

**Социальная
реклама**

**Что это
такое?**

Социальная реклама

— вид некоммерческой рекламы,
привлекающий внимание к самым
острым проблемам общества и его
нравственным ценностям

Назначение социальной рекламы —
изменение поведения людей в лучшую
сторону



Где можно ее увидеть?

- Плакаты, билборды на улицах
- Реклама по ТВ, радио
- Газеты, журналы
- Транспорт
- Общественные учреждения
- Интернет



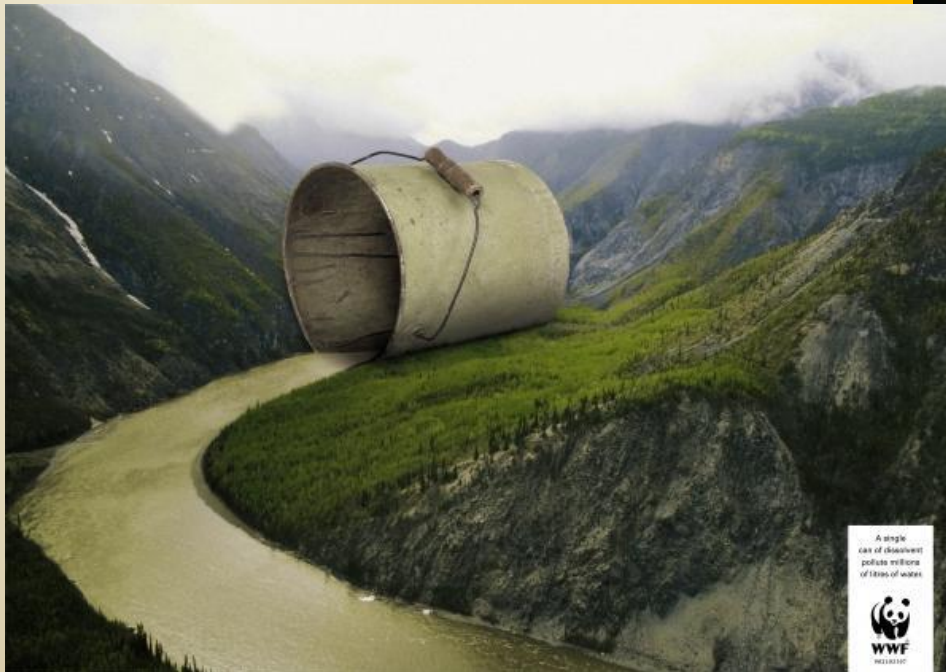
Какая она бывает?

- Печатная
- Видеоролики
- Рекламные акции
- «Живая» реклама



Кто заказывает соц. рекламу?

государственн
ые органы



некоммерческ
ие
организации

Немного истории

1906 г. – США, первая соц. реклама, призывающая защитить
Ниагарский водопад от вреда,
наносимого энергетическими
компаниями.

Первая мировая война, 1917 г. ,
США - плакат Д. Флегга «Ты
нужен американской армии»

1920-е, СССР - «Ты записался
добровольцем?»

1940-е, СССР - «Родина-мать



Основные темы социальной рекламы

- Государственные проблемы
- Общественные проблемы
- Гражданские обязанности
- Патриотизм
- Национальные ценности
- Здоровый образ жизни
- Сохранение экологии

ВЫБОР, КОТОРОГО НЕ
ДОЛЖНО БЫТЬ!

Купить
лекарство
или
заплатить
за
квартиру?



