

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління  
Кафедра маркетингу**

**«До захисту в ЕК»**  
Директор інституту(декан факультету)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) Олег Шеремет  
(ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**«До захисту допущено»**  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_  
(підпис) Ольга Петухова  
(ім'я та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності 061 «Журналістика»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»

на тему: «Розробка кампанії соціальної реклами на підтримку соціального захисту бездомних»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи РЗ–2–6М

Кононенко Маргарита Геннадіївна  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник Соловйова Юлія Євгеніївна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Консультанти \_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2022 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра маркетингу

Освітній ступінь магістр

Спеціальність 061 Журналістика  
(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувачка кафедри Пстухова О.М.

“13” жовтня 2021 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Кононенко Маргарита Геннадіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Розробка кампанії соціальної реклами на підтримку соціального захисту бездомних»

керівник роботи – доцент, кандидат наук із соціальних комунікацій  
Соловйова Ю.Є.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від “13” 10 2021 року № 820-  
КС

2. Строк подання здобувачем роботи 10.01.2022 року

3. Вихідні дані дороботи Закон України «Про рекламу», в роботі використано дані Міністерства соціальної політики України.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Аналіз соціальної проблеми бездомних людей в Україні та світі. Розділ 2. Розгляд рекламних кампаній на підтримку бездомних людей в Україні та за кордоном. Розділ 3. Створення рекламної кампанії «Бездомні також люди». Висновки. Список використаної літератури. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу

Білборд (2), сітілайт, реклама в метро, рекламний плакат.



## АНОТАЦІЯ

Тема магістерської роботи «Розробка кампанії соціальної реклами на підтримку соціального захисту бездомних» є актуальною, оскільки бездомність є глобальною проблемою людства. Суспільство рідко бере до уваги проблему бездомних людей і не бажає співчувати та допомагати їм, звинувачуючи самих безхатченків у низькому рівні життя, а деякі навіть завдають бездомним шкоди. У магістерській роботі висвітлено причини виникнення бездомних людей та шляхи вирішення проблеми. Соціальна реклама формує обізнане суспільство. Вона допомагає людям звернути увагу на проблему, і через емоційний вплив на свідомість люди стають більш обізнаними, чуйними та змотивованими допомогти.

Для написання магістерської роботи були використані методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, економічний метод.

Макети було створено в онлайн сервісі графічного дизайну Канва.

Дипломна робота містить три розділи:

1 розділ – теоретичний, містить аналіз соціальної проблеми бездомних людей в Україні та світі. У розділі подається: статистика бездомних, описано заклади для допомоги бездомним, права бездомних згідно з законодавством, розглянуто, як прагнуть подолати бездомність іноземні країни.

2 розділ – аналітичний, у ньому досліджено рекламні кампанії на підтримку бездомних людей в Україні та за кордоном.

3 розділ – практичний, у ньому було сформовано рекламну концепцію, написано медіаплан, прораховано бюджет, обрано рекламні носії, за допомогою скріншотів показано процес створення рекламних макетів.

Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок, 37 рисунків, 5 таблиць, список використаної літератури, що має 48 джерел на 6 сторінках та 9 додатків.

**Ключові слова:** бездомні люди, соціальна проблема, соціальна реклама, рекламна кампанія, медіаплан, білборд, сітілайт, реклама у метро, рекламний плакат.

## SUMMARY

The topic of the master's thesis "Development of a social advertising campaign in support of social protection of the homeless" is relevant because homelessness is a global problem of mankind. Society rarely takes into account the problem of homeless people and does not want to sympathize with and help them, blaming the homeless themselves for low living standards, and some even harm the homeless. The master's thesis highlights the causes of homelessness and ways to solve the problem. Social advertising shapes an informed society. It helps people pay attention to the existing problem, through the emotional impact on the minds of others become more aware, sensitive and motivated to help.

Methods of system analysis, methods of causal analysis, methods of comparative analysis, economic method were used to write the master's thesis.

Layouts were created in the online graphic design service Canvas.

Thesis contains three sections:

Section 1 - theoretical, contains an analysis of the social problem of homeless people in Ukraine and the world. The section provides: statistics on the homeless, describes institutions to help the homeless, the rights of the homeless under the law, considered how foreign countries seek to overcome homelessness.

Section 2 - analytical, it examines advertising campaigns in support of homeless people in Ukraine and abroad.

Section 3 - practical, it formed an advertising concept, wrote a media plan, calculated the budget, selected advertising media, with the help of screenshots shows the process of creating advertising layouts.

The total volume of the work is 77 pages, 37 figures, 5 tables, a list of references, which has 48 sources on 6 pages and 9 appendices.

Key words: homeless people, social problem, social advertising, advertising campaign, media plan, billboard, citylight, advertising in the subway, advertising poster.

## ЗМІСТ

Вступ.....	8
Розділ 1. Розгляд соціальної проблеми існування бездомних людей в Україні та світі.....	10
1.1. Проблема бездомних людей в суспільстві та напрямки її вирішення.....	10
Розділ 2. Аналіз рекламних кампаній на підтримку бездомних людей в Україні та за кордоном.....	28
2.1. Реалізовані рекламні кампанії про бездомних людей в Україні .....	28
2.2. Реалізовані іноземні рекламні кампанії про бездомних людей.....	39
Розділ 3. Створення рекламної кампанії «Бездомні також люди».....	50
3.1. Розробка медіаплану рекламної кампанії «Бездомні також люди».....	50
3.2. Створення рекламних макетів (2 білборди, сітілайт, реклама у метро, рекламний плакат).....	54
Висновки .....	63
Список використаної літератури.....	65
Додатки.....	71

## ВСТУП

У суспільстві існує стереотип, що бездомний – це брудний п'яниця, який не бажає працювати. Однак насправді все набагато складніше: відсутність житла (з різних причин), відсутність документів і реєстрації (і безліч перешкод для їх отримання), без наявності яких фактично неможливо влаштуватися на роботу, відсутність доступу до елементарних благ (душ, ночівля, прання, нормальна їжа), недосконалість системи соціального захисту, постійні відмови в державних установах – все це супроводжується перманентною відсутністю почуття безпеки, а також важким емоційним та психологічним станом, складністю відносин зі світом. Під бездомними розуміємо людину, яка втратила житло і соціальні зв'язки і зараз перебуває у взаємодії з такими ж, як і вона, людьми без постійного місця проживання [22].

Задля поліпшення рівня життя бездомних людей та покращення економіки країни, потрібно соціологічно проаналізувати проблему бездомних громадян, розробити соціальні технології, які зможуть забезпечити їхню оптимальну соціальну адаптацію та реінтеграцію в суспільство.

Ефективною соціальною технологією є соціальна реклама. Наразі в Україні діяльність у галузі соціальної реклами розвинена недостатньо, що пояснюється як економічними, так і політичними та ментальними факторами. Однак існуюча суспільна ситуація зумовлює необхідність підвищення уваги й інтересу до соціальної реклами. Аналіз сучасних тенденцій розвитку суспільних комунікацій показує зростання зацікавленості спеціалістів у галузі до цього інструмента формування світоглядних орієнтирів та способу життя особистості [40].

*Актуальність теми магістерської роботи* полягає в тому, що проблема бездомних людей є дуже поширеною в Україні та світі на сьогодні, і це завдає удару по економіці та іміджу країни, з погляду бездомних відсутність житла тягне за собою низку проблем, а саме: проблеми з дотриманням гігієни,

проблеми зі здоров'ям, відсутність працевлаштування, вороже ставлення у соціумі.

*Об'єктом магістерської роботи є соціальна проблема захисту бездомних людей.*

*Предметом магістерської роботи є особливості розроблення рекламної кампанії на підтримку соціального захисту бездомних людей.*

*Метою магістерської роботи є розроблення рекламної кампанії «Бездомні також люди» з метою привернути увагу суспільства до того, що бездомні також мають право на повноцінне життя, а також звернути увагу бездомних на те, що існують заклади, які готові надати їм допомогу.*

Для реалізації мети мають бути вирішені такі завдання:

– дослідити проблему соціального захисту бездомних людей в Україні та за кордоном;

– проаналізувати вже реалізовані рекламні кампанії в Україні та за кордоном;

– розробити рекламну кампанію;

– скласти медіаплан рекламної кампанії;

– розробити рекламні макети.

*Структура роботи:* магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури, додатків. Загальний обсяг роботи – 77 сторінок, у списку використаної літератури – 48 джерел.

# РОЗДІЛ 1

## РОЗГЛЯД СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ ІСНУВАННЯ БЕЗДОМНИХ ЛЮДЕЙ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

### 1.1. Проблема бездомних людей в суспільстві та напрямки її вирішення

Останні роки якість життя більшості людей в Україні значно знизилась. Це пов'язано із багатьма чинниками, зокрема зростанням інфляції, зниженням реальних доходів населення, збільшенням цін та тарифів на продукти харчування, а також транспортні і житлово–комунальні послуги. І хоча державою вживалися для подолання цих явищ певні заходи, однак вони не були досить ефективними. Вдосконалення механізму впливу на соціальні процеси в Україні потребують поглибленого вивчення та аналізу, використання позитивного досвіду здійснення соціальної політики в інших державах.

Нинішній віце-спікер Верховної Ради Олена Кондратюк: «Дослідження міжнародних організацій засвідчили зростання рівня бідності в Україні у 2020 році на 50% і на сьогодні становить понад 19 млн осіб. Тому Верховна Рада має поставити перед урядом завдання терміново затвердити стратегію та комплекс заходів щодо боротьби з бідністю в Україні до 2030 року» [27].

Згідно з оцінкою чисельності населення України у 2019 році в країні проживало 37,2 млн. осіб. Отже, 19 млн означає, що за межею бідності проживає більше половини населення країни. Зараз уже інша чисельність. "За даними першого півріччя 2020 року (це останні дані Держстату про доходи і споживання, за якими ведеться моніторинг), рівень бідності становить 51%. Наразі, ймовірно ще вище", - наголосила директорка Інституту демографії ім. М.В. Птухи НАНУ Елла Лібанова [33].

О. Кондратюк нагадала, що відповідно до цілей ООН, Україна зобов'язалася скоротити рівень бідності до 2030 року вчетверо, ліквідувавши

крайній рівень бідності. Тому вона вважає, що потрібно поставити перед урядом завдання щодо розробки нової стратегії подолання бідності.

Остання стратегія подолання бідності була ухвалена у 2016 році терміном виконання до 2020 року.

Зниження рівня бідності передбачалося за рахунок таких факторів:

- сприяння зростанню доходів населення від зайнятості та виплат у системі державного соцстрахування;
- забезпечення доступу населення до послуг соціальної сфери незалежно від місця проживання;
- мінімізація ризиків соціального відчуження сільського населення;
- недопущення виникнення вогнищ хронічної бідності та соціального відчуження серед внутрішньо переміщених осіб [27].

Сучасна соціальна підтримка населення, що здійснюється в Україні у трьох основних формах (соціальних пільг, соціальної допомоги та субсидій), є надмірно складною й непрозорою. Низьким є рівень охоплення бідного населення соціальною підтримкою. Так, 56,8% бідних (згідно з критерієм прожиткового мінімуму) отримують який-небудь вид соціальної підтримки в Україні. Розподіл державних соціальних трансфертів є несправедливим: менше 23% від їх загальної суми потрапляють до бідних, інші (майже 17 млрд грн. щороку, тобто близько 6% доходів бюджету) надаються небідному населенню [30].

Наразі в Україні сформувалась соціальна напруга в суспільстві, яка потребує вирішення цієї проблеми. Проблема бідності населення в Україні набуває ще більшої гостроти в умовах фінансово-економічної кризи, яка суттєво вплинула на соціально-економічний стан України.

Бездомність – це соціальний стан людини, зумовлений відсутністю в неї жилого приміщення (будинку, квартири, кімнати тощо), яке б вона могла використовувати для проживання/перебування і в якому могла бути зареєстрованою.

Поганою тенденцією є зростання кількості бездомних громадян та безпритульних дітей, які займаються бродяжництвом.

Деякі громадяни ведуть протиправний, злочинний спосіб життя, хтось хворіє на: СНІД, туберкульоз, гепатит тощо, також багато хто зловживає наркотичними засобами або є хронічним алкоголіком.

З метою поліпшення соціального захисту бездомних громадян та безпритульних дітей був прийнятий Закон України „Про основи соціального захисту бездомних громадян і безпритульних дітей”, 2005 рік [16].

Зазначений Закон визначає загальні засади соціального захисту бездомних громадян і безпритульних дітей, забезпечує правове регулювання відносин у суспільстві, які спрямовані на реалізацію бездомними громадянами і безпритульними дітьми прав і свобод, передбачених Конституцією України та чинним законодавством, створює умови для діяльності громадських та благодійних організацій, що працюють у сфері соціального захисту населення.

Прийнятий Закон поширюється на громадян України та осіб без громадянства, які постійно на законних підставах проживали і після втрати прав на жилі приміщення проживають на території України.

Бездомні громадяни і безпритульні діти мають право на: повагу до їх гідності; охорону здоров'я; соціальний захист; правову допомогу; звернення відповідно до законодавства із заявами та скаргами до органів державної влади та органів місцевого самоврядування; отримання інформації про свої права та обов'язки.

Крім цього, ці громадяни мають право користуватися іншими правами та свободами, що закріплені Конституцією і законами України [16].

Великою необхідністю є взяття бездомних та дітей сиріт на облік.

Облік таких громадян ведеться за їх місцезнаходженням на підставі особистого звернення або їх виявлення відповідними спеціалізованими закладами, що створюються органами місцевого самоврядування та місцевими органами виконавчої влади. Діяльність таких закладів регулюється положенням, затвердженим Кабінетом Міністрів України.

Бездомні громадяни мають право отримати посвідчення встановленого зразка.

Стосовно обліку безпритульних дітей, зауважимо, що він відбувається службами у справах неповнолітніх місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Реєстрація переважного місцезнаходження бездомних громадян здійснюється за юридичною адресою спеціалізованого закладу, який здійснює облік бездомних громадян, або інших закладів для цієї категорії осіб.

