

Besides beauty, rooftop gardens have a number of very visible advantages, including growing (very) local food. Rooftop gardens also take carbon dioxide out of the air while releasing breathable oxygen.

Rooftop gardens are an ideal way for an urban gardener to expand their space and also make good use of frequently unused and wasted space. Green roof garden designs are usually one of two types: intensive or extensive. Intensive green roofs are rooftop gardens where trees, shrubs and herbaceous plants are grown. Extensive roof gardens are usually filled with herbaceous plants. Extensive green roofs can be done on a very small scale, such as a birdhouse or dog house roof, but they can also be made large enough to cover a home or building's roof. Roof greening has a long tradition that continues to develop so that we can benefit from all the good experiences we have gained in the past. It is hoped that this will make the greening of roofs in our cities with hungry greens an increasingly popular way of replacing lost nature. Protection from nature is increasingly becoming a protected area for nature.

ЛИТЕРАТУРА

1. "A brief history of roof gardens" by Heather Shimmin.
2. "The History of the Roof Garden" by Elisabeth Ginsburg.
3. Article "Intensive vs Extensive Green Roofs: What's the difference?", July 31, 2010.
4. "Green roofs could cool warming cities" by Catherine Brahic, EARTH 28 September 2007.

УДК 659.1–052

Студ. А. И. Данилович

Науч. рук. ст. пр. Т. А. Сенькова (кафедра межкультурных коммуникаций
и технического перевода, БГТУ)

INFLUENCE DE LA PUBLICITÉ SUR LE CHOIX DU CONSOMMATEUR

La publicité est un outil de communication qui a pour principal objectif d'attirer l'attention du Public (consommateurs) dans le but de l'inciter à changer son comportement.

Il est difficile de déterminer avec certitude la naissance de la publicité. Des archéologues ont retrouvé des fresques datant de l'Antiquité qui annonçaient des combats de gladiateurs. Au Moyen Âge — la plupart des gens étant analphabètes — la communication se faisait par voie orale:

les crieurs vantant les produits sur un marché peuvent être vus comme une forme de publicité.

Mais ce n'est que vers 1830 que le terme «publicité» a pris le sens modern. Cette date lie donc le développement de la publicité à celui de l'industrialisation et à l'essor des marchés de grande consommation.

À l'heure actuelle, la publicité fait partie intégrante de la vie de la société moderne. Il a un impact quotidien sur la majorité de la population, car il est répandu partout: sur Internet, dans les journaux et les magazines, à la télévision, à la radio, sur les panneaux d'affichage, dans les transports. La publicité se présente comme une forme de communication visant à informer le public de ses produits ou services et à promouvoir leur vente. Son objectif est donc d'influencer le consommateur pour le pousser à l'acte d'achat.

Et l'une des questions importantes est de savoir comment la publicité parvient à influencer le consommateur, ainsi que par quels moyens elle parvient à le faire.

Il existe de nombreuses façons d'attirer l'attention du consommateur, pour cela, la publicité doit contenir une image vive, une musique agréable ou une phrase mémorable. Tout cela laissera une impression sur la publicité.

Le rôle de la musique et de la couleur dans la publicité.

Pour que la publicité soit couronnée de succès, sa musique est également nécessaire. Une mélodie mémorable augmente l'efficacité de la publicité. Si la mélodie est réussie, la publicité est reportée à une personne dans la mémoire, ce qui augmente la possibilité de choisir un consommateur en faveur de ce produit annoncé. Il y a plusieurs exigences pour la musique pour la publicité: il doit être mémorable, appeler des associations agréables, refléter l'idée de la vidéo.

La sélection des couleurs dans la publicité est également importante. On sait que les couleurs affectent le système nerveux d'une personne, et plus tard, les sentiments. Chaque couleur symbolise quelque chose pour une personne, l'attire ou le repousse. Quand le vert brûle, alors une personne commence à traverser la route, et quand le rouge s'allume, alors il se rend compte qu'il faut attendre. Et dans la publicité, sur l'emballage du café, on voit lequel est plus fort, et moins, même si une personne n'avait auparavant aucune idée de cette marque de café. La couleur est l'image du produit, il doit donc être mémorisé par le consommateur.

La crédibilité des arguments dans la publicité.

Plus les arguments dans la publicité sont convaincants, plus il affecte le consommateur. Tout d'abord, les arguments doivent être appro-

priés, clairement formulés. Dans la publicité, les arguments doivent être non seulement donnés, mais aussi prouvés. Par exemple, démontré, testé. Cela donnera une plus grande chance à la publicité de gagner l'attention de l'acheteur.

En outre, le nombre d'arguments est important, car plus le consommateur a de raisons d'acheter un article, plus il est probable qu'il l'achète encore.

La publicité a le plus d'impact sur le consommateur en comparaison avec des produits similaires d'autres entreprises.

Impact émotionnel de la publicité.

Puisque la personne a une mémoire émotionnelle, il est très important de laisser une impression agréable de la publicité, car d'abord le consommateur aime la publicité, puis aime le produit, et ensuite il veut l'acheter. Cette exposition vise à ce que même la chose qui n'est pas nécessaire apparaîtra nécessaire.

Attirer l'attention du consommateur.

L'une des tâches les plus difficiles de la publicité est d'attirer l'attention du consommateur sur lui - même. Le plus souvent, la publicité, qui est sur la première page du magazine ou va au début d'une pause publicitaire, il est mémorisé par le consommateur le plus. Beaucoup de gens qui regardent la télévision ont le désir de changer de chaîne lorsque la publicité apparaît, de sorte qu'il devrait intéresser le consommateur.

Il est impossible de nier l'impact de la publicité sur la vie de la société. Elle est également un exemple d'une famille idéale, d'un mode de vie sain, car elle modélise des situations similaires. La publicité attire le consommateur avec son image agréable, encourage à acheter des marchandises. Parfois, elle lui offre une chose inutile, et parfois aide à faire le bon choix.

УДК 678.742.2:502.17

Студ. Е. Р. Данько

Науч. рук. преп. Н. В. Теплова (кафедра международных коммуникаций и технического перевода, БГТУ)

PLASTIC BAG SAND THE ENVIRONMENT

One of causes of environmental concern that affects us all is the use of plastic bags. Although plastic bags, such as plastic grocery bags, are used extensively around the world. They are very popularly applied by the people for shopping purposes because of their ease, cheapness and conven-