РУССКОЕ НАРОДНОЕ ДВИЖЕНИЕ
WWW.RUS-N-D.COM

ИМ ЕСТЬ
ЧТО
РАССКАЗАТЬ

НО
ОНИ ГОТОВЫ
СЛУШАТЬ ТЕБЯ
ВСЮ
ЖИЗНЬ

vernost.ua

бездомные животные
время вернуться домой



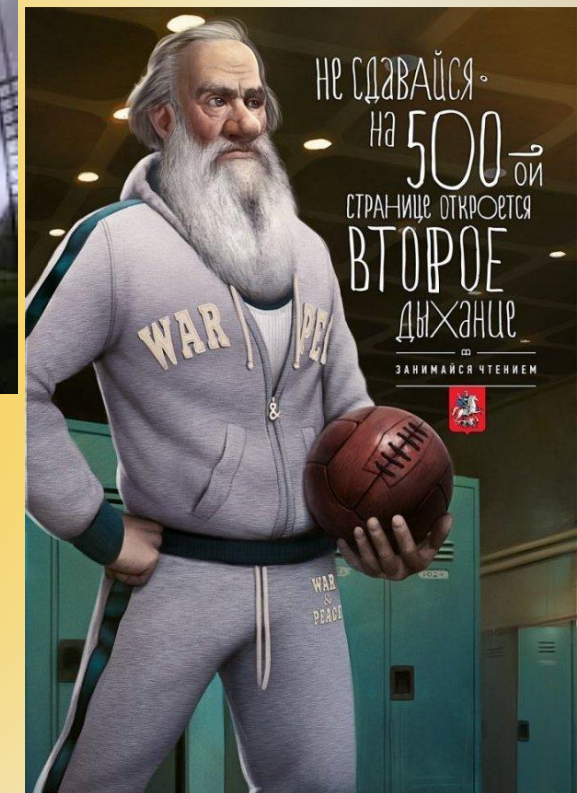
Виды слоганов:

- **Побудительный:** побуждает к действию, призывает действовать немедленно или задуматься
- **Повествовательный:** не призывает поступить правильно, но повествует об опасности
- **Альтернативный:** предлагает заведомо лучшую альтернативу
- **Вопросительный:** не предлагает готового решения, а заставляет задуматься
- **Парадоксальный:** требует от зрителя отрицательного действия, заставляя этим принять правильное решение



Продавая пиво несовершеннолетним, Вы открываете перед чужими детьми новые перспективы

Интересные
приемы:
метафора-
аналогия
Основная
идея
социальной
рекламы
доносится при
помощи
метафоры.



Противопоставление

В социальной рекламе противопоставляются две стороны – положительная и отрицательная.



на авторитет

В социальной
рекламе
принимают
участие
известные
личности или
дается отсылка к
жизни или
творчеству.



Социальная реклама:

- побуждает задуматься
- вступает в диалог
- позитивна (не «против», а «за»)
- делает акцент на человеке
- укрепляет связи между людьми

