



причин

выбирать

СОЦИАЛЬНУЮ
РЕКЛАМУ



социальная
реклама
ru

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ЧТО ЭТО?



Информирование?



Искусство?



Кино?

Дуайт Дэвид Эйзенхауер

34-й президент США



«Каждый доллар,
потраченный на
информирование,
стоит **ПЯТИ**, потраченных
на вооружение»



Билл Клинтон

42-й президент США

С 1994 года направлял значительную часть государственного финансирования на программы профилактики социальных бед и проведения общефедеральных кампаний по социальной рекламе (приоритетная тема – наркомания). Объем финансирования соц. кампаний в 1998 - 2002 г.г. составил

1 800 000 долларов!



Рекламный совет США

Основан в 1942 году

PSA – это универсальный инструмент диагностики и коррекции социальных проблем.





США, штат Огайо

1980-е годы

По решению Рекламного совета США была проведена экологическая кампания против развития нефтяного бизнеса в этом штате. Бизнесмены, владеющие скважинами на территории, оценили **ущерб**, наносимый природе штата добычей нефти, а также **выгоду** от экологической программы, позволяющей ближайšie 30 лет дать возможностям недрам восстановиться, а бизнес – приостановить, и пришли к выводу о **закрытии** скважин на этой территории на данный срок.



Avon

1991

Старт первой профилактической программы против рака груди



Phillips

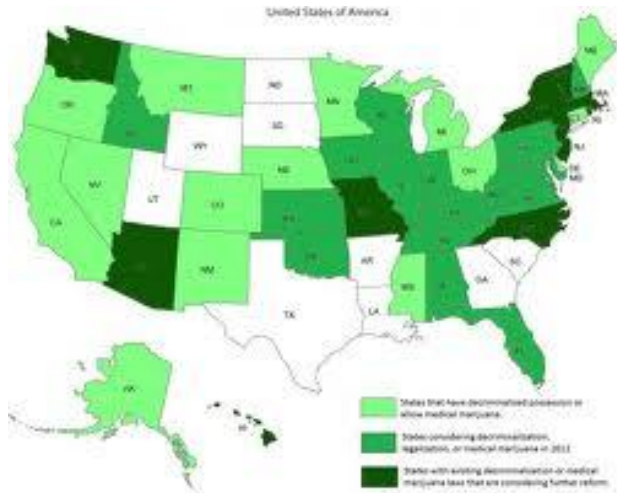
1996

Кампания против подросткового курения

НО!

1998-2002

США



Крах кампании по профилактике марихуаны (бюджет 939 млн. долларов) в центральных штатах США

2005-2006

Россия



Некорректное послание и негативные образы кампании по привлечению внимания к проблемам сирот привели к тому, что в 2007 году Россия вышла на **3** место в Европе по количеству детей, возвращенных в детские дома. Инициатор кампании – Министерство по социальной политике РФ.

ИТАК: У вас в руках
универсальный
инструмент, своего
рода мультилокатор.



Социальная реклама как призма проявляет внутреннюю сущность её авторов – цельность, системность, наполненность или конфликтность, дисгармонию, эмоциональный разлад. Это своеобразная **сублимация** того, что у автора внутри.

Автор всегда балансирует на двух основных стремлениях человека – стремление к жизни и стремление к смерти (шок очень близок к смерти).



Если вы стремитесь создавать шоковую рекламу – это **диагноз**.

ТАБУИРОВАНИЕ/ДЕЗОТАБУИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВА

Социальная реклама, подобно заповедям в религии, способна создавать систему табу и законов существования (подобно дорожным знакам).

Отсутствие подобной системы и полное исключение табу приводит общество к неуправляемому хаосу.



ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОСТЫ



Заражение > подражание > уподобление >
моделирование > убеждение > внушение

Это простейшие механизмы передачи социального знания друг другу. А социальная реклама – механизм моделирования, комплекс инструментов, который нельзя рассматривать дискретно, в отрыве друг от друга.