Бездомні громадяни, які не мають паспортного документа, повинні разом із заявою про реєстрацію їх переважного місцезнаходження та посвідченням про постановку на облік звернутися до органів реєстрації для поновлення документів, що посвідчують особу.

Органи реєстрації в терміни, встановлені законодавством, повинні видати бездомному, який є громадянином України, паспорт громадянина України, а бездомному, який є особою без громадянства, – довідку, що підтверджує його статус.

Видача та поновлення документів безпритульних дітей відбувається відповідно до законодавства [16].

Питання щодо попередження бездомності серед осіб, які звільняються з установ виконання покарань, регулюється Законом України "Про соціальну адаптацію осіб, які відбували покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк" [ 17 ].

Цим Законом визначено умови і порядок надання соціальної допомоги особам, які відбували покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк, а також засади участі у їх соціальній адаптації органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій і об'єднань громадян.

Одночасно слід повідомити про надання соціальних послуг бездомним та безпритульним громадянам.

Так, відповідними закладами та за їх переважним місцезнаходженням шляхом здійснення соціального патрулювання зазначеним громадянам надаються соціальні послуги, передбачені Законом України "Про соціальні послуги" [18].

Соціальні послуги – це комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя.

Такі послуги можуть надаватись як на платній, так і на безоплатній основі.

Також на допомогу бездомним громадянам і безпритульним дітям, на їхню підтримку та реінтеграцію створюються соціальні заклади [3].

Будинок нічного перебування – заклад соціального захисту для бездомних громадян, діяльність якого спрямована на повернення особи до повноцінного життя шляхом надання їй комплексу послуг (соціальних, психологічних, юридичних, медичних тощо) з урахуванням індивідуальних потреб.

Будинок соціального піклування є закладом соціального захисту, що надає соціальні послуги бездомним громадянам, який має у своєму складі відділення нічного перебування та соціальний готель. Будинок соціального піклування розрахований на 166 осіб, які забезпечуються одягом, взуттям, постільною білизною, необхідним інвентарем та столовим посудом. Для мешканців відділення нічного перебування передбачена вечеря. Особи, які перебувають в Будинку соціального піклування, отримують невідкладну медичну допомогу, також проводиться санітарна обробка та дезінфекція їхнього одягу [6]. Будинок соціального піклування розташований у Солом'янському районі м. Києва за адресою: 03061, м. Київ, вул. Суздальська, 4/6, тел. 497-39-80.

Марина Хонда, заступниця голови КМДА з питань здійснення самоврядних повноважень: «Міська влада створює усі можливі умови для комфортної ночівлі безхатченків. Усі, хто має таку потребу, може отримати медичне обстеження, привести себе до ладу, помитися та спати в нормальних умовах. Це краще, ніж ночувати на вулиці» [ 46 ].

За її словами, у 2019 році для роботи закладу було передбачено близько 7 млн грн.

«Попри те, що Будинок соціального піклування забезпечений усім необхідним, тут зайнято лише 80% місць. Зазвичай безхатченки знають про таку можливість, але часто відмовляються. Зобов'язати або насильно оселяти тут людей ми не маємо права», – наголосила Марина Хонда.

Якщо людина не знає, як потрапити до БСП, можна отримати вичерпну інформацію на міській гарячій лінії 1551. У заклад приймаються особи, які досягли 18 років – громадяни України, іноземці, біженці та особи без громадянства, які після втрати житла постійно проживають на території України. Вартість послуг у відділенні нічного перебування (150 місць) становить 10 грн , у соціальному готелі (16 місць) – 18 грн на добу, це дані за 2019 рік, не оновлювались [46].



Рис.1.1 Марина Хонда спілкується з мешканцем соціального готелю

На фото 1.1 бачимо Марину Хонду, яка спілкується з мешканцем соціального готелю, можна побачити охайне приміщення, інтер'єр якого не сучасний, але все ж таки затишно і охайно.



Рис.1.2 Фото спальних місць

На фото 1.2 зображені спальні місця, можна побачити, що в кімнаті чисто, постільна білизна усюди однакова, світлого кольору, інтер'єр кімнати виконано в світлих кольорах.

Центр реінтеграції – заклад соціального захисту для бездомних громадян, діяльність якого спрямована на поступове повернення особи до самостійного повноцінного життя шляхом надання їй комплексу послуг (соціальних, психологічних, юридичних, медичних тощо) з урахуванням індивідуальних потреб [ 37 ].

КЗ «Харківський міський центр реінтеграції бездомних осіб» створено рішенням 39 сесії Харківської міської ради 5 скликання від 23.12.2009 № 349/09. Заклад розпочав роботу в серпні 2010 р.

Харківський міський центр реінтеграції бездомних осіб є комунальним закладом соціального захисту з комплексного обслуговування бездомних осіб, діяльність якого спрямована на поступове повернення особи до самостійного повноцінного життя шляхом надання їй соціальних послуг з урахуванням індивідуальних потреб.

Засновником Центру є Харківська міська рада. Власником майна є територіальна громада міста Харкова в особі Харківської міської ради.

Клієнтами Центру є бездомні особи у віці від 18 років і особи, звільнені з місць позбавлення волі, які підпадають під вимоги, обумовлені чинним законодавством.

Бездомними особами вважаються такі, які не мають житла, або не в змозі реалізувати своє право на житло.

Головною метою діяльності Центру є поступове повернення особи до самостійного повноцінного життя шляхом надання їй комплексу соціальних послуг з урахуванням індивідуальних потреб.

Виходячи із зазначеної мети, Центр здійснює:

- виявлення та облік бездомних осіб;
- надання соціальних послуг клієнтам Центру з урахуванням індивідуальних потреб;
- надання послуг з ночівлі, з тимчасового проживання [45].

Центр співпрацює з органами місцевого самоврядування, соціального захисту населення, охорони здоров'я, внутрішніх справ, Державної пенітенціарної служби України, Харківським міським центром зайнятості населення, об'єднаннями громадян, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності та волонтерами для виконання поставлених цілей і завдань, входить до єдиної соціальної мережі міста Харкова.

До складу Центру входять:

- Відділення обліку бездомних осіб.
- Відділення нічного перебування для бездомних осіб – до 68 ліжко-місць:
  - для жінок – до 12 ліжко-місць;
  - для чоловіків – до 52 ліжко-місць;
  - ізолятор – до 4 ліжко-місць.
- Відділення реінтеграції бездомних осіб – до 24 ліжко-місць;
- Відділення соціальної адаптації звільнених осіб – до 14 ліжко-місць.
- Відділення соціального готелю для бездомних осіб – до 24 ліжко-місць.

Центр може надавати клієнтам соціальні послуги як на платній, так і безоплатній основі згідно з чинним законодавством України.

Відповідно до Державних стандартів клієнтам надаються інформаційні послуги, консультації психолога, юрисконсульта, медичні послуги, послуги ночівлі та інші соціальні та побутові послуги [45].

Центр соціальної адаптації престарілих, інвалідів та інших осіб, які не мають постійного місця проживання, є медико-соціальним закладом, призначеним для тимчасового проживання осіб без визначеного місця проживання, які мають направлення з приймальника-розподільника. Установа розрахована на проживання 300 осіб, які забезпечуються одягом та взуттям, постільною білизною, необхідним інвентарем та столовим посудом. Для мешканців Центру організоване триразове харчування та цілодобове медичне обслуговування. Центр соціальної адаптації престарілих, інвалідів та інших осіб, які не мають постійного місця проживання, розташований в с. Ясногородка Вишгородського району Київської області [6].

Заклади соціального захисту для бездомних громадян створюються місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності відповідно до потреб регіону.

Закладами соціального захисту для безпритульних дітей є:

– притулок для неповнолітніх служби у справах неповнолітніх заклад соціального захисту, створений для тимчасового перебування в ньому неповнолітніх віком від 3 до 18 років;

– центр соціально-психологічної реабілітації дітей служби у справах неповнолітніх заклад соціального захисту, що створюється для тривалого (стаціонарного) або денного перебування дітей віком від 3 до 18 років, які опинилися у складних життєвих обставинах, надання їм комплексної соціальної, психологічної, педагогічної, медичної, правової та інших видів допомоги [41].

Також, необхідно відмітити, що фінансування заходів, спрямованих на соціальний захист бездомних громадян і безпритульних дітей здійснюється за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів. Додаткове фінансування – за рахунок залучення коштів об'єднань громадян, підприємств, установ, організацій, благодійних організацій та фізичних осіб. Таким чином, соціальний захист бездомних громадян і безпритульних дітей – це обов'язок держави гарантований Конституцією України [3].

Сучасна українська бездомність не маргінальна, що породжена лише способом життя особистості та може трактуватись, як певний індивідуальний вибір, а є соціально-економічним наслідком, результатом бідності, відповідно, в такому бідному суспільстві, як українське, ризик бездомності є високим для значної частини населення.

У центрах соцзахисту кажуть, що вони будуть змушені припинити реєстрацію безпритульних зовсім, оскільки надати їм спальні місця у них немає змоги. Це означає, що бездомні люди можуть втратити належні їм за законом виплати: соціальну допомогу або пенсію.

Погіршує ситуацію і те, що, за підрахунками волонтерів, за 2016 рік бомжів у країні стало приблизно на 20% більше через війну на Донбасі та анексію Криму. Наразі, за даними Мінсоцполітики, в країні налічується близько 30 тисяч безпритульних, але це лише ті, хто звернувся за допомогою. Насправді ж, за оцінками експертів, таких – близько 200 тисяч [14].



Рис.1.3 Статистика бездомних станом на 2018 рік

Держава намагається допомагати безпритульним – але лише тим, хто звернувся по допомогу. Таких зовсім мало – приблизно 1 із 8, визнає влада. В офіційній відповіді Мінсоцполітики повідомили, що за 2015 рік вони обслужили 25,8 тис. безпритульних: допомагали у відновленні документів, пошуку роботи, місця тимчасового проживання та харчування. Але лише за 2018 рік кількість людей, які потребують допомоги, зросла в рази. Так, на Одещині кількість бомжів збільшилась у 2,6 рази, майже до 8000 осіб (докладніше див. інфографіку). Інфографіку взято з сайту [news.finance.ua](http://news.finance.ua), сб, 02 кві 2016 22:01:44.

Збільшилася кількість звернень до центрів соцобслуговування також у прифронтових Дніпропетровській та Харківській областях. Соціологи пояснюють ці сплески міграцією бездомних з Донбасу та Криму, де людей позбавили будь-яких можливостей вижити, а також кризою: дедалі більше людей, особливо у сільській місцевості, втративши постійне місце роботи, змушені блукати країною, після чого осідають у містах.

За словами президента об'єднання громадян «Народна допомога» Івана Ковалишина, наразі в країні налічується 175-200 тис. безпритульних. «У зв'язку з війною лише у Києві за два роки безпритульних побільшало на 20%, і тепер їх понад 20 тисяч, – каже президент Всеукраїнського благодійного

фонду «Соціальне партнерство» Олена Поліщук і додає: – Закон (про розширення повноважень місцевих органів влади) – лише погіршить ситуацію, адже багато людей не зможуть отримати тимчасову прописку. Це означає, що вони автоматично втратять соціальні виплати, можливість працевлаштуватися або отримати безкоштовну медичну допомогу, а відповідно змінити своє життя на краще» [14].

Отже, багато чинників впливає на добробут нашої держави та народу. Через економічні і воєнні чинники страждає не лише економіка, а й люди. Тому потрібно розвивати країну, створювати нові робочі місця, покращувати медицину та розвивати інфраструктуру. Залучати безхатьків до поступового повернення їх до нормального життя та допомогати робити успіхи.

За даними Міністерства соціальної політики, 2019 року в Україні налічували близько 33 тисяч бездомних, із них близько 22 тисяч перебувають на обліку як безпритульні. Волонтери наголошують: цифра далека від реальності. Насправді таких людей близько 200 тисяч. Тоді як заклади соціального захисту в Україні можуть надати тимчасовий прихисток лише трохи більше ніж 1,5 тисячі осіб [35].

Під час пандемії COVID-19 доступ безпритульних людей до їжі, засобів гігієни, тимчасового житла та медицини став ще більш обмеженим. А через соціально-економічні наслідки карантину багато хто вперше опинився в умовах бездомності. Багато людей стали безпритульними через соціально-економічні наслідки карантину. Такий висновок зробили у Моніторинговій місії ООН з прав людини в Україні. Правозахисники опублікували інформаційну записку про вплив COVID-19 на безпритульних людей, засновану на інтерв'ю з представниками комунальних підприємств, створених місцевою владою, та неурядових організацій, які допомагають безпритульним [26].

У Києві станом на 2021 рік офіційно зареєстровано майже три тисячі безхатченків. Про це повідомили у відповідь на запит у Центрі обліку бездомних осіб (ЦУБЛ).

У центрі на обліку перебуває 1320 осіб, у філії центру – 1397. Зазначається, що з початку року на облік взяли 125 осіб, зареєстрували 96, паспорти відновили для 27 безхатченків. Загалом, за даними установи, до них з початку року звернулась 681 особа, минулого року – 2812.

За минулий рік на облік до центру потрапило 368 осіб, зареєстрували 235. Паспорти змогли отримати 156.

Зазначається, що до центру можуть звернутися з письмовою заявою безхатченки, яким виповнилося 18 років, а також безхатченки з дітьми, а також іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні законно.

За різними оцінками, у столиці налічується від 5 до 20 тис. осіб, які не мають постійного місця проживання. При цьому проблема безхатченків у Києві роками ігнорується. Даних за 2022 рік ще немає [44].

Державі потрібно подбати про створення нових соціальних прихистів для бездомних та надати кошти лікарням для безкоштовного огляду та лікування безхатченків.

Зараз у світі 150 мільйонів безхатченків – це два відсотки населення планети [19]. Ще 1,6 мільярда людей – 20 відсотків популяції Землі – позбавлені відповідного для життя будинку. За даними організації ESRI, місто з найбільшою кількістю безпритульних – Маніла на Філіппінах. Друге місто за кількістю безпритульних – Нью-Йорк. Москва посідає п'яте місце [42].

