

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Предназначение социальной рекламы – гуманизация общества и формирование нравственных ценностей. Миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели общества.

Целью социальной рекламы является привлечение внимания широкой общественности к тому или иному, как правило, проблемному явлению общественной жизни. Чаще всего социальная реклама указывает на определенные общественные явления: например, высокий уровень наркомании, низкий уровень рождаемости, отсутствие внимания к престарелым людям и т. д. Именно поэтому миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели общества. На сегодняшний день именно этот аспект концентрирует в себе основное ценностное отличие социальной рекламы от коммерческой.

Если эффективность коммерческой рекламы можно оценивать исходя из конкретных рыночных показателей, таких как уровень продаж той или иной услуги или товара, то эффективность социальной рекламы следует измерять по таким показателям, как узнаваемость обществом того или иного социального феномена и изменение общественной позиции по отношению к нему, формирование устойчивого общественного мнения. При этом следует учитывать одну важную вещь: в отличие от рекламы коммерческой, социальная часто не приносит быстрых результатов в виде прибыли. Ее эффективность может проявиться и через несколько лет, и через целое поколение.

Поскольку социальная реклама ставит своей целью изменение отношения к различным общественным явлениям всего населения, то целевая аудитория – это все общество или на самая активная его часть, или те лица, которые участвуют в принятии значимых социальных, экономических или политических решений.

Основными заказчиками коммерческой рекламы являются коммерческие организации, поэтому и размещение такой рекламы платное. Заказчиками же социальной рекламы могут быть: государство, некоммерческие или общественные организации, бизнес, политические факторы. И ее размещение должно быть преимущественно бесплатным.