA8fuHiPbnM>