Проблема сьогодні досягла такого масштабу, що дослідники стали виділяти нові типи серед людей, які залишилися без житла. Кібербездомні – люди, що ночують у цілодобових інтернет-кафе. Це виникло в Японії. За аналогією з кібербездомними, макбездомні – ті, хто ночують у цілодобових «Макдоналдсах». Крім цього, виділяють мешканців тунелів – це люди, що живуть на занедбаних станціях метро, у залізничних тунелях, каналізаціях та інших підземних спорудах [1].

Основні причини бездомності – безробіття, низький дохід, який не дозволяє виплачувати орендну плату, руйнування будинків природними катастрофами, домашнє насильство, психічні захворювання. Зловживання

алкоголем та наркотиками здебільшого не причина, а наслідок бездомності [38].

Згідно з дослідженням, проведеним компанією Zillow, у товариствах, члени яких витрачають на оренду більше 32 відсотків свого доходу, безпритульність зростає значно швидше [4]. За даними організації Internal Displacement Monitoring Centre, 14 мільйонів людей щороку втрачають дах над головою через природні катастрофи [8].

Угорщина запровадила закон, який забороняє бездомність. Тепер поліція примусово відправляє людей, що живуть на вулицях, у притулки. Безхатченків, які відмовляються переїжджати до притулку, можуть засудити до виправних робіт. При цьому в країні 30 тисяч безхатченків, а місць у притулках, за найоптимістичнішими підрахунками, 19 тисяч. Якщо людина більше трьох разів за три місяці відмовляється залишити місце свого проживання, на неї чекає ув'язнення. Закон зустріли критикою та протестами [13].

У Сан-Франциско місцеві жителі ставлять на бордюри валуни, щоб бездомні не змогли розмістити там свої намети.

Порівняно новий винахід – «ворожа архітектура» [31]. Вона трансформує малі архітектурні форми так, щоб вигнати безхатченків із громадських просторів. Наприклад, у деяких місцях встановлюють шипи там, де могли б сидіти безхатченки, роблять щілини в козирках, щоб під ними неможливо було затриматися, або ставлять лави, на які не можна лягти. Останнє можна побачити і на багатьох вулицях Москви.

7 грудня 2020 року у кількох містах Великобританії, США та Австралії відбулась World's Big Sleep Out. Ця подія проходить на центральних площах міст, наприклад, на Трафальгарській площі в Лондоні та на Таймс-сквер у Нью-Йорку. Тисячі учасників проводять одну ніч на вулиці із солідарності із бездомними. На Sleep Out виступають актори та музиканти, а зібрані від продажу квитків гроші йдуть на допомогу тим, хто завжди ночує на вулиці. В акції беруть участь понад 50 міст.

У Німеччині сервіс стокових фотографій Getty Images зробив спільний проект із журналом *fiftyfifty*, який розповсюджують безхатченки: для них провели фотосесію, після чого 129 найкращих фото виклали на стік. Тепер їх може придбати кожен. До акції приєдналися Нью-Йорк, Гонконг, Бразилія та інші країни. Проект привертає увагу до безхатченків і показує сервіс стокових фото як місце, де не тільки створюються, а й руйнуються стереотипи [1].

Австралійська організація *Backpack Bed* роздає бездомним легкі спальні мішки, що складаються, які можна носити як рюкзак. Вони захищені від вітру та комах, витримують до 20 кілограмів ваги та мають потайну кишеню, куди можна сховати цінні речі. Одна з проблем безпритульних у тому, що вони часто крадуть мобільні телефони та інші потрібні предмети. А ірландська *Organisation of National Ex-Service Personnel* роздає бездомним ветеранам спальні мішки у кольорах національного прапора.

У Шотландії місцеві жителі взимку залишають для безхатченків теплі куртки на ліхтарних стовпах. Щоб люди знали, кому призначається одяг, на куртки вішають записки. У Гамбурзі для безхатченків на деревах пов'язують саморобні шарфи. А у Франкфурті місцевий дизайнер роздає їм куртки власного пошиття, які можна перетворити на намет, сумку чи гамак.

Британська організація *The Friary* встановила в Манчестері вендинговий автомат із необхідними бездомними речами. У ньому зберігаються шкарпетки, зубні щітки, дезінфікуючі засоби, сендвічі та свіжі фрукти. На день кожен може взяти три предмети. Автомат активується картами, які організація роздає безпритульним. У планах встановити такі автомати у Лондоні, Сіетлі, Лос-Анджелесі та Нью-Йорку [43].

Також кілька міст у Великій Британії поставили на вулицях та в магазинах безконтактні термінали для збору коштів на допомогу бездомним [5].

У США закон про допомогу безпритульним був прийнятий ще 1987 року. А 2009-го з'явилася його оновлена версія – *Homeless Emergency Assistance and Rapid Transition to Housing Act*. Завдяки закону в країні почали

будувати доступні будинки замість тимчасових притулків та розробили національний план боротьби з бездомністю [15].

У Великій Британії в 2018 році уряд виділив 100 мільйонів фунтів на проект, який повинен до 2027 року вирішити проблему людей, які проводять ночі на вулиці. З цієї суми 30 мільйонів фунтів підуть на облаштування притулків у районах із найбільшою кількістю безпритульних. Загалом у країні з'явиться 15 нових центрів допомоги бездомним [11].

У Парижі розробили план, згідно з яким громадські будівлі ночами використовуються як притулки. Нічліжка може розміститися в ратуші. Кілька урядових будівель також відчинили двері для безпритульних. Мета програми – створити у місті щонайменше 1500 термінових притулків [47].

У 2015 році ООН затвердила 17 цілей сталого розвитку. Одна з них – доступ до адекватного, безпечного та недорогого житла для всіх [9].

У Фінляндії уряд об'єднався з організацією Housing First та розробив національну стратегію, згідно з якою пріоритетом у боротьбі з бездомністю стає забезпечення людей квартирами. Безхатченків не селять у хостели чи нічліжки – їм одразу знаходять власне житло. У Фінляндії людям більше не потрібно доводити своє право на дах над головою. Спочатку оренду квартири оплачує держава, а в міру того, як мешканець починає заробляти, він самостійно покриває дедалі більшу частку квартплати. Для держави це коштує дешевше, ніж підтримка нічліжок та притулків. Тепер безхатченки спочатку отримують житло, а потім шукають роботу та починають ресоціалізацію. Щоб забезпечити безпритульних квартирами, уряд Фінляндії інвестував у будівництво доступних будинків та переобладнання притулків у житлові одиниці. Зараз Фінляндія – єдина країна Європи, де кількість безпритульних останніми роками зменшилася.

У Великій Британії дотримуються такої ж точки зору – у Борнмуті колишній готель, який протягом 30 років служив притулком, переобладнують у соціальні квартири для бездомних [7]. А у колишніх автопарках будують капсульні будинки. Втім, дехто побоюється, що перетворення автопарку на

житло позбавить міське співтовариство потрібного йому функціонального простору. Тому, наприклад, бристольський St George Carpark доповнять капсульними будинками ZEDpods, зберігши місця для паркування.

У Лос-Анджелесі уряд затвердив 38 проектів соціального житла. Кожен девелопер отримає 150 тисяч доларів як стартовий капітал. Серед проектів є будинок з вантажних контейнерів, житловий комплекс із фіксованою низькою орендною платою та будинок з садом на даху, який упорядковуватимуть мешканці [25].

У липні 2019 року Кардіфф прийняв Бездомний кубок світу – це чемпіонат з футболу серед безпритульних. Його виграли у 2001 році співзасновник Big Issue Scotland Мел Янг та австрійський журналіст Харальд Шмідт. 2003 року в австрійському Граці відбувся перший чемпіонат. З того часу Кубок щорічно проходить у різних містах світу. В організації понад 70 партнерів. Чемпіонат спрямований на те, щоб не просто обговорювати проблему з колегами на конференціях, а включати справжніх безпритульних до активної діяльності [20].

У Бристолі громадське підприємство People's Republic of Stokes Croft об'єдналося з людьми, які багато років провели на вулиці, і випустило поради для тих, хто нещодавно втратив будинок. Досвідчені безхатченки радять завжди носити з собою спальний мішок, обзавестися одягом, що не промокає, і об'єднуватися в групи з товаришами. Цією акцією влада сподівається зменшити ступінь соціальної ізоляції безпритульних [29].

У Техасі бездомним платять десять доларів за годину за прибирання вулиць. Така ж програма є у Лос-Анджелесі. Британська газета The Big Issue розповсюджується бездомними: вони беруть її у видавця по 1,25 фунта та продають по 2,50 фунта за екземпляр.

Чилійський архітектор Алехандро Аравена будує для безпритульних половину будинку – другу половину вони будують самі. Так люди залучаються до процесу облаштування власного житла, а держава отримує можливість збудувати більше будинків, адже витрати на них зменшуються

вдвічі. За цей проект архітектор у 2016 році отримав Прітцкерівську премію. Загалом Аравена практикує соціальне будівництво, що включає майбутніх мешканців у процес створення будинку [48].

Порівнявши ставлення до бездомних людей у різних країнах, можна зробити висновок, що в Україні нейтральне ставлення, оскільки бездомним людям не заважають існувати, але й не прагнуть покращити їх рівень життя та соціалізувати.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ НА ПІДТРИМКУ БЕЗДОМНИХ ЛЮДЕЙ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

#### 2.1. Реалізовані рекламні кампанії про бездомних людей в Україні

Шанси опинитися на вулиці насправді є у всіх – від дідуся, якого дорослі онуки мріють скоріше позбутися, до бізнесвумен. У останньої, звісно, ці шанси набагато нижчі, але на 100% не застрахований ніхто.

Співчувати цим людям важко. На відміну від худих кошенят з величезними очима або хворих дітей з поголеною головою, люди без постійного місця проживання здебільшого справляють зовсім інше враження. Давно немиті, з довгим нечісаним волоссям, у подертому брудному одязі вони розповсюджують неприємний запах та викликають в інших людей лише відразу.

Бездомним, які лежать на вулиці і не ворухнуться, рідко викликають швидку: люди одразу вішають ярлик «напідпитку» та поспішають пройти повз. Та й з викликом швидкої теж проблеми: скоріш за все, спочатку просять перевірити пульс, бо зайвий раз виїжджати до просто п'яної людини навряд чи будуть. А серед тих, хто все ж пошкодував тіло без ознак життя, не так багато охочих його торкатися. Через байдужість перехожих та ігнорування працівників швидкої допомоги на вулицях помирають сотні або навіть тисячі людей щорічно. Деякі з них навіть не бездомні: їм просто стало зле на вулиці. Але чисто одягненій людині допомогатимуть більш охоче, тож бездомних зазвичай у такій ситуації помирає більше.

Фактично бездомні можуть звертатися до спеціалізованих закладів, створених органами місцевого самоврядування та виконавчої влади, з питаннями щодо документів та різних видів допомоги – забезпечення їжею, ліками тощо.

Є також волонтерські організації та окремі люди, які допомагають бездомним. Одним з найцікавіших серед таких українських проєктів є «Сука-життя». Автор проєкту бажає залишитись невідомим та не афішує своє прізвище, ім'я та не показує своє обличчя на фото.

Усе починалося з Інстаграму: туди засновник проєкту викладав світлини бездомних з «чорнушними» підписами. Як він зізнається сам, йому нерідко закидали песимістичний погляд на світ. Проте ігнорувати те, що відбувається, хлопець не міг. Згодом він зрозумів: від ведення соцмереж час переходити до справи й допомагати тим, чиї світлини він регулярно викладає [39].

Засновник організації вперше задумався про проблему бездомних у 10 років, а зрозумів, що може їм допомагати, після року роботи над проєктом. Тоді він допоміг першій людині – це був Олександр Миколайович, він відправив його додому. Спілкуючись з великою кількістю людей, автор зрозумів, що цим людям потрібно не так багато. Вони просто хочуть, щоб до них ставились як до людей. Для них важливо, щоб їм купували їсти – так вони розуміють, що комусь потрібні.

Автор зрозумів, що може навіть за свої гроші допомагати хоча б кільком людям на місяць. Далі почали підключатися інші люди – давали гроші, продукти.

Він обрав шлях допомоги бездомним, оскільки у нас в країні цього майже ніхто не робить. Звісно, є окремі організації та люди, які допомагають, проте цієї допомоги недостатньо. Бездомних набагато більше.

Порівнявши соціальні організації допомоги в мережі Інстаграм, було зроблено висновок, що насправді безпритульним дуже мало хто має бажання допомогти, найчастіше допомагають безпритульним тваринам або дітям-сирітам.

Близько 50% людей стають бездомними, бо переїжджають до іншого міста. Люди приїжджають у велике місто в пошуках роботи, їх іноді обманюють або вони цю роботу втрачають. Так і опиняються на вулиці – без грошей, житла, іноді без документів. У 30 % – проблеми з родиною: люди

залишають неблагополучні родини. І останні 20% – це жертви шахрайства, проблеми на кшталт виселили з квартири тощо.

Великий відсоток бездомних – це люди, які не мали власного житла після повернення з в'язниці чи після виходу з інтернату. Держава не завжди надає житло колишнім інтернатівцям, наприклад. До того ж, вони не навчені жити й опиняються на вулиці без навичок виживання. Крім того, багато людей з алко- і наркозалежністю не хочуть кидати шкідливі звички. Бездомність – це результат цієї залежності.

Не треба давати гроші бездомним. Це вчинок, який більшість вважає добрим, та гроші не вирішують їхніх проблем. А основна проблема – в тому, що вони не вміють жити, розбиратися з труднощами, через що їх викидає на узбіччя.

Не варто викликати поліцію, якщо бездомний у холод хоче переночувати, наприклад, у під'їзді. Його не повезуть до притулку, просто виженуть на вулицю, на холод. Можуть ще й побити.

Допомогти можна так: давати їжу, теплий одяг, навіть просто поговорити про життя, підтримати, побути з людиною. Для них це вкрай важливо.



Рис.2.4 Фото малозабезпеченої жінки, яка потребує допомоги

Фото зроблене автором проєкту «Сука–життя», на фото зображена бабуся з котиком, яка сидить на сходах. Їй допомагають з одягом та продуктами.

