

## Использование интернет-мемов в рекламе

**Песняк И. М., студент,  
Нуриллов К. А., студент**

*Белорусский национальный технический университет*

*г. Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель: канд. тех. наук, доцент Дробыш А. А.*

### Аннотация:

В статье рассматриваются понятие мема и где он может применяться, первое упоминание. Рассмотрены причины применения мемов крупными организациями в таргетинговой рекламе, а также тонкости их использования в рекламных кампаниях.

Мемы стали неотъемлемой частью социальных сетей. Это не только смешные картинки или узнаваемые образы, но и нелепые фразы знаменитостей и даже видеоролики – все то, что может задать тренд и привлечь аудиторию. Но развлечение публики не единственное их предназначение. С их помощью можно донести любую информацию. В том числе – использовать мемы в рекламе. Грамотно обыгранная смешная картинка надолго западет в память человека, и обязательно заставляет поделится его со своим окружением.

Мем – это термин, обозначающий единицу культурной информации. Термин ввел ученый Ричард Докинс. В 1976 году в книге «Эгоистичный ген» Докинс рассказал о меме, как о единице, которую один человек передает другому. Мем подвержен мутации и естественному отбору. Мемом может быть картинка, видео, движение, символ. В интернете это может быть картинка, видео или строчка из песни, которая активно распространяется в онлайн-среде.

Мемы в таргетированной рекламе – способ показать, что бренд является примером компании, идущей в ногу со временем. Использовать прием можно даже крупным организациям по двум причинам:

1. Если у бренда молодая целевая аудитория, тогда использование мемов будет не просто уместно, но и выгодно. Актуальные картинки или мемизированные фразы из интернета позволят настроиться на одну волну с молодежью.

2. Если компания производит продукт, напрямую связанный с IT-сферой. Тогда применение актуальных «фишек» из сети будет очень кстати. Не подойдет мем-направление брендам, работающих на государственном уровне.

Тонкости использования мемов в рекламных кампаниях:

1. Оперативность. Мемы молниеносно набирают популярность и теряют ее с такой же скоростью.

2. Инфоповод. Если вы создаете собственную рекламную кампанию на основе мемов, важен информационный повод кампании доставки еды, приуроченные ко времени номинации на премию «Оскар».

3. Правильный канал использования. К мемам большое доверие, их нельзя назвать средством делового общения, поэтому лучше всего их использовать в менее формальных каналах – SMM, e-mail-рассылках, Viber-рассылках, на мобильных баннерах. Для наружной, телевизионной, печатной рекламы, для любого традиционного вида рекламы подобная скорость запуска рекламных кампаний из разряда фантастики.

4. Актуальность шутки. Важно понимать, трактовать и использовать шутку правильно.

5 Авторство. У каждого произведения искусства есть автор, которому может не понравиться, что вы пользуетесь плодами его творчества без разрешения и договора.

Использование мемов в рекламной кампании – успешно используемый способ привлечения внимания аудитории. Однако работать он будет только при условии соблюдения определенных правил, продуманного направления таргета и при подходящих под ЦА образах и идеях.

### **Список использованных источников**

1. Как использовать мемы в рекламных кампаниях [Электронный ресурс] // amdg.ru – 2021. – Режим доступа: <https://amdg.ru/blog/kak-ispolzovat-memu-v-reklamnykh-kampaniyakh/> – Дата доступа: 10.03.2022.

2. Мемы в рекламе, а также провокации, креативы и фейлы [Электронный ресурс] // 1ps.ru – 2020. – Режим доступа: – Дата доступа: 10.03.2022.

3. Мемы в рекламных кампаниях [Электронный ресурс] // marketolog.mts.ru – 2021. – Режим доступа: [https://marketolog.mts.ru/blog/memu\\_v\\_reklamny\\_kampaniya](https://marketolog.mts.ru/blog/memu_v_reklamny_kampaniya) – Дата доступа: 10.03.2022.

УДК 371.3

## Системы управления контентом

**Песняк И. М., студент,  
Нуриллов К. А., студент**

*Белорусский национальный технический университет  
Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель: старший преподаватель Астапчик Н. И.*

Аннотация:

В статье рассматриваются проблемы создания сайтов в современных реалиях цифровизации всех сфер общества. Современные технологии обеспечивают доступ к разработке интернет-ресурсов даже для неопытных пользователей Сети. Наиболее эффективной и популярной технологией является использование систем CMS. В работе подробно рассмотрен функционал подобных решений, их виды и отличия. Выделены наиболее популярные системы, рассмотрены вопросы безопасности и возможности каждой из них.

На сегодняшний день практически не осталось компаний, которые не имеют собственного веб-сайта. В условиях тотальной цифровизации экономики и развития информационных технологий наличие собственной страницы в Интернете является необходимым условием существования. Помимо погони за трендами, данный инструмент открывает новые перспективы для бизнеса, а именно:

- возможность моментального информирования своих клиентов о важных событиях;
- формирование систем обратной связи и индивидуального сервиса поддержки каждого клиента;
- широчайшие возможности интернет-маркетинга, контекстной и медийной рекламы;
- привлечение новой аудитории потенциальных потребителей продукта или услуги.