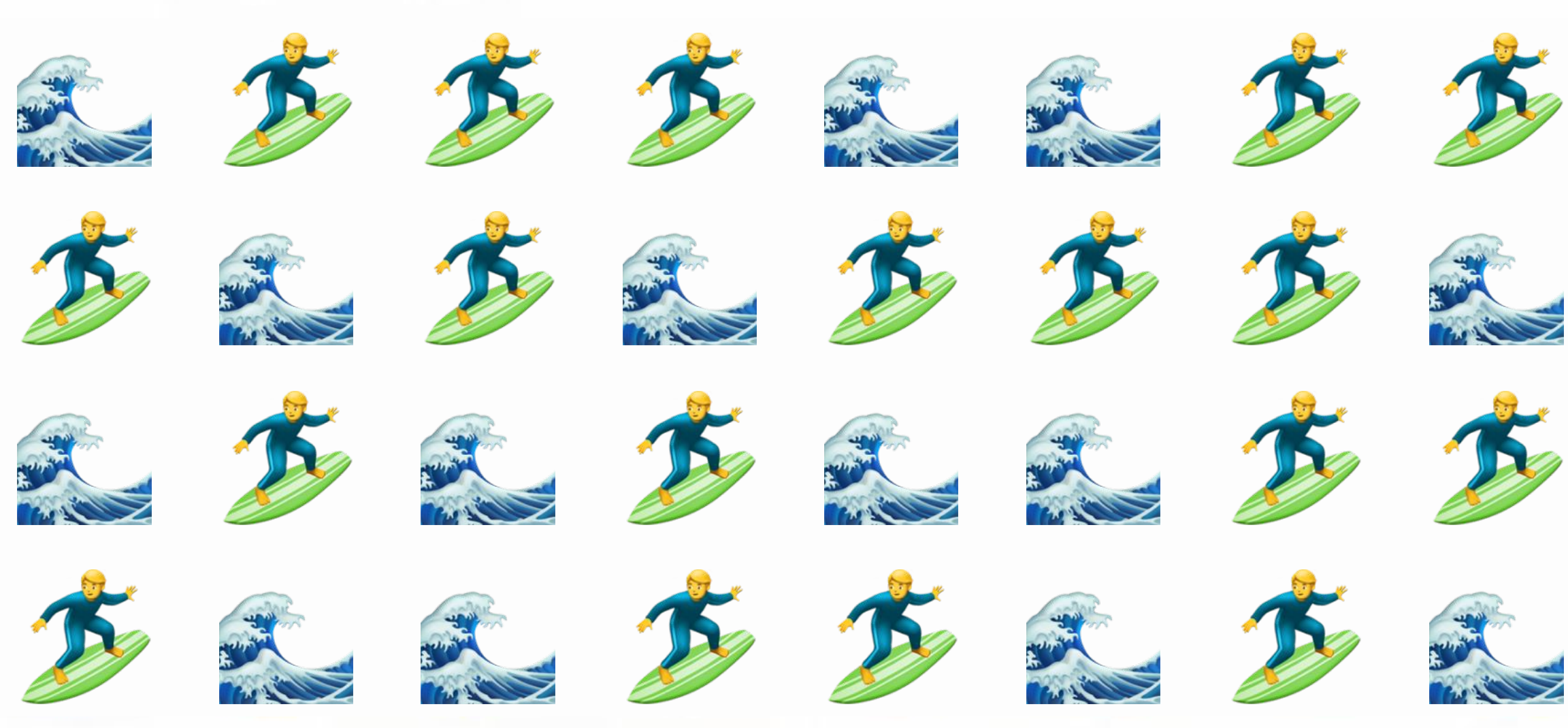




Находчивость Символ рекламы и маркетинга

Бренд-бюро «Щука»

Символ рекламы и маркетинга — это 🏄 адаптивное поведение; находчивость.

Противоположная идея, что у рекламы и маркетинга нет собственной эмблемы — ловушка языка. В нее легко попасть, особенно если заявить об этом через примеры ⚖ правосудия, 🎬 кино и 🎭 театра.

Эти три символа — иконические, но по-разному. Весы изображают правосудие аллегорией сравнения. Камера символизирует кино предметом производства. Маска ссылается на театр инструментом перформанса.

Общее у этих знаков то, что они субъектны в отношении получателей сообщения. Объект правосудия — подсудимый. Кинопроизводства — сюжет и актер. Представления — зритель. Рекламы и маркетинга — покупатель.

Реклама взаимодействует с объектом через язык и речь. Может показаться, что реклама 🙌 указывает и направляет, но она сама объект.

Рекламой 🙌 указывает рынок.

Не спешите огорчиться, что символы рекламы — это 💰 жадность ✂ конкуренция 🏆 соперничество 🧑 манипуляция 🪄 ложь 📦 нажива 💵 выгода. Они слишком универсальные и больше описывают взаимоотношения рынка с покупателем, чем рекламы с покупателем.

Маркетинг, реклама и покупатели вместе вынуждены адаптироваться к рынку — к среде, созданной нашими желаниями и страхами; к нам самим. Нет узнаваемого символа специальной рекламной технологии. Нет символа особенного взаимоотношения субъекта с объектом. Есть беспорядок и непредсказуемость рынка, выраженные не в желании отличиться, а в элементарной необходимости выжить. Остается только адаптироваться, а 🏄 подняться вместе с 🌊 волной — находчивее, чем пытаться засосать волну через 🥤 трубочку. Сколько бы рынок ни пытался убедить нас в обратном.