Зараз держава не має можливості значно скоротити кількість бездомних (допомогти їм з житлом тощо). Але починати точно треба, треба рухатися в цьому напрямку [34].

У дворі свого будинку автор проєкту зустрів бабусю років 80-ти, яка збирала у смітнику вторсировину. Вона пенсіонерка, не безпритульна, мешкає у своїй квартирі з невісткою. Син у неї помер від інсульту, а невістка не допомагає. Пенсія – 1500 грн, на ці гроші у Києві вижити складно. Автор у неї запитав, чи може він чимось допомогти. Вона покаржилась на те, що збирає пляшки і мріє про новий диван.

Засновник проєкту зробив фото жінки, опублікував пост, і за день вони назбирали 5 тисяч гривень на новий диван.

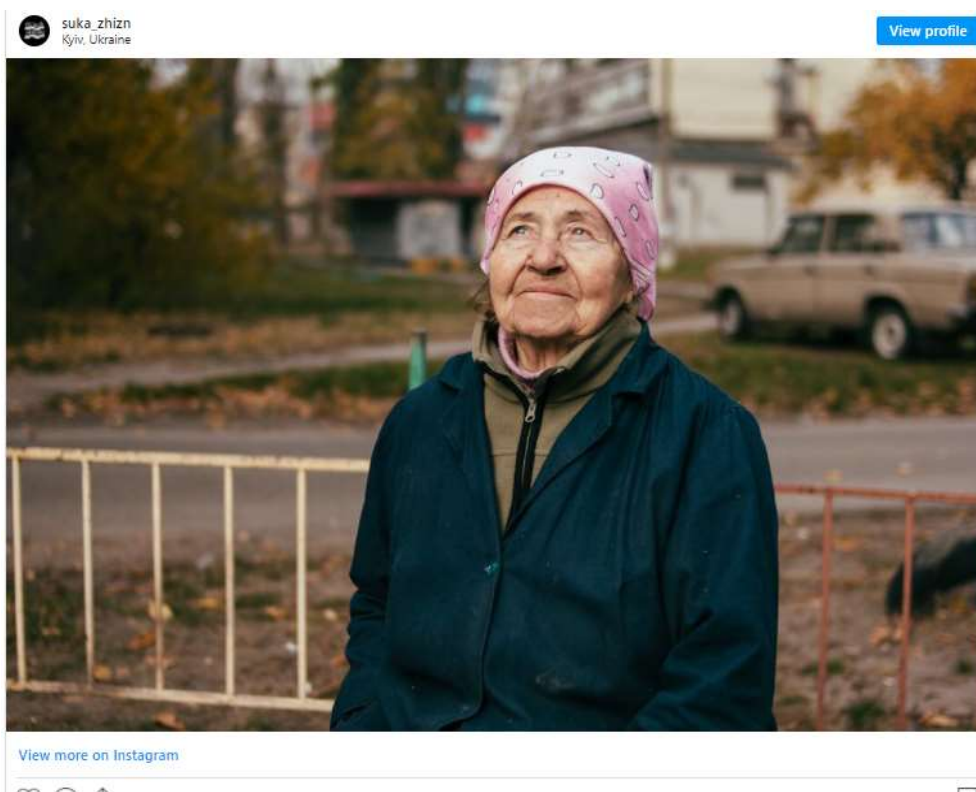


Рис.2.5 Пост про допомогу для купівлі дивану бабусі

Не треба бути суперемпатом, щоб зрозуміти, в якому пеклі живуть ці люди. Незалежно від того, в якому стані людина зараз, кожна має право жити під дахом та мати їжу.

Так, деякі з цих людей приходять до такого життя самі, роблять помилки, а хтось зовсім не вміє жити так, як вважається правильним, бо виріс у сім'ї алкоголіків. Людина немає потрібних навичок, і вона не може влаштуватися на гарну роботу.

Автор проекту "Сука-життя" завжди запитує у героїв своїх постів, де їхні батьки, де вони навчалися, і це вже часто багато про що говорить.

У більшості випадків це люди з неповноцінних сімей або з дитбудинку – таких 80%. Є й ті, хто має сім'ю, але вони йдуть через те, що був якийсь конфлікт, або батьки пили.

Засновнику проекту часто пишуть, що вони дають бездомним рибу, а мають давати вудку. Він на це відповідає: «Так, ми зараз по суті не даємо їм шляху вибратися, а просто допомагаємо їжею та речами. Хоча я нічого поганого в цьому теж не бачу. Люди хочуть бачити ідеальну ситуацію, коли людина знайшла роботу, сім'ю та все у нього класно. Але це дуже складний психологічний процес [34].

До речі, серед безпритульних є освічені люди, яким просто не пощастило з долею, або вони перестали боротись за своє щастя.

Безпритульним мають допомагати відновлювати документи, але для цього їм потрібно їхати до рідного міста, подавати заявку та протягом місяця там жити. Але де їм знайти гроші на подорож?

Величезна проблема в Україні – це відсутність превентивних методів для запобігання тому, щоб людина ставала безпритульною.

У Європі цьому приділяється велика увага. Якщо людина місяць не платить за квартиру, до неї приходять із соціальних служб і пояснюють, як вона може заощадити гроші, знайти підробіток.

У Лондоні бездомним посилено допомагають понад 100 організацій. Є навіть шелтери для людей із тваринами та без. Там людина хвилюється, де

можна переночувати із собакою, а у нас бездомному в принципі ніде переночувати.

Якщо людина без дому у Києві – вона нікому не потрібна [39].

У сучасному світі люди звертають увагу частіше на власні проблеми, але є багато соціальних питань, яким треба теж приділяти увагу. Саме тому міжнародна благодійна організація "Погляд" у 2007 році відтворила креативну ідею ресурсу Helpthehomeless. Було розроблено рекламну кампанію «Пішов на смітник – нагодував бомжа», як основними каналами комунікації є сміттєві баки [28].



Рис.2.6 Фото з рекламної кампанії

Українці дещо змінили форму, розмістивши свої послання не всередині, а зовні, супроводивши фотографії текстом: «Твоє сміття – його обід».

Особливе розташування портретів дозволило реалізувати цікаву метафору: люди, які викидають пакети, «відкривали» бомжу рота і «годували» його своїм сміттям.

Безхатченки – люди, яких ми звикли не помічати, розповідають про проект його творці. Як зробити так, щоб ми задумалися про допомогу їм? Потрібно знайти спосіб змусити людей подивитися їм у вічі. І усвідомити жахливу думку: те, що для тебе сміття, для нього – обід.

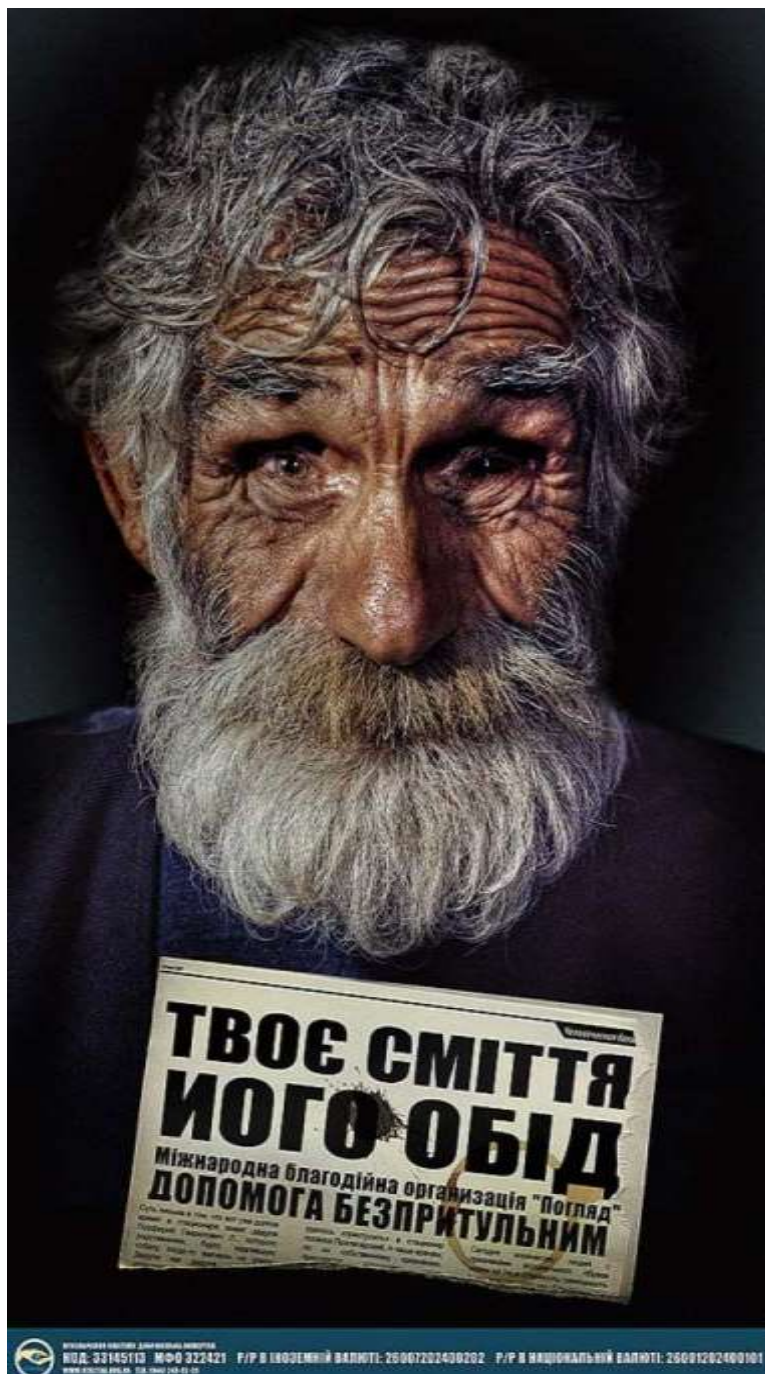


Рис.2.7 Соціальна реклама





Рис.2.9 Соціальна реклама



Рис.2.10 Соціальний поєкт «Твоє сміття – його обід»

Протягом 12 днів з дня старту акції кількість пожертв збільшилась у п'ятеро [28].

Як правило, соціальна реклама про бездомність створюється з метою поширення інформації про проблему та розвінчання стереотипів про людей, які мешкають на вулицях. Кампанії, які ініціює громадські організації, також проводяться, щоб зібрати благодійну допомогу для підтримки бездомних.

Знаки у рекламній кампанії на підтримку захисту бездомних.

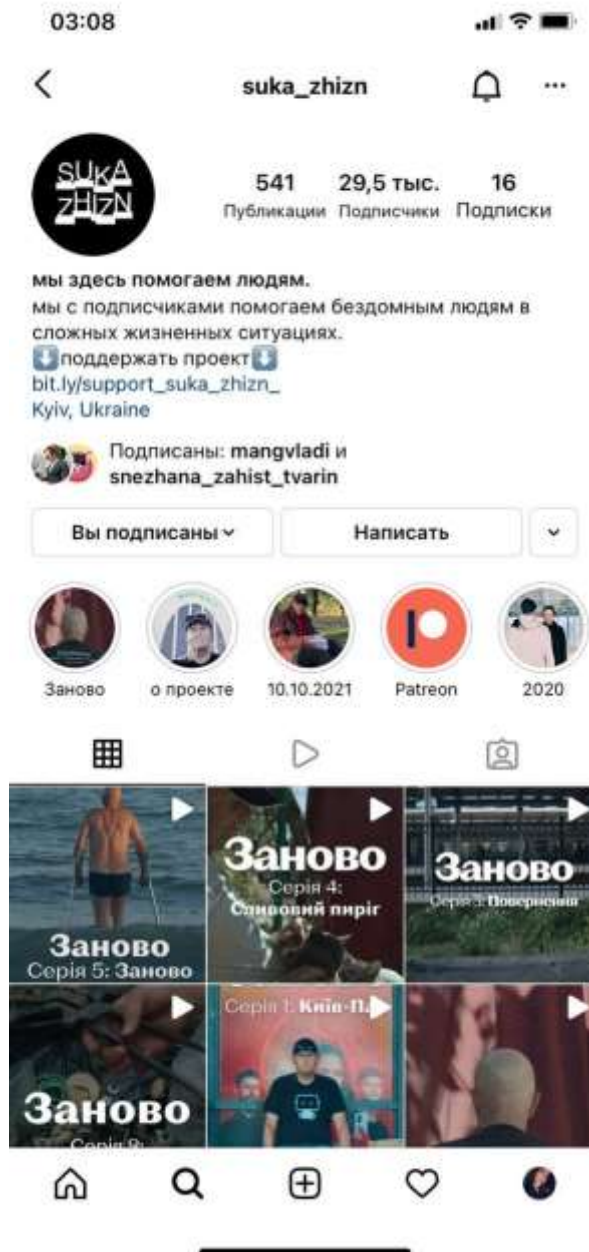


Рис.2.11 Скрін сторінки «Сука–життя»

Оскільки на суспільство впливають історії, які засновані на реальних подіях, то даний метод поширення інформації є ефективним. Фото, відео та інформація у пості містить емоційний вплив, оскільки, багато історій, де люди опиняються на вулиці або перебувають у скрутному фінансовому становищі, не завжди з власної волі. Та є матеріали, які доводять добропорядність даної організації. Домінує роль зображення, а текст лише є доповненням до знімків. Кольорова фотографія робить зображення емоційно насиченим, створюючи живе враження людині, яка дивиться, присутності в ситуації, що зображається. Фото надає реальність зображення. На фото звертається увага першочергово,

але текст є невід’ємною частиною, який представлено в якості вербальної інформації що, як правило, є невід’ємним компонентом комунікації. Без доповнення фото текстом соціальна організація «Сука–життя» не буде сприйматись читачами.