В итоге, системный подход к проведению социальной политики с помощью кампаний по социальной рекламе и PR формирует нравственный кодекс выживания нации - **инструмент национальной безопасности.**

Определение социальной рекламы

Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям, ориентированный на актуализацию проблем общества.

Предназначение ее – гуманизация общества и формирование его нравственных ценностей.

Миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели общества.

5 принципов социальной рекламы

1. Не должна содержать ссылок на бренд ее создателей или спонсоров
2. Не должна включать депрессивные или негативные компоненты, так как призвана пробуждать хорошие чувства
3. Должна быть понятной для 75% реципиентов
4. Должна выходить (по возможности) как триединый продукт, например, в виде видео, аудиороликов и объектов наружной рекламы, в зависимости от тематики и задач
5. Размещение ее должно происходить преимущественно на безвозмездной основе

5 ошибок социальной рекламы

1. Показ атрибутов проблемы
2. Использование отрицательных частиц «не», «нет»
3. Использование приоритетных темных или черных цветов
4. Слишком креативная реклама, «яркий инсайт»
5. Избыток пафоса или назидательности в месседже рекламы

1. Показ атрибутов проблемы



Показ атрибутов проблемы

Smoking Kills



Issued in public interest by



Показ атрибутов проблемы



2. Использование отрицательных частиц «не», «нет»





ЛЕТ НЕ ДОЖИЛ ДО ПЕНСИИ

В России в 2006 году на дорогах погибло почти 33 000 человек

Использование отрицательных частиц «не», «нет»



**ВЕРНИТЕ
УКРАДЕННОЕ
ДЕТСТВО**

СКАЖИТЕ НАРКОТИКАМ

НЕТ

3. Использование приоритетных темных или черных цветов



**МАМА,
ПОЧЕМУ
Я ДЕБИЛ**

?

В 8 из 10 случаев рождение умственно-отсталого ребенка – результат употребления спиртного, в том числе слабоалкогольных напитков.







More than 300,000 children are sexually abused in Germany every year.
Donate online at: www.gegen-missbrauch.de

against abuse Inc.