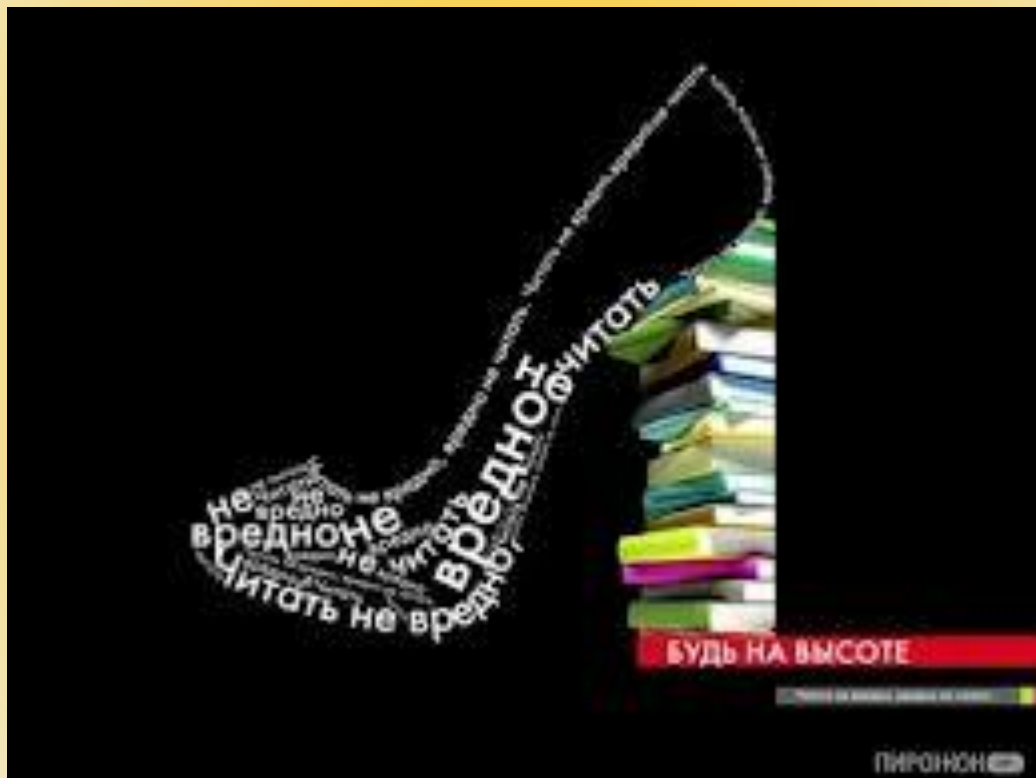
- базируется на общечеловеческих ценностях и охраняет их
- формирует длительное поведение
- показывает условия для изменений (т.е. отвечает на вопрос «Как?»)
- предлагает несколько вариантов решения (сделай сам, помоги, расскажи и т.д.)

Эффективность социальной рекламы зависит от:

- соответствия возрасту, полу и социальному статусу аудитории
- актуальности темы
- нестандартной подачи информации
- обращения к ценностям, а не только чувствам

- пробуждения положительных чувств
- пробуждения воспоминаний, «включения» ассоциаций
- предложения способа реагирования, варианта решения, примера
- подачи нового знания

Эффективна ли эта реклама?



★
STAR
MODELS



YOU
ARE
NOT
A
SKETCH
SAY NO TO ANDRE XIA.



© 2011 The Home Depot

STAINLESS STEEL
SINKS





БУ БУ БУДЬ
ТЕ ТЕ ТЕРПЕЛИВ С
ТЕ ТЕ ТЕМИ, КТО
ЗА ЗА ЗАИКАЕТСЯ

NFS

СЕРВИС ПРОФИ

А.С.С.С.С.



**Одним пекарем* больше.
Одним великим писателем
меньше.**

Если бы в XIX веке существовало интернет-пиратство, многим писателям пришлось бы менять профессию.

Максим Горький
В юности работал в пекарне

Конкурс «Создаем социальную рекламу»

В конкурсе участвуют:

Короткие сценки («живая» реклама)
или видеоролики

Продолжительность 1-3 минуты



Номинации

1. «Сохраним красоту речи вместе»
2. «Давайте жить дружно!»
3. «Свободная тема»



Этапы создания социальной рекламы:

1. Выберите тематику
2. Подумайте, к какой целевой аудитории будет обращена ваша реклама (возраст, пол, социальное положение и т.д.)
3. Определитесь с основной идеей, которую вы хотите донести до аудитории
4. Разработайте сценарий сценки или ролика
5. Определитесь с местом, где будет демонстрироваться реклама
6. Осуществите свою идею

Какие могут быть ошибки

- слишком большое количество действия;
- неясность задумки
- использование непонятных слов;
- слишком много текста;
- слабая осведомленность о проблеме;
- отсутствие альтернативного решения проблемы

Примеры

- <http://www.youtube.com/watch?v=qRQGujWXIIM>
- <http://www.youtube.com/watch?v=GKi3Mg0YzCs#t=44>
- http://www.socreklama.ru/media_library/list.php?ELEMENT_ID=5136&SECTION_ID=126
- <http://www.youtube.com/watch?v=f8Pg4yoA1H0>

Желаем успеха!



**разный выбор -
разные дороги**