Рекламна кампанія «Пішов на смітник – нагодував бомжа». Головним символом є сміттєвий бак та використання фото бездомних людей на ньому. Слоган рекламної кампанії: «Твоє сміття – його обід». Рекламний плакат виконано в темному кольорі, який викликає смуток. На фото зображено бездомних чоловіків, які не доглядають за собою, але мають добрий вигляд, також на обличчі деяких з них є певні вади, можливо, рани від бійки – це викликає жалість до них і бажання допомогти. Оскільки багато безхатченків часто відвідують сміттєві баки для здобування їжі чи одягу, рекламну кампанію було проведено на смітниках. Символічно було розташовано рекламні плакати, так як складалось враження, що люди годують безпритульного сміттям. Домінує роль зображення. Реклама має багато вербальних та невербальних символів. Виконана в темних кольорах.

Розглянута соціальна реклама – показник професіоналізму та креативності, оскільки ці соціальні проекти викликають сильні емоції, а саме шок і жалість. Соціальна акція привернула багато уваги збоку суспільства та знайшлись охочі допомогти. Отже, потрібно залучати суспільство до допомоги людям та захисту бездомних, тому потрібно створювати схожі рекламні акції.

## **2.2. Реалізовані іноземні рекламні кампанії про бездомних людей**

Незвичну соціальну акцію «Будинки бездомних» провела у Санкт-Петербурзі благодійна організація «Нічліжка», 2016 р. За оцінками фахівців у Петербурзі близько шістдесяті тисяч людей, які змушені жити на вулиці.

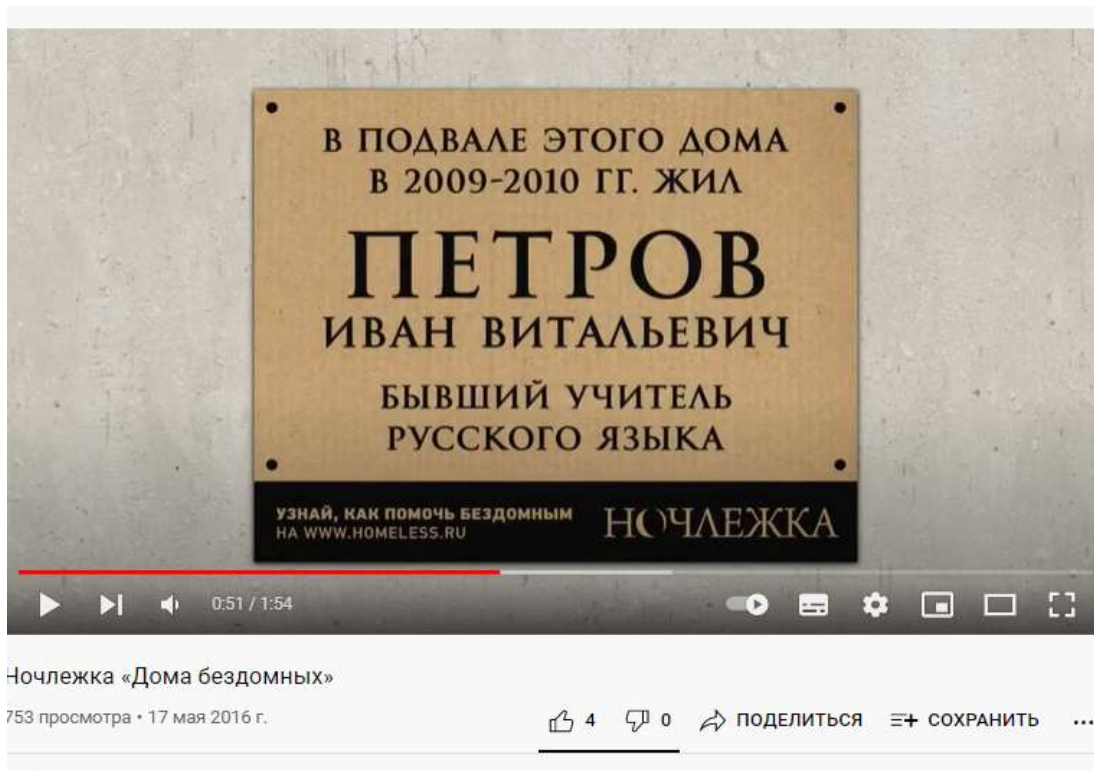


Рис.2.12 Скріншот відео соціальної реклами

Повний рекламний ролик можна подивитись за посиланням <https://www.youtube.com/watch?v=a4yKo8QNFpc&t=15s>.

У «культурній столиці» Росії на сотнях будинків висять пам'ятні дошки про знаменитих людей, які у різний час проживали або працювали в цих будівлях. Такі таблички – нагадування про історію міста. Волонтери організації розвісили близько ста картонних плакатів, на яких йшлося про людину, яка проживала на горищі або у підвалі будинку. Текст на плакаті ґрунтувався на реальній історії людини, яка свого часу зверталася за допомогою до організації. Підсумок акції: широкий резонанс у соціальних мережах та ЗМІ, зростання відвідувань сайту та груп у соціальних мережах. Найголовніше досягнення проекту – благодійна допомога, якої вистачило, щоб надати дах 1000 бездомним Петербурга. Соціальну кампанію було розроблено РА «Повітря» [36].

Питання бездомних людей є дуже актуальним у всьому світі. Рекламні кампанії привертають увагу суспільства і закликають, якщо не допомогати

фінансово бездомним людям, то хоча б не залишатися байдужими і створити умови для повернення їх до звичайного життя, а саме: відновити документи, працевлаштувати, надати медичну допомогу. Треба з розумінням ставитись до людей і усвідомлювати, що інколи складаються життєві обставини, які змушують людей опинятись за межею бідності.

Соціальну акцію «Будинки бездомних» провела у Санкт-Петербурзі благодійна організація «Нічліжка».



Рис.2.13 Скріншот з реклами

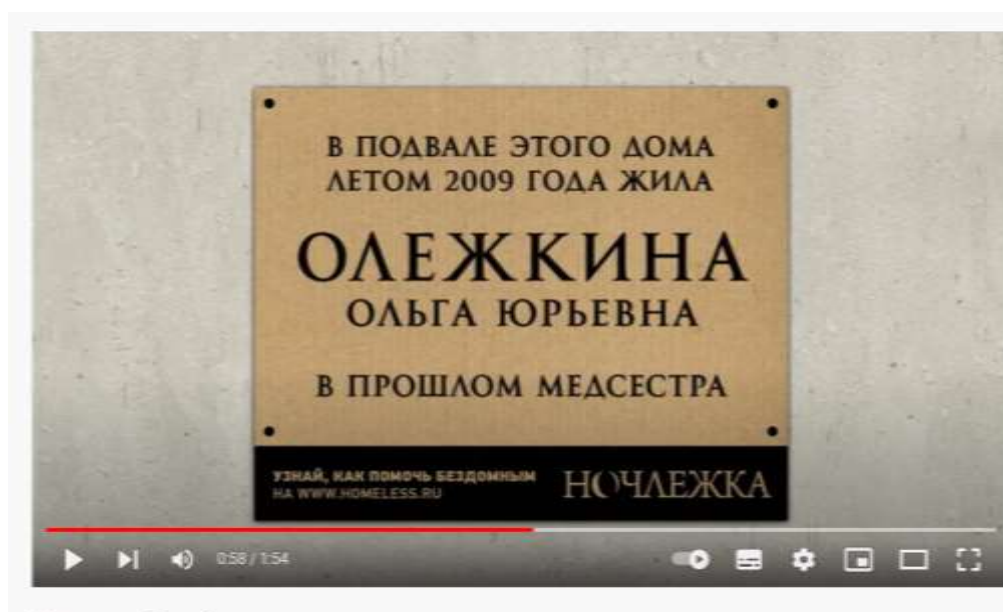


Рис.2.14 Скріншот з реклами

Реклама виконана в світлих кольорах, а класична музика покращує сприйняття реклами. Картонна коробка в цій рекламі символізує бездомне життя. У рекламній кампанії проводиться паралель між відомими діячами культури та бездомними людьми. Аналогічні таблички було створено та розміщено на будинках, але картонні. Бездомні люди також заслуговують на увагу, оскільки багато з них мали оселю та посаду, але опинились у підвалі або на горищі.

Безхатченки – це вирок, це не їх усвідомлений вибір. Вони страждають від причин своїх батьків, а батьки ... від причин ... і так довгий ланцюжок. У різних країнах людям показують та дають відчуті: що означає бути безпритульним. Декому стає гидко і шкода покинутих людей, – і є можливість, що вони якось допоможуть. Чому в одних країнах багаті беруть участь у благодійництвах, а в інших – це рідкісні випадки? Це культура, сформована роками. Адже навіть престижно перебувати в такій організації: це означає, що ти думаєш не лише про себе, а й про інших, про світ.

Китайське відділення громадської організації UNICEF провело зовнішню кампанію, щоб наголосити на тому, що півтора мільйонам бездомним китайським дітям потрібна допомога. Агентство Ogilvy&Mather Shanghai в рамках кампанії під слоганом "Не ігноруйте мене" розмістило на вулицях дітей, пофарбованих у кольори навколишнього фону. London International Award, Winners and Finalists 2008. Премія: Non-Traditional Media, Ogilvy & Mather, Shanghai Unicef Wall/Bus Stop/Staircase, Guerrilla Marketing [2].



Рис. 2.15 Фото рекламної кампанії "Не ігноруйте мене"



Рис. 2.16 Фото рекламної кампанії "Не ігноруйте мене"



Рис. 2.17 Фото рекламної кампанії "Не ігноруйте мене"

У покинутих дітей – страшна самотність. Але питання: як їм допомогти? На сайті може бути інформація. І дякувати Богу, якщо людина захоче допомогти. Але безхатченки – є безхатченки, це частина суспільства. Потрібна постійна допомога, а не разове нагодування, наприклад. Можливі різні варіанти допомоги, люди повинні об'єднуватись у благодійні громади, та й держава повинна піклуватись про них [2].



Рис. 2.18 Фото рекламної кампанії "Допоможіть бездомним дітям"

Рекламна кампанія повинна привернути увагу людей до проблеми, оскільки діти не можуть подбати про себе і створити гарні умови для життя, у їх бездомності винуваті дорослі. Якщо батьки невзможі опікувати дітей, то це повинна робити держава. Дана рекламна кампанія висвітлює одну з найголовніших проблем суспільства, оскільки діти – це наше майбутнє.

Суспільство захисту безхатченків США дає всім відчути себе знедоленими (січень 2008). Громадська організація на захист безхатченків провела в США партизанську кампанію у форматі Ambient media, показавши

як одні й ті ж товари по-різному можуть використовувати звичайні люди та безхатченки.



Рис. 2.19 «Національна коаліція для бездомних»



Рис. 2.20 «Національна коаліція для бездомних»



Рис. 2.21 «Національна коаліція для бездомних»

Щоб дати людям зрозуміти, як важко жити безхатченкам, їм дали відчути різницю у використанні повсякденних товарів.

Для бездомних газета – це покривало, склянка кави – для того, щоб просити милостиню, візок для покупок – щоб возити зібрані пляшки [2].

Соціальна реклама у ресторані. Захований малюк у меню на столі.



Рис. 2.22 Соціальна реклама у ресторані

Плакат у продуктовому кошику в супермаркеті.



**See how easy feeding the hungry can be?**



Feed SA is a charity dedicated to feeding disadvantaged people throughout South Africa. Despite the rapidly growing numbers of homeless and hungry people on the streets, more fortunate citizens tend to drive by and ignore them.

We were briefed to help Feed SA target consumers more efficiently in order to increase contributions.

We placed details of hungry, begging street children at the bottom of supermarket shopping trolleys bearing the Feed SA website and the line, "See how easy feeding the hungry can be!". Any food placed into this trolley appeared to be given to the child.

Collection bins were also placed at the till points and bins for food contributions were positioned at exits. Our message was seen by hundreds of shoppers every day for the cost of a few dollars, resulting in a marked increase in donations and a significant boost in website traffic.

  
www.feedsa.co.za

1SOC.RU

Рис. 2.23 «Бачите, як легко Ви можете нагодувати дитину?»

Слоган: «Бачите, як легко Ви можете нагодувати дитину?» дуже вдалий заклик [2].

Отже, кожна рекламна кампанія створена з креативом та має психологічний вплив на соціум. Щоб покращити становище та скоротити кількість бездомних людей, люди повинні допомагати бідним. Для кращого розуміння ситуації реклама повинна торкнутись до серця, тому вона ніби проникає в свідомість і чіпляє особистий простір. Дана соціальна реклама сприяє соціальній підтримці населення, відновленню гуманістичних відносин

між людьми і на цій основі – розвитку нових економічних зв'язків та побудови громадянського суспільства.

## РОЗДІЛ 3

### СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ «БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ»

#### 3.1. Розробка медіаплану рекламної кампанії «Бездомні також люди»

Для рекламної кампанії «Бездомні також люди» було обрано 5 носіїв, а саме: 2 білборди, сітілайт, реклама в метро, рекламний плакат. Тривалість рекламної кампанії місяць, з 01.02.2022 по 01.03.2022. Місце проведення – місто Київ. Замовник рекламної кампанії – Київська міська рада. Бюджет рекламної кампанії 376 768 грн.

Дослідимо зовнішню рекламу в місті Києві (табл. 3.1).

Розглянувши різновиди зовнішньої реклами, ми можемо зробити висновок, що найкраще для рекламної кампанії підходять білборди та сітілайти.

Таблиця 3.1

#### Аналіз медіаносіїв зовнішньої реклами для рекламної кампанії «Бездомні також люди»

Показник відповідності	Білборд	Трол	Призматрон	Сітілайт	Брандмауер
Вартість	від 8500 грн	від 7700 грн	від 9244 грн	від 3500 грн	від 67200 грн
Охоплення ЦА	В повній мірі	Достатнє	Достатнє	В повній мірі	Достатнє
Зручність розміщення	Зручне	Незручне	Незручне	Зручне	Незручне

Ціни на рекламні носії взято з рекламного агентства зовнішньої реклами «АйдіМедіа». Для розробки рекламної кампанії ми не будемо використовувати

призматрон, хоча він і має доступну ціну, але на ньому погано концентрується увага, через зміну рекламних повідомлень. Брандмауер також не будемо використовувати для соціальної реклами, оскільки він має занадто високу ціну. Білборд, як один із засобів реклами, підійде для створення якісної рекламної кампанії.

