

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК ВИД ПОЛІТИЧНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

к.е.н., ст. викладач Башук Т. О., студент гр. МК-91 Титаренко Ю. В.

Соціальна реклама – важлива складова світогляду та морального здоров'я суспільства. До тем соціальної реклами відносять проблеми психології спілкування, захисту навколишнього середовища, здоров'я, освіти, соціальних хвороб суспільства та багато іншого.

Останнім часом активно використовують соціальну рекламу не тільки з метою вирішення гострих соціальних проблем, але й з конкретною користю задоволення інтересів політичних верхів. Бо саме під виглядом соціальної реклами проводять декотрі передвиборчі кампанії.

Як показує практика, що проблема ґрунтується на виокремленні соціальної реклами як політичної технології від політичної реклами.

Теоретико-методологічні аспекти дослідження соціальної реклами як політичної технології висвітлюються в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема Ніколайшвілі Г. Г., Лебедєв-Любимов А. Н., Жаров С., Переспечаєва Я., Аронсон. Є., Вайнер В., Трапізонян А., Овчиннікова С. та інші.

Однак, не зважаючи на це, нерозв'язаним й досі є питанням виокремлення соціальної реклами як політичної технології від політичної реклами. Метою роботи є дослідити аспекти та специфіку соціальної реклами, які ідентифікують її як політичну технологію.

Соціальна реклама – найважливіший інструмент інформаційної політики. Існують три категорії соціальної реклами. Перша – політичні кампанії, друга – соціальна реклама, створена за замовленням різного роду неурядових і некомерційних структур типу «Грінпіс» та ЮНЕСКО. І, нарешті, третя категорія це соціальна реклама, замовником якої є безпосередньо держава.

Політичні технології – сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату. Вони включають в себе насамперед вивчення й набуття знань щодо реально існуючих об'єктивних умов, у яких відбувається діяльність суб'єктів політики. Це означає володіння інформацією щодо того, які соціальні групи, залежно від їх причетності до форм власності, від рівня доходів та інших показників, проживають на території країни чи конкретного регіону; який відсоток становить кожна група щодо всієї маси населення; які потреби, інтереси, сподівання у кожній з цих груп; у яких відносинах вони перебувають стосовно одної, а також щодо органів державної та місцевої влади (взаєморозуміння, повага, недовіра, ворожнеча тощо). Якщо територія країни багатонаціональна, необхідне також володіння інформацією стосовно національних груп.

Оволодіння політичними технологіями дає можливість підвищити рівень і результативність політичної діяльності, сприяє цілеспрямованому впливу на розвиток політичної ситуації.

Використання політичних технологій завжди обумовлюється конкретними соціальними, політичними ролями, які постійно виконує суб'єкт політики, оскільки кожна окрема людина (особистість) завжди має відповідний соціальний статус, пов'язана з конкретними соціальними проблемами, впливає на їх розв'язання.

Політичні технології спрямовані головним чином на підготовку, прийняття і реалізацію політичних рішень, досягнення відповідного суспільно значимого результату. Під політичним рішенням розуміють процес, під час реалізації якого елементи структури, в першу чергу політичної, послідовно розвиваючись, передають нагромаджену інформацію та вироблені команди один одному.

Більшість політичних технологій, які використовуються у боротьбі за владу, спрямовані на її утримання, розширення і зміцнення. Це – виборчі технології, тобто певна сума політико-організаційних, інформаційних, пропагандистських та інших дій з метою приведення до влади окремого політика або групи політиків, політичної організації, блоку, об'єднання, сили.

Соціальні технології спрямовані на перетворення нинішнього суспільства в суспільство відкрите: звернене до своєї історії й свого майбутнього, на перспективний простір і придатну для життя середовище. Одне із завдань соціальних технологій – перетворення сучасного суспільства в суспільство утворене й захоплене новою перспективою, де створюються позитивні життєві стратегії, що приводять до успіху.

Виходячи, з викладеного, соціальна реклама може слугувати наступним цілям:

- Створювати якість емоційне поле на якому проходить непряма політична проблематизація, формуючи відповідний емоційний і розумовий настрій (відношення).
- Сприяти формуванню соціальної бази реформ.
- Закріплювати імідж політичних сил, впроваджувати в повсякденне життя населення їхньої програми й гасла.

Соціальна реклама, виступаючи як політична технологія, не стільки коригує, скільки формує та маніпулює політичну свідомість мас.

Небезпечною для морального здоров'я може бути не лише реклама з політичними напрямками, але й звичайна прозора соціальна реклама. Бо соціальна реклама своєю дією стосується загальнолюдських цінностей, фізичного здоров'я тощо.