

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА – НЕВІД’ЄМНА ЧАСТИНА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

асистент Грищенко О. Ф., студентка Лещишина Ю. С.

Соціальна реклама дедалі глибше проникає в наше життя і свідомість. Кожного дня ми бачимо її на білбордах та екранах телевізорів, на сторінках газет і журналів, чуємо по радіо, переглядаємо в Інтернеті. Інколи вона дратує, як і будь-яка інша реклама, інколи викликає цікавість, дивує, шокує, захоплює, обурює, змушує або не змушує про щось замислитись, щось змінити в своєму житті або ж змінитися самому. Але чи багато знаємо ми – «пересічні громадяни» про цю сферу людської діяльності, про те, хто і навіщо створює соціальну рекламу, як вона працює, як впливає на нашу свідомість та свідомість наших дітей?

На мою думку, саме питанню розвитку соціальної реклами необхідно приділяти більше уваги. Соціальна реклама є потужним інструментом для вирішення нагальних проблем суспільства, або хоча б привертання уваги до них. Соціальна реклама (на відміну від комерційної реклами) краще сприймається аудиторією глядачів, до того ж цікава і якісна соціальна реклама завжди діє на людей. У світі це дійсно дуже популярно. Так, досліджуючи досвід впровадження соціальної реклами, мою увагу привернула польська соціальна реклама: зображена жінка в домашньому одязі з синцем під оком, і напис – «Тому, що суп був холодний!!!». Вона викликала значний резонанс у суспільстві та спричинила появу громадських рухів проти домашнього насилля.

Очевидно, що замовниками звичайної комерційної реклами є виробники тих чи інших товарів та послуг. По великому рахунку, замовником та виробником соціальної реклами може бути хто завгодно. Приватні особи, комерційні підприємства, державні органи, громадські організації та благодійні фонди, політичні партії – будь хто, хто має певні ресурси для цього (фінансові, креативні, організаційні, медійні, адміністративні, тощо). Безвідносно до того, чи мають ці особи достатній рівень компетенції у відповідній соціальній сфері, знання та навички з масових комунікацій, незважаючи на «чистоту» їхніх «помислів» та щирість намірів.

Однак в суспільстві є стійкий стереотип щодо правдивості соціальної реклами, сприймається вона набагато менш критично, ніж комерційна. Мовляв, можна довіряти, ми ж не ризикуємо грішми! Але насправді сліпо піддаючись впливу «соціалки» ми ризикуємо втратити набагато більше, ніж гроші, зробити хибний вибір з набагато гіршими наслідками: не між різними продуктами, а між різними моделями поведінки та життєвими стратегіями!

Соціальна реклама стала невід’ємною частиною нашого життя. Завдяки їй, багато людей відмовляються від шкідливих звичок. Також якщо соціальна реклама ще і креативна, краще засвоюється молоддю, на що саме вона і розрахована.

1. Як впливає на нас соціальна реклама? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://gurt.org.ua/blogs>