

Гулька В.І., студентка спеціальності 075 "Маркетинг",

к.е.н., доц. Скригун Н.П.

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА: СУТНІСТЬ, НАПРЯМКИ ТА ФУНКЦІЇ

Сучасний світ сповнений гострими соціальними проблемами в усіх аспектах і сферах життя. Зокрема, проблемами навколишнього середовища, добробуту населення, бідності, проблеми здорового способу життя, освіченості, соціальної безпеки та здоров'я населення; загальнодержавними проблемами (корупція, злочинність, поширення нелегального бізнесу та тіньової економіки), що негативно позначаються на житті населення в межах окремих країн та суспільства загалом. Всі вищезазначені прояви соціальних проблем потребують уваги з боку держави, населення, комерційних підприємств та кожної окремої соціально-відповідальної людини.

Соціальна реклама є одним із ефективних інструментів боротьби з соціальними проблемами населення. Соціальна реклама допомагає закласти фундамент для розвитку соціальної свідомості суспільства, продемонструвати модель та стандарти поведінки соціально-відповідальної особистості, поширювати ідеї та методи боротьби з соціальними проблемами серед широкого загалу. Також варто відзначити таку важливу функцію соціальної реклами, як заклик до згуртування суспільства для подолання нагальних проблем, що закладає у свідомості людей ідею про те, що разом боротися з соціальними проблемами легше і що від дій та небайдужості кожного особисто залежить досягнення загального соціального добробуту.

Варто виділити визначення поняття соціальної реклами, що викладене в статті першого розділу Закону України «Про рекламу». Соціальною рекламою називається інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно-корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку [1]. З визначення зрозуміло, що даний вид реклами має на меті не

отримання економічної вигоди, а сприяє тому, щоб зробити світ кращим. Влучне та змістовне формулювання способу досягнення мети соціальної реклами подає Т. Шальман: «мета соціальної реклами досягається шляхом створення рекламних звернень, в яких пропагується те чи інше позитивне явище, або розповідається про наслідки негативних звичок і явищ» [2].

З розвитком маркетингових комунікацій, методів та засобів поширення реклами стало дедалі більше, що зумовило легкість поширення рекламних звернень у суспільстві. Особливо варто відзначити популярність соціальних медіа та вплив лідерів думок через соціальні мережі, що допомагають інформувати населення про проблеми в суспільстві та власним прикладом демонструвати шляхи їх подолання. Останнім часом такі засоби рекламування набирають популярності, особливо серед молоді. Тематика ж соціальної реклами має безліч напрямків, серед яких:

- пропаганда здорового способу життя;
- виховання морально-етичних цінностей суспільства, толерантності та гуманності;
- заклики, щодо охорони та бережливого ставлення до навколишнього середовища;
- виховання законослухняності населення;
- виховання національно свідомого суспільства.

Соціальна реклама може бути інструментом для вирішення соціальних проблем будь-якого роду. Однак ефективність такої реклами передбачити достатньо важко, адже результати її впливу мають не миттєвий, а накопичувальний ефект, що сприяє усвідомленню населенням та прививанню їм певних цінностей протягом часу. Соціальна реклама, яка викликає справжні емоції у глядачів, зачіпає аспекти моральності та людяності, зображує нищівні наслідки людського недбальства, безумовно, підштовхує людей до змін та згуртовує суспільство.

Як і будь-який вид реклами, соціальна реклама потребує правильного підходу до її відтворення. В цьому велику роль відіграють наступні аспекти:

- створення якісного рекламного повідомлення, що зможе зацікавити цільову аудиторію;
- постійний пошук нестандартних підходів відтворення реклами, який допоможе привернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми;
- правильний підбір місця розміщення реклами для певних вікових груп населення відповідно до їх інтересів та вподобань, тощо.

Аби соціальна реклама була ефективною, вона повинна передусім апелювати до актуальних проблем аудиторії, на яку вона спрямована. Також варто зазначити, що така реклама має не тільки інформувати суспільство про певні соціальні проблеми, а вказувати на чіткі дії, які допоможуть у їх подоланні. Ще одним важливим аспектом, що визначає ефективність соціальної реклами є готовність суспільства до вирішення тих проблем, що в ній висвітлюються, тому дуже важливо при створенні соціальної реклами враховувати рівень моральної вихованості населення.

Отже, основними функціями соціальної реклами є виховання морально-етичних цінностей суспільства, згуртування населення та стимулювання їх для досягнення суспільно-корисних цілей. А ефективність даного виду реклами тісно пов'язана з готовністю населення до подолання висвітленої соціальної проблеми та демонстрації певних дій на шляху до її вирішення.

Література:

1. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Шальман Т.М. Соціальна реклама – важливий складник ринку та PR / Т. М. Шальман. Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – С. 256-260.