МАМА ЧОМУ Я УРОД



У НАРКОМАНІВ НЕ БУВАЄ ЗДОРОВИХ ДІТЕЙ

П'ЯНСТВО

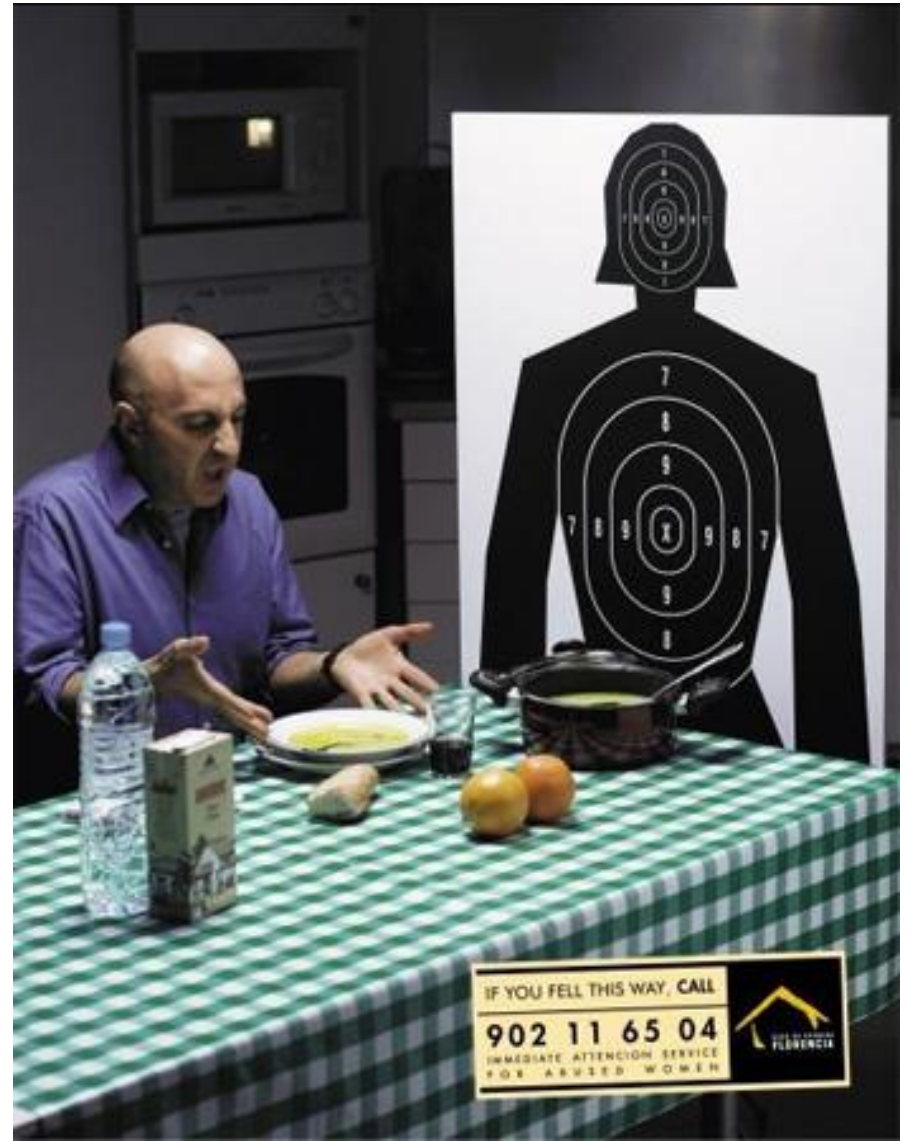
**ОТРІВАЄТ
ОТ СЕМЬИ,**

ОСТАНОВИСЬ!



**Антиалкогольная кампания
в защиту семьи**

4. Слишком креативная реклама, «яркий инсайт»





5. Избыток пафоса или назидательности в месседже рекламы



everybody.ru

If you pay a prostitute,
you're financing human trading.


Every year, 2,450,000 people become victims of human trafficking, of whom 92% end up being used for sex. 98% of the victims used by the sex industry are women and children! (source OIT, 2006)

 LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Énergie



Exploração sexual de crianças e adolescentes. Não é esse o produto que o Brasil quer exportar para o mundo.
18 de maio, Dia Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes.

Disque-denúncia: 100

 USAID
DO POVO DOS ESTADOS UNIDOS

 PARTNERS of the AMERICAS
INSTITUTO COOPERATIVO DAS AMÉRICAS



VERBAL ABUSE CAN BE JUST AS HORRIFIC. BUT YOU DON'T HAVE TO SUFFER IN SILENCE. CALL THE AWARE HELPLINE FOR ADVICE AND SUPPORT, MONDAY TO FRIDAY FROM 3PM TO 9.30PM ON 1800 774 5935.



**DOMESTIC
VIOLENCE,
KEEPING IT
QUIET
IS PARTICIPATING**

39 19 FOR MORE INFORMATION VISIT
WWW.DOMESTICVIOLENCE.ORG





NHS

The average smoker needs over five thousand cigarettes a year.

Get unhooked. Call 0800 169 0 169 or visit getunhooked.co.uk

SMOKEFREE

КУРИТЬ В ПРИСУТСТВИИ РЕБЁНКА — ЕЩЁ БОЛЬШАЯ ПЫТКА ДЛЯ НЕГО



ВСЁ РАВНО?!

 News Outdoor

Всё равно?!



