

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Социальная реклама – это вид некоммерческой рекламы, ориентированный на привлечение внимания к социально значимым проблемам.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения воздействия социальной рекламы на формирование морально-нравственных ценностей социума, которые помогают ориентироваться на социально приемлемую модель поведения. Изучение социальной рекламы позволяет улучшать контент, делая его более целенаправленным и результативным.

В Республике Беларусь реклама считается социальной при условии одновременного наличия признаков: объектами рекламирования выступают права, интересы, обязанности, меры, мероприятия социального характера, направленные на защиту или удовлетворение общественных и государственных интересов; некоммерческий характер рекламы; рекламодателем выступают государственные социальные организации.

К задачам социальной рекламы относят информирование о социальных услугах, формирование новых поведенческих установок, создание позитивного имиджа государственных служб, консолидацию усилий социальных учреждений и спонсоров в решении социальных проблем, формирование каналов «обратной связи» между государственными социальными организациями и их клиентами.

Основные формы социальной рекламы: интернет-реклама, телереклама, наружная реклама, реклама в печатных СМИ, а также специальные акции и мероприятия республиканского и международного уровня.

Выделяя основные направления развития социальной рекламы в Республике Беларусь, рассмотрим основную тематику социальной рекламы:

1. борьба с распространением негативного социального поведения: профилактика алкоголизма, табакокурения, наркомании и преступности; информирование об опасности и рисках заражения вирусными заболеваниями: *«Алкоголь – наркотик и яд», «Защитим себя и близких»;*

2. пропаганда здорового образа жизни посредством занятий спортом, активного отдыха, правильного питания, обогащенного витаминами и микроэлементами, борьбы с излишним весом, приобретения стрессоустойчивости: *«Мы за здоровый образ жизни», «Спорт – здоровье – красота»;*

3. декларация семейных ценностей – приоритет семейных ценностей, социальная и эмоциональная поддержка материнства, разрешение конфликтов поколений и способы их разрешения, агитация, направленная на уменьшение количества искусственного прерывания беременности, повышение уровня ответственности отцовства: *«Счастливая семья – счастливая Беларусь»;*

4. информирование о способах раздельного сбора бытовых отходов, ориентированных на сохранение окружающей среды, а также на предотвращение природных катастроф (радиационная и химическая безопасность, рациональное природопользование, экономия тепловой и электроэнергии, экологичность упаковки продуктов и товаров): *«Наша забота, а не енота!»;*

5. предупреждение несчастных случаев и пожаров, соблюдение правил дорожного движения, поведения на воде, обращения с открытым огнем:

«Не жди белочку – туши окурки!». Особое внимание уделяется правилам присмотра родителей за детьми и подростками: *«А Ваш ребенок не на дороге?»;*

6. патриотизм и любовь к Родине. Рекламный контент ориентирован на любовь к малой родине, чувство единения нации белорусов и гражданского сообщества: *«Я люблю Беларусь!»*, *«Беларусь – это мы!».*

Используются направления социальной рекламы, связанные с приоритетом службы в Вооруженные Силах Республики Беларусь, демонстрацией лучших по профессии (учитель, медицинский работник, рабочие специальности), финансовой грамотностью (борьба с коррупцией, защита прав потребителей, своевременная уплата налогов), экономическим развитием (безработица, защита прав потребителей).