Вартість друку, поклейки та розміщення буде становити: 1-й білборд (м. Київ, Житомирське шосе, зупинка Сосновий бір, за постом Патрульної Поліції, виїзд з Києва) – 8500 грн ; 2-й білборд (м. Київ, метро Вокзальна) – 15000 грн; 3-й білборд (м. Київ, вул. Оноре де Бальзака, 88/ вул. Милославська – ТЦ "Квадрат",) – 11340 грн, 4-й білборд (м. Київ, площа Льва Толстого) – 28000 грн. Наша рекламна кампанія триватиме 1 місяць, отже вартість реклами на білбордах становить 62 840 грн. Таке розміщення було обрано через власне спостереження місць скупчення безхатьків. Це зможе привернути увагу, як бездомних, які зможуть звернутись по допомогу, так і людей, які прагнуть їм допомогти.

Сітілайти також є рекламним носієм, який ми використовуємо у нашій рекламній кампанії. На них зручно бачити потрібну інформацію та вони мають доступну ціну. Вартість друку, встановлення та розміщення буде становити: 1-й сітілайт ( м. Київ, Вокзальна площа) – 5300 грн, дуже вдале розташування реклами, тому що там завжди багато бездомних, які зможуть побачити сітілайт; 2-й сітілайт (м. Київ, біля метро Либідська) – 3500 грн, вдале розташування через те, що там багато людей, серед яких є безхатьки; 3-й сітілайт (м. Київ, вул. Старовокзальна , 17) – 5040 грн; 4-й сітілайт (м. Київ, пр. Перемоги, 3) – 6048 грн. Ціна реклами на місяць складає 19 888 грн.

Вартість розміщення зовнішньої реклами в межах створення рекламної кампанії для соціального проєкту «Бездомні також люди», який триватиме 1 місяць :  $62\ 840 + 19\ 888 = 82\ 728$  грн.

Для розробки рекламної кампанії буде розглянута реклама у громадському транспорті. Розглянемо підземний транспорт та наземний (табл. 3.2).

**Аналіз медіаносіїв реклами в громадському транспорті для рекламної кампанії «Бездомні також люди»**

Показник відповідності	Реклама в метро	Реклама в маршрутках	Реклама в електричках	Реклама в тролейбусі
Вартість	від 4500 грн	від 3000 грн	від 3500 грн	від 2500 грн
Охоплення ЦА	В повній мірі	Не достатнє	Не достатнє	Не достатнє
Розміщення	Плакат в метро	Розміщення реклами в маршрутних таксі	Рекламний плакат у вагоні	Рекламне оголошення на стіні в тролейбусі

Найдоцільнішою буде реклама у вагонах метро, через охоплення цільової аудиторії, метро часто мешкають та пересуваються бездомні люди та люди, які можуть їм допомогти. За допомогою рекламного агентства «ADV MODERN» було з'ясовано вартість рекламних плакатів розміром 600 мм \* 300 мм , які будуть розміщені у 705 вагонах – 228 500 грн.

**Аналіз друкованої реклами для рекламної кампанії «Бездомні також люди»**

Показник відповідності	Флаєр	Рекламний плакат (наліпка)	Брошура
Вартість	доступна	доступна	доступна
Охоплення ЦА	Не достатнє	В повній мірі	Не достатнє
Ідея рекламного носія	Інформує про життя бездомних, але від нього не буде результату, оскільки це соціальний проект, флаєр не охопить	Робиться акцент на інформації про голод бездомних людей, а доцільне розташування посприє збільшенню уваги на рекламу.	Робиться акцент на інформації про центри допомоги бездомним , може містити розповіді та цікаві факти, як інші люди змінили долю,

	потрібну цільову аудиторію.		але не є ефективним засобом реклами.
--	-----------------------------	--	--------------------------------------

Рекламні плакати будуть розміщені у супермаркетах або продуктових магазинах, оскільки це приверне увагу людей, які відвідують магазини та зможуть допомогти їжею бездомним, також часто бездомні перебувають біля магазинів і просять про допомогу. Вартість рекламних плакатів (наліпок) буде складати 2700 грн за 500 шт.

*Таблиця 3.4*

**Бюджет рекламної кампанії для соціального проєкту «Бездомні також люди»**

Рекламні інструменти	Вартість
Білборди	62 840 грн
Сітілайти	82 728 грн
Реклама в метро	228 500 грн
Рекламні плакати	2700 грн
<b>Загальна вартість</b>	<b>376 768 грн</b>

Отже загальна вартість складає 376 768 грн.

Зобразимо повний медіаплан (табл.3.5)

*Таблиця 3.5*

**Медіаплан для соціального проєкту «Бездомні також люди»**

Медіаносії	Час проведення (01.02.2022–01.03.2022)
Білборди	Протягом всього часу 24/7
Сітілайти	
Реклама в метро	
Рекламні плакати	

У магістерській роботі доцільно обрано рекламні носії, оскільки в цих місцях великий відсоток контакту людини з носієм. Час було обрано з першого лютого по перше березня, оскільки так краще люди зможуть сприйняти цю інформацію і допомогти бездомним. Їхня увага вже не буде сконцентрована на святах, вже вся країна повернеться до праці, а отже, активно буде пересуватись. Бездомним дуже потрібна допомога саме в холодну пору року, тому наш соціальний проект має підвищити увагу до соціальної проблеми, а безхатки зможуть звернутись по допомогу.

### **3.2. Створення рекламних макетів (2 білборди, сітілайт, реклама у метро, рекламний плакат)**

Соціальна реклама – це інформація будь-якого типу, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

Соціальна інформаційна кампанія – це завжди емоції, і для зміни настанов потрібно змінити емоційне значення проблеми, що знаходиться у фокусі .

Рекламна кампанія містить 5 зразків реклами, а саме: білборд (2), плакат, сітілайт, реклама в метро. Назва рекламної кампанії «Вони також люди».

Білборд є одним з найефективніших рекламних звернень. Розмір макета білборда – 3000x6000 мм, робоче поле – 2800x5800 мм. Для того, щоб знайти зображення, був використаний ресурс Pinterest.com. Шрифт Cuprum, чорного кольору.

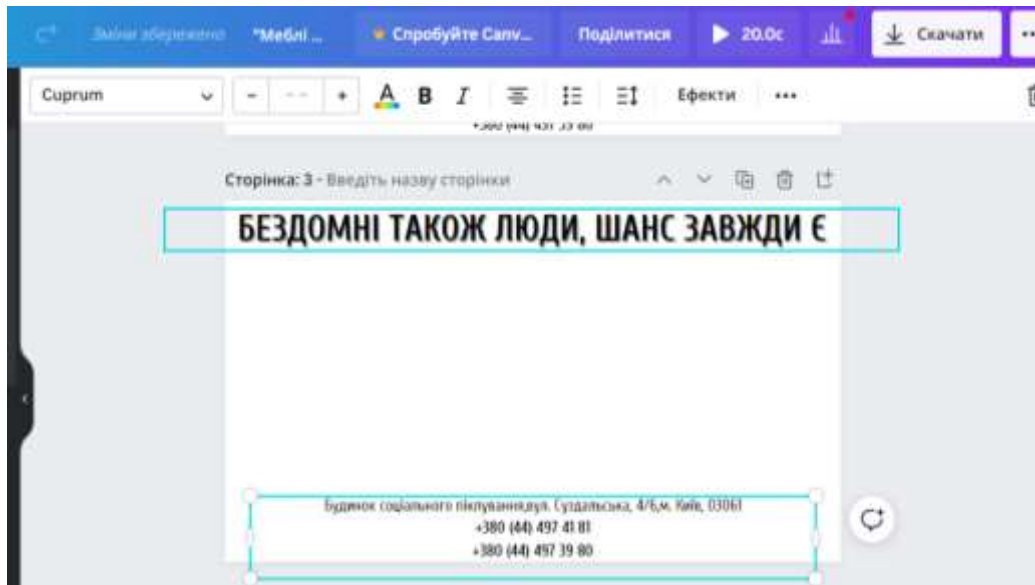


Рис.3.24 Створення макета білборда «Бездомні також люди, шанс завжди є» виділяємо жирним шрифтом, адресу та номери телефонів вказуємо внизу, але не виділяємо.

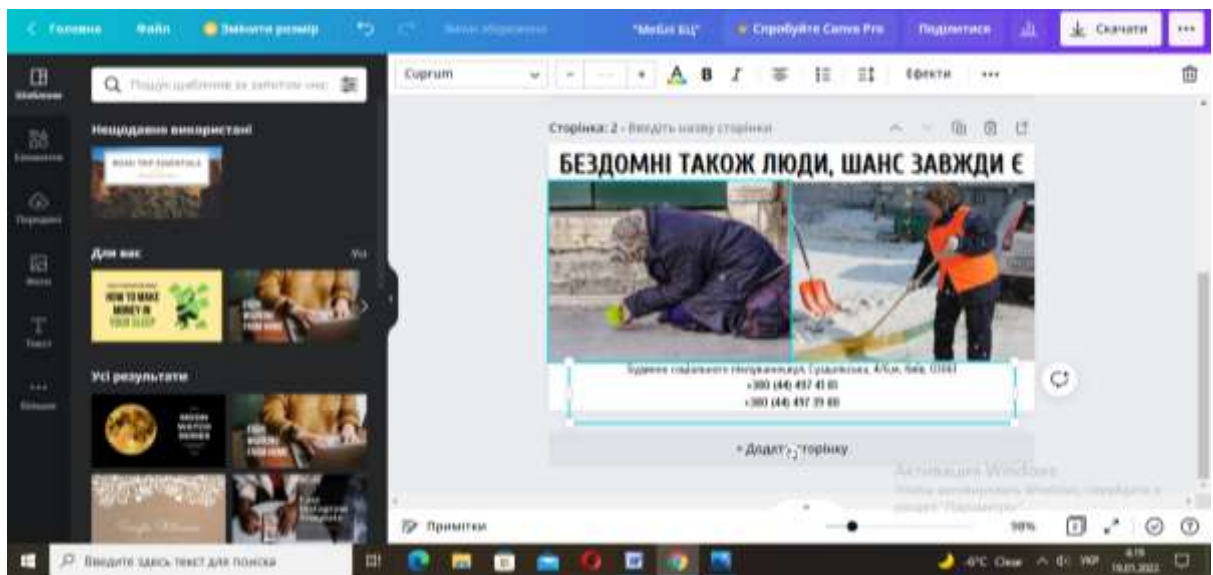


Рис.3.25 Створення макета білборда

## БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ, ШАНС ЗАВЖДИ Є



Будинок соціального піклування, вул. Суздальська, 4/6, м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81

+380 (44) 497 39 80

Рис.3.26 Готовий макет білборда

Оскільки білборд є наразі популярним елементом рекламної кампанії, на нього звертають увагу люди, які є бездомними, або які прагнуть допомогти безхатькам. Тому для рекламної кампанії ми розробимо ще один макет білборда. Шрифт залишаємо Сургут, чорний колір.

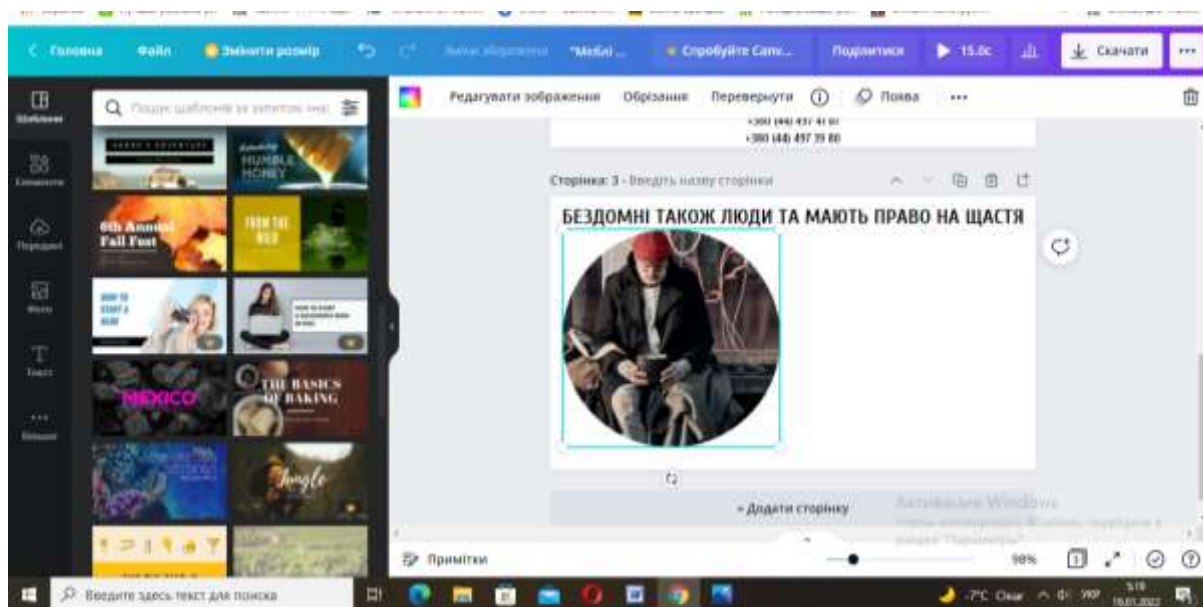


Рис.3.27 Створення макета білборда

Зображення розташовано ліворуч, оскільки так буде краще сприйматися інформація на білборді. Фото використовується з сайту Pinterest.

