

ЕФЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

студент гр. МК-21 Молодецький Д.Р.

З кожним роком суспільство все більше і більше стає аморальним та духовно пригніченим. Одним із видів відновлення громадських зв'язків, допомогою яких користується суспільство задля збереження рівноваги людства являється соціальна реклама.

Соціальна реклама – це інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення людських цілей, та розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку. Соціальна реклама спрямована на зміну моделей суспільної поведінки і залучення уваги до проблем соціуму. Вона є різновидом соціального продукту, істотно відрізняється від державної і політичної реклами. Соціальна реклама включає в себе інформаційні, популяризаторські й соціальні послуги [1]. Соціальна реклама, на відміну від комерційної, не має «грошового» підґрунтя тому несе соціально значущу місію. Ситуація з цього виду реклами суттєво різниці на Україні і світі. Вважаємо, що соціальною рекламою може послуговуватись будь-яка організація, яка не гребує соціальною місією у суспільстві і яка не байдужа до сучасного стану речей на Україні.

Ідея соціальної реклами повинна мати визначену соціальну цінність. Ця реклама може бути розрахована на саму широку аудиторію, яку хвилюють загальнолюдські проблеми: боротьба з насильством, охорона природи, здоров'я дітей, СНІД і т.д. Вона може торкатися також інтересів більш вузьких груп населення, наприклад, жителів якогось-небудь міста, заклопотаних чистотою води в місцевій водоймі [2].

Соціальна реклама перш за все повинна бути максимально експліцитно, виразно виражена ідея існування пристойним або поганого вчинку. Навіть якщо ця ідея є варіації рішення теми через показ постраждалих від поганого вчинку або вигравши від пригожою вчинку – сама суть цієї дихотомії «добре-погано» повинна чітко бути присутнім якщо не текстуально, то як явний мислити висновок.

На даному етапі розвитку України неабиякої актуальності набуває проблема соціальної реклами у вітчизняній журналістиці. Незважаючи на те, що її відсоток в Україні залишається дуже низьким тому, що тип цієї реклами не занадто поширений в країні, саме соціальна реклама відіграє важливу роль у інформуванні, освіти та мотивації широких верств населення щодо певних соціальних проблем.

Візьмемо за приклад соціальний ролик з популярного відео сайту <https://www.youtube.com>. Цей ролик спрямований на пересування людей на екологічно чистому транспорті – велосипеді. Насамперед він мотивує водіїв автомобілів на негайне покидання свого екологічно брудного авто, та приєднуватися до красивої дівчини, яка пересувається на велосипеді [3].

Соціальна реклама в Україні існує вже понад 10 років, транслюється провідними каналами українського телебачення та радіо, друкується в пресі, з'являється на вулиця. На відміну від комерційної реклами, метою якої є стимулювання збуту певного товару та отримання прибутку, метою соціальної реклами, є пропагування людських цінностей, таких як сім'я, материнство, незалежність з метою зміни моделі поведінки особистості. Оскільки образи світу, які формує в нас реклама, впливають на розуміння і сприйняття нами соціальної реальності, відповідно до чого у нас формуються і певні схеми вирішення завдань, дослідження впливу соціальної реклами на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді є дуже актуальним [4].

Отже, соціальна реклама має значну роль у формуванні людини, як частини соціуму. Вона є не досить ефективною в Україні, але продовжує розвиватися. В Україні соціальною рекламою займається невелика кількість рекламних агентств, у той час як

досвід країн з розвинутою соціальною сферою показує, що значення маркетингу в ній з року в рік значно зростає. Ще соціальна реклама економічно дуже вигідна державі, оскільки усунення багатьох соціальних проблем веде до добробуту держави. Це можна побачити на прикладі пропаганди здорового способу життя, або утилізації сміття.

1. Соціальна реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Соціальна реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://otherreferats.allbest.ru/marketing/00165244_0.html
3. Відеоролик на соціальну тему [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=PMPI809TpFo&list=PL3E717C9034E5F95B&index=3&noembed=1>
4. Цимбалюк С.І. Соціальна реклама як фактор формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/sociologija_psyhologija_pedagogika_do_2007_r_/articles/Social_publicity_as_a_factor_of_forming_of_value_orientations_of_contemporary_youth_16455.pdf#page=1&zoom=auto,0,378

Науковий керівник : асист. Сагер Л.Ю.

Молодецький, Д.Р. Ефективність соціальної реклами [Текст] / Д.Р. Молодецький; наук. кер. Л.Ю. Сагер // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 236-237.