* ЗДЕСЬ МОГЛО
БЫТЬ ВАШЕ ТЕЛО



■ Цели социальных кампаний

- Вызвать изменение отношения или поведения
- Повысить осведомленность, вдохновить на действия, спасти жизни

Уникальная модель

■ Безвозмездная помощь организаций

- Рекламных агентств: разработка стратегии и идеи
- СМИ: бесплатное время в эфире
- Бизнеса: поддержка в производстве продуктов

■ Разработка всесторонних и интегральных кампаний, которые вовлекают американцев

Сформулируйте выполнимую задачу

Глубоко изучите проблему

Сфокусируйтесь на действии, которое может предпринять в связи с ней один человек

Достижимость

small step no. 19

REPLACE SUNDAY DRIVE WITH SUNDAY WALK

Ad Council.org TAKE A SMALL STEP TO GET HEALTHY www.smallstep.gov

This advertisement features an orange background with white text. At the top, it says 'small step no. 19' with the number 19 inside a circle. The main message is 'REPLACE SUNDAY DRIVE WITH SUNDAY WALK' in large, bold, white capital letters, separated from the rest of the text by a horizontal dashed white line. At the bottom, there are logos for Ad Council.org, the slogan 'TAKE A SMALL STEP TO GET HEALTHY', the website 'www.smallstep.gov', and a stylized eagle logo.

Heather, 10th grade.
Worked 20 minutes on math problems.
Worked 45 minutes on term paper.
Worked 9 hours on night shift.

boostup.org

Are you give students at risk of dropping out the boost they need to make it through high school? Because over 30% of students in the U.S. aren't graduating. And they've got a lot more to tackle than just their schoolwork.

Ad Council

This advertisement shows a young woman in a red uniform working in a fast-food kitchen. The text is overlaid on the image, listing her academic and work commitments. The Boost Up logo is at the bottom, along with a small Ad Council logo in the bottom right corner.

Определите целевую аудиторию

- Не пытайтесь быть всем для всех людей
- Кто эти люди, которые готовы вас услышать и которых вы хотите изменить?
 - Что они уже сейчас знают о проблеме?
 - Насколько они открыты к переменам?
 - Насколько далеко необходимо подтолкнуть их, прежде чем они сами начнут действовать?

Think Before
You Speak

gay (gā) 1. there once was a time when all “gay” meant was “happy.” then it meant “homosexual.” now, people are saying “that’s so gay”

THAT'S SO
"CHEER-
LEADER
WHO LIKE,
CAN'T LIKE,
SAY SMART
STUFF."

Think that's mean? How do you think "that's so gay" sounds? Hurtful. So, knock it out.

ThinkB4YouSpeak.com

Ad Council GLSEN

Предварительная работа

- Придите к пониманию потребителя в процессе стратегического планирования
- Задействуйте количественный и качественный анализ, чтобы выяснить:
 - Что препятствует переходу к действиям?
 - Какой посыл будет наиболее значимым и мотивирующим?
 - Как лучше всего его донести?
 - Почему потребитель поверит?



Боритесь с соблазном говорить много

■ Убедительное послание сообщает только одну вещь

■ Целенаправленное послание

- Предпосылки – почему мы проводим эту кампанию?
- Целевая аудитория – к кому мы обращаемся?
- Стратегия – что привлечет их внимание?
- Основное сообщение – что именно должна сообщать реклама?
- Поддержка – почему они должны нам верить?
- Призыв к действию – что они должны сделать?



Ищите творческое совершенство

- **Великая творческая идея находит отклик и мотивирует людей к изменениям**
- **Говорите с аудиторией так, как говорите с другом**
 - Мотивируйте
 - Ставьте конкретные цели
 - Не читайте нотаций
 - Шутите
 - Если необходимо, пусть им будет некомфортно ... до некоторой степени
- **Когда они пришли к вам, не требуйте слишком многого**
 - Разговаривайте с их детьми об их друзьях...
 - Забирайте ключи у пьяного водителя...
 - Зайдите на сайт и узнайте больше

Пусть сайт решает тяжелые вопросы

■ Необходим информативный и вовлекающий «тыл»

- Лаконичная главная страница
- Легкость навигации
- Сайт должен развлекать и инструктировать
- Сайт должен вовлекать потребителей

Пусть сайт решает тяжелые вопросы

feedthepig.org

Login: [Register >](#)

[Tell a Friend](#) | [Resources](#) | [360 Financial Literacy](#) | [Tween Site](#)

[GET FREE SAVINGS TIPS](#) | [JOIN A