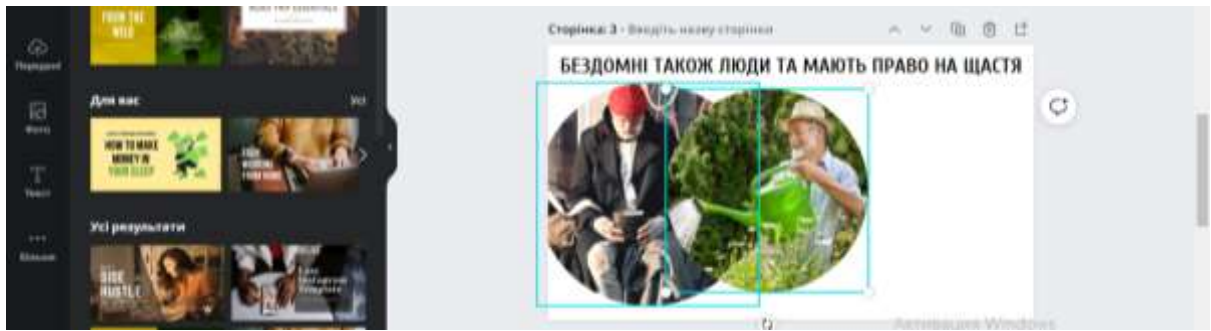


Рис.3.28 Створення макета білборда

У створенні рекламної кампанії важливим є те, як реклама зможе вплинути на людей і яку кількість людей охопити. Оскільки на білборд звертають увагу як водії, пасажери, так і пішоходи, тому цей канал реклами є ефективним і буде використовуватись у нашій рекламній кампанії.



Рис.3.29 Готовий макет білборда

Ідеєю білборда є те, що бездомні люди мають шанс на працю та на вихід зі скрутної ситуації.

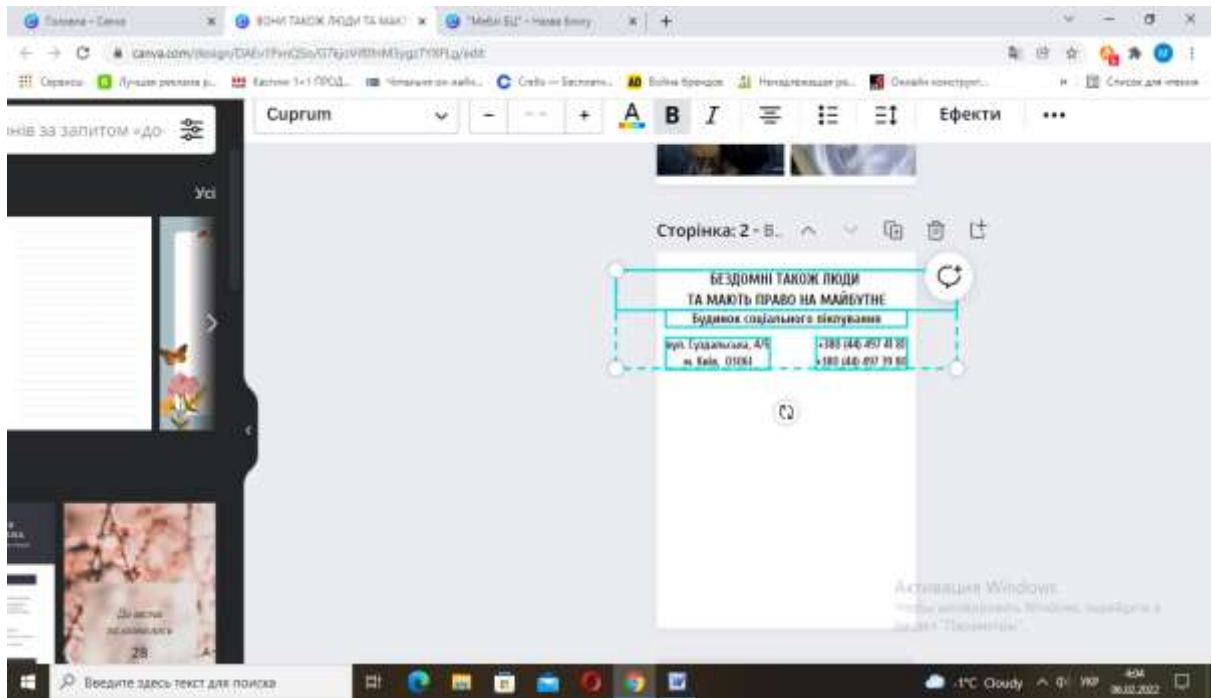


Рис.3.30 Розробка макета сітілайта

Шрифт Суржум, чорного кольору. Слоган виділяємо великими літерами. Текст вирівнюємо і розподіляємо пропорційно, усюди виділяємо жирним шрифтом, змінюємо лише розмір, слоган – 34.6, під ним шрифт більш дрібний – 32 та 27.

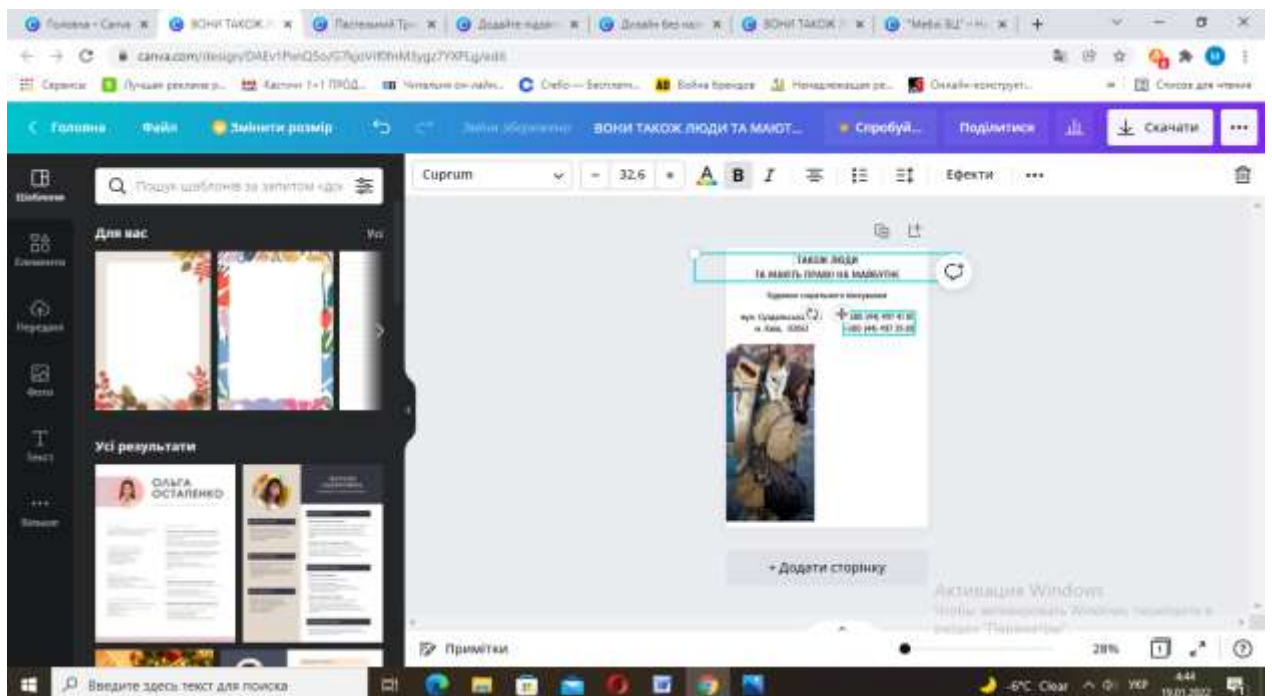


Рис.3.31 Розробка макета сітілайта

**БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ  
ТА МАЮТЬ ПРАВО НА МАЙБУТНЄ  
Будинок соціального піклування**

вул. Суздальська, 4/6  
м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81  
+380 (44) 497 39 80



Рис.3.32 Готовий макет сітілайта

Сітілайти зручно бачити перехожим, тому можна вмістити більше інформації. Розроблений сітілайт несе інформацію про те, що потрібно звертати увагу і допомагати людям, які бідні, але амбітні, і можливо хтось з них знайде роботу і повернеться до нормального життя.

На макет було додано контактну інформацію Будинку соціального піклування. Фото для сітілайта використовується з сайту Stokpic. Сітілайт розраховано на довготривалу перспективу, оскільки люди зможуть використовувати інформацію для допомоги нужденним, та бездомні зможуть звернутись по допомогу.



Рис.3.33 Створення реклами у метро

Реклама у метро є одним з потужних інформаційних каналів. Для того, щоб реклама впливала на людей, ми розташуємо текстову частину рекламного макета таким чином, щоб інформація була доступною.

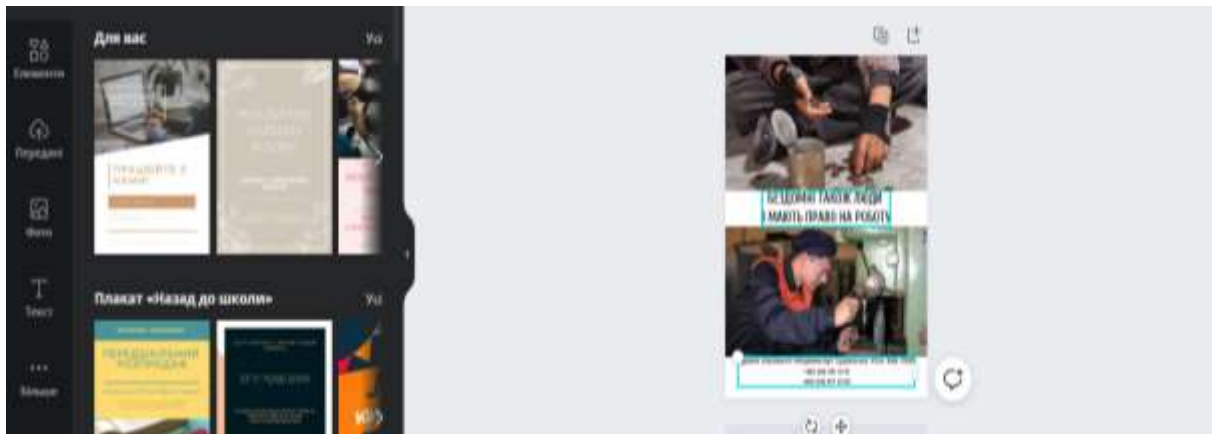


Рис.3.34 Створення реклами у метро



Рис.3.35 Готовий макет реклами у метро

Рекламний макет створено за допомогою фото з сайту Stokpic. Ця реклама закликає не цуратись бездомних людей, створювати нові робочі місця, брати на роботу.

Рекламний плакат має невисоку вартість та впливає на думку людей, оскільки він буде розташований на кошиках для збору їжі, у продуктових крамницях та супермаркетах.



Рис.3.36 Створення рекламного плаката

На рис.3.36 розташовуємо текст та інформацію, а саме слоган, адресу та номери телефонів закладу піклування про бездомних людей.

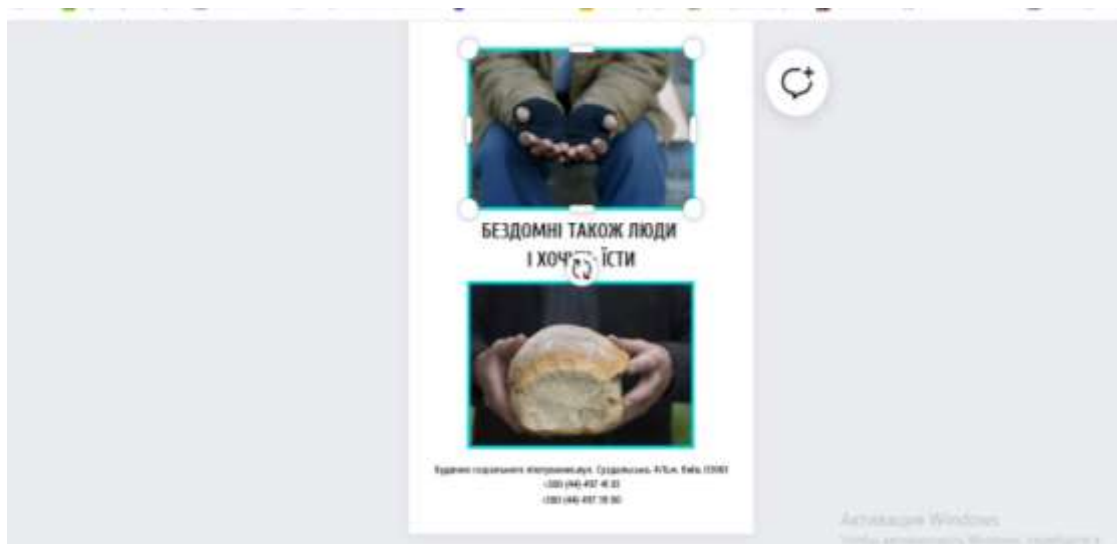


Рис.3.37 Створення рекламного плаката

На рис. 3.37 додаємо фото з сайту Stokpic. Розміщуємо відповідно до тексту, зберігаючи поля та пропорційність.

Рекламний плакат було створено для допомоги безпритульним їжею, гасло плакату вказує на те, що безпритульні також хочуть їсти, якщо дійсно хтось хоче допомогти, то непотрібно давати гроші безхатченку, достатньо купити їжі.

Безпритульним людям приділяється мало уваги в нашій державі, їх ніхто не сприймає серйозно, а інколи ставляться до них жорстоко. Слоган кожного рекламного звернення «Бездомні також люди...», він є також назвою рекламної кампанії, це дає зрозуміти, що вони члени нашого суспільства і завжди мають шанс досягти успіхів. Розроблена рекламна кампанія вчить тому, що потрібно вірити у людей і не ставити клеймо на їхньому майбутньому, серед них є амбітні і порядні особистості, які втратили житло або потрапили в халепу.

## ВИСНОВКИ

У сучасному та прогресивному світі проблема бездомних людей є дуже актуальною, проте вона все ще не отримала достатнього наукового висвітлення і, на жаль, не належить до пріоритетних напрямів соціальної політики держави. Наразі не вивчені реальні масштаби бездомності в країні та окремих регіонах, політичні, правові, економічні, культурні та соціально-психологічні передумови проблеми, її порівняльні особливості у різних регіонах та типах поселень, ефективні практики вирішення цих проблем тощо.

У кваліфікаційній роботі на здобуття ступеня магістра було досліджено соціальну проблему бездомних людей. Безхатченки різноманітні за своїм складом, але їх поєднує загальна потреба в постійному доступному житті. Житло – це основна проблема безхатченків.

Причини, через які люди стають бездомними, дуже різноманітні. Усі причини можна розподілити на суб'єктивні та об'єктивні. До суб'єктивних можна віднести генетичні та біологічні особливості деяких людей, їхню схильність до жебрацтва, небажання працювати. Ці люди потенційні бомжі, і за певних умов вони стають жебраками.

Серед об'єктивних причин – загострення економічної ситуації (стагнація виробництва, інфляція, падіння рівня життя), політична нестабільність.

У магістерській роботі було вирішено такі завдання:

- досліджено проблему соціального захисту бездомних людей в Україні та за кордоном;
- проаналізовано вже реалізовані рекламні кампанії в Україні та за кордоном;
- розроблено рекламну кампанію «Бездомні також люди»;
- складено медіаплан рекламної кампанії;
- розроблено рекламні макети.

У першому розділі було проаналізовано обрану нами соціальну проблему. Було з'ясовано, що в Україні є установи для допомоги бездомним людям, але чи зможе держава всім допомогти, це під великим питанням. Тому соціальна реклама є необхідністю, оскільки потрібно залучати суспільство допомагати бідним. Було з'ясовано, що за кордоном ставляться до бездомних ворожо або навпаки намагаються покращити їхні умови в більш розвинених країнах, а саме сплачують соціальні виплати та навіть надають житло.

У другому розділі було розглянуто вже реалізовані рекламні кампанії в Україні та за кордоном. З'ясовано, що проблема бездомних людей є глобальною і з цим потрібно боротись, щоб покращити імідж країни та економічне становище. Багато бездомних людей страждає від голоду, жахливих погодних умов, жорстокості та засудження збоку суспільства. Розглянуті соціальні проекти викликають почуття жалості до знедолених людей та закликають допомагати бездомним. Серед бездомних є й діти, і на цьому робиться акцент в іноземних рекламних кампаніях. Діти ще не можуть нести за себе відповідальність, тому про них повинні піклуватись дорослі.

У третьому розділі було розроблено рекламну кампанію на підтримку бездомних «Бездомні також люди», замовник якої Київська міська рада. Бюджет рекламної кампанії складає 376 768 грн. Було розроблено медіаплан та створено 5 одиниць рекламних макетів, а саме: 2 білборди, сітілайт, реклама в метро, рекламний плакат.

Отже, наша соціальна реклама спрямована на зміну моделі суспільної поведінки та привернення уваги до проблем бездомних людей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеева З. Як у різних країнах допомагають бездомним. URL: <https://strelkamag.com/ru/article/mirovoi-opyt-kak-v-raznykh-stranakh-pomogayut-bezdomnym> (дата звернення 14.11.2021).
2. Ambient - рішення у сфері боротьби з бродяжництвом. URL: <https://1soc.ru/pages/view/117> (дата звернення 14.11.2021).
3. Ананко Світлана. Соціальний захист бездомних громадян. URL: [https://minjust.gov.ua/m/str\\_7818](https://minjust.gov.ua/m/str_7818) (дата звернення 9.11.2021).
4. Бездомність зростає швидше там, де орендна плата перевищує третину доходу. URL: <https://www.zillow.com/research/homelessness-rent-affordability-22247/> (дата звернення 14.11.2021).
5. Безконтактний платіжний термінал, щоб допомогти бездомним. URL: [https://www.bbc.com/news/uk-england-york-north-yorkshire-50213421?intlink\\_from\\_url=https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link\\_location=live-reporting-story](https://www.bbc.com/news/uk-england-york-north-yorkshire-50213421?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link_location=live-reporting-story) (дата звернення 9.11.2021).
6. В Києві працюють три установи, які надають соціальні послуги громадянам без постійного місця проживання. URL: <http://kreschatic.kiev.ua/ua/3925/news/1279026613.html> (дата звернення 5.11.2021).
7. Гаррі Реднапп перетворить житло бездомних у Борнмуті на квартири. URL: [https://www.bbc.com/news/uk-england-dorset-50052815?intlink\\_from\\_url=https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link\\_location=live-reporting-story](https://www.bbc.com/news/uk-england-dorset-50052815?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link_location=live-reporting-story) (дата звернення 5.11.2021).
8. Глобальний ризик катастроф – база для майбутньої роботи. URL: <https://www.internal-displacement.org/publications/global-disaster-displacement-risk-a-baseline-for-future-work> (дата звернення 8.11.2021).
9. Доступ для всіх до належного, безпечного та доступного житла згадується в 17 цілях сталого розвитку ООН. URL:

<http://www.housingrightswatch.org/news/access-all-adequate-safe-and-affordable-housing-mentioned-un-17-sustainable-development-goals> (дата звернення 27.11.2021).

10. Єліна Є.А. Семіотика реклами. Москва, ВТК «Дашков та К», 2008. 66 с.

11. Жорсткий сон: що робиться з безпритульністю? URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-46976241> (дата звернення 8.11.2021).

12. Жуков В.І. Особистість та суспільство. Москва, Мінсоцзахист Росії, 1994. 264 с.

13. Заборона бездомних в Угорщині: коли бідність стає злочином. URL: <https://www.dw.com/en/hungarys-homeless-ban-when-poverty-becomes-a-crime/a-45900111> (дата звернення 14.11.2021).

14. За два останні роки «безпритульних» в Україні стало на 20% більше, інфографіка. URL: <https://galfinance.info/ostanni-novini/2016/04/02/za-dva-ostanni-roki-bomzhiv-u-kraini-stalo-priblizno-na-20-bilshe.html> (дата звернення 5.11.2021).

15. Закон про екстрену допомогу бездомним та швидкий перехід до житла від 2008 року. URL: <https://www.govtrack.us/congress/bills/110/hr840> (дата звернення 5.12.2021).

16. Закон України. Про основи соціального захисту бездомних осіб і безпритульних дітей. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-15#Text> (дата звернення 5.11.2021).

17. Закон України. Про соціальну адаптацію осіб, які відбувають чи відбули покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3160-17#Text> (дата звернення 6.12.2021).

18. Закон України. Про соціальні послуги. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення 6.12.2021).

19. Йель та світ. URL: <https://world.yale.edu/yale-global-url-landing-page> (дата звернення 6.12.2021).

20. Кардіфф 2019: Що таке Чемпіонат світу з футболу для бездомних? URL: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-49071183> (дата звернення 6.12.2021).
21. Карнап Р. Значення і необхідність: Дослідження по семантиці і модальній логіці. URL: <https://znaimo.com.ua> (дата звернення 5.11.2021).
22. Ключова Н. Ю. Психологія бездомного та бездомності. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-bezdomnogo-i-bezdomnosti> (дата звернення 5.11.2021).
23. Криловський К. Психологія реклами. URL: [http://www.ideaura.com/psychology/semiotics\\_in\\_advertising.php](http://www.ideaura.com/psychology/semiotics_in_advertising.php) (дата звернення 5.11.2021).
24. Курушин В.В. Система соціальної адаптації осіб без визначеного місця проживання в умовах мегаполіса: соціологічний аспект. Москва, 2004. 161 с.
25. Лос-Анджелес фінансує 38 нових проектів доступного житла, щоб допомогти бездомним. URL: <https://www-dwell-com.cdn.ampproject.org/c/s/www.dwell.com/amp/article/los-angeles-funds-affordable-housing-projects-for-the-homeless-909c0ec8> (дата звернення 5.11.2021).
26. Непропорційні ризики. Як пандемія змінила життя безхатченків в Україні. URL: <https://www.opendemocracy.net/ru/kak-pandemiya-izmenila-zhizn-bezdomnykh-v-ukraine/>
27. Нечипоренко Максим. «Понад половина українців живе за межею бідності — замспікера ВР Кондратюк» URL: <https://thepage.ua/news/bolee-poloviny-ukraincev-zhivut-za-chertoj-bednosti> (дата звернення 5.11.2021).
28. Пішов на смітник — нагодував бомжа. URL: <http://www.adme.ua/mezhdunarodnayablagoorganizacijavzglyad/posh-el-na-musorku-nakormil-bomzha-mex-16733> (дата звернення 10.11.2021)
29. Порадами щодо виживання безпритульних, якими поділилися довгострокові сплячі в Брістолі. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-bristol->

[50314450?intlink\\_from\\_url=https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link\\_location=live-reporting-story](https://www.bbc.com/news/topics/c48yr9322xrt/homelessness&link_location=live-reporting-story) (дата звернення 10.11.2021).

30. Програма економічних реформ Президента України. 2010—2014 роки. URL: <http://www.president.gov.ua> (дата звернення 5.11.2021).

31. П'ятнадцять прикладів ворожої архітектури «Анти-бездомних», які ви, ймовірно, ніколи раніше не помічали. URL: <https://interestingengineering.com/15-examples-of-anti-homeless-hostile-architecture-that-you-probably-never-noticed-before> (дата звернення 5.11.2021).

32. Рівень бідності в Україні зріс до 50% – віцеспікер Ради. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/02/01/novyna/suspilstvo/riven-bidnosti-ukrayini-zris-50-vice-spiker-rady> (дата звернення 5.11.2021).

33. Рівень бідності в Україні перевищує 50% - демографії. URL: <https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-society/3179054-riven-bidnosti-v-ukraini-perevisue-50-demografi.html> (дата звернення 5.11.2021).

34. Ситуація з бездомними в Україні: скільки їх і хто їм допомагає. URL: <https://bit.ua/2019/10/homeless-in-ukraine> (дата звернення 9.11.2021).

35. Скільки в Україні безхатченків та як їм допомагають держава й волонтери. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/skilky-v-ukraini-bezkhatchenkiv-ta-iaak-im-dopomahaiut-derzhava-i-volontery-video-231599.html> (дата звернення 9.11.2021).

36. Соціальна реклама про бездомних: 5 цікавих кейсів. URL: <http://www.2social.info/sotsialnaya-reklama-o-bezdomnyih-5-interesnyih-keysov> (дата звернення 10.11.2021).

37. Соціальний захист бездомних громадян та безпритульних дітей. URL: [https://minjust.gov.ua/m/str\\_7818](https://minjust.gov.ua/m/str_7818) (дата звернення 10.12.2021).

38. Стан бездомності в країнах з розвинутою економікою. URL: [https://www.un.org/development/desa/dspd/wpcontent/uploads/sites/22/2019/05/CASEY\\_Louise\\_Paper.pdf](https://www.un.org/development/desa/dspd/wpcontent/uploads/sites/22/2019/05/CASEY_Louise_Paper.pdf) (дата звернення 7.12.2021).

39. "Сука життя": Як киянин створив Instagram-проект допомоги бездомним. URL: <https://bzh.life/lyudi/suka-zhizn-kak-kievlyanin-sozdal-proekt->

[pomoshchi-bezdomnym-blagodarya-postam-v-instagram](#) (дата звернення 9.11.2021).

40. Тимошенко А. Л. Соціальна реклама в Україні: аналіз впливу на формування позитивно спрямованої поведінки молоді. URL: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2006/04/69-77\\_no-2\\_vol-13\\_2006\\_UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2006/04/69-77_no-2_vol-13_2006_UKR.pdf) (дата звернення 9.11.2021).

41. Типове Положення про центр соціально-психологічної реабілітації дітей. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/4357066> (дата звернення 28.11.2021).

42. Топ-5 найбільш бездомних міст світу. URL: <https://www.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=e56c3fcc502442ca8f86d89809fbf287> (дата звернення 10.12.2021).

43. Торговельні автомати для бездомних у Великобританії. URL: <https://www.euronews.com/2017/12/20/vending-machines-for-homeless-in-the-uk> (дата звернення 9.11.2021).

44. У Києві підрахували кількість безпритульних. URL: <https://www.unn.com.ua/ru/news/1926908-u-kiyevi-pidrakhuvai-kilkist-bezkhatchenkiv> (дата звернення 7.11.2021).

45. Харківський міський центр реінтеграції бездомних осіб. URL: <https://soczahist.kharkov.ua> (дата звернення 9.11.2021).

46. Хонда Марина. У Києві безпритульні можуть отримати прихисток. URL: <https://kyivcity.gov.ua/news/u-kiyevi-bezpritulni-mozhut-otrimati-prikhistok-marina-khonda> (дата звернення 9.11.2021).

47. Цієї зими Париж відкриє двері ратуші для бездомних. URL: <https://www.euronews.com/2018/10/14/paris-to-open-town-hall-doors-to-homeless-people-this-winter> (дата звернення 16.11.2021).

48. Чилійський архітектор Алехандро Аравена отримав Прітцкерівську премію 2016 року. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/jan/13/chilean-architect-alejandro-aravena-wins-2016-pritzker-prize> (дата звернення 16.11.2021).

## ДОДАТКИ

Додаток 1

Готовий макет білборда

### БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ, ШАНС ЗАВЖДИ Є



Будинок соціального піклування, вул. Суздальська, 4/б, м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81

+380 (44) 497 39 80

Додаток 2

Мокап білборда



Готовий макет білборда

**БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ ТА МАЮТЬ ПРАВО НА ЩАСТЯ**



Будинок соціального  
піклування,  
вул. Суздальська, 4/6,  
м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81  
+380 (44) 497 39 80

Готовий мокап білборда



Готовий макет сітілайта

**БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ  
ТА МАЮТЬ ПРАВО НА МАЙБУТНЄ  
Будинок соціального піклування**

вул. Суздальська, 4/6  
м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81  
+380 (44) 497 39 80



Готовий мокап сітілайта



Макет реклами у метро



**БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ  
І МАЮТЬ ПРАВО НА РОБОТУ**



Будинок соціального піклування, вул. Суздальська, 4/6, м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81

+380 (44) 497 39 80

Макет рекламного плаката



**БЕЗДОМНІ ТАКОЖ ЛЮДИ  
І ХОЧУТЬ ЇСТИ**



Будинок соціального піклування, вул. Суздальська, 4/6, м. Київ, 03061

+380 (44) 497 41 81

+380 (44) 497 39 80

Мокап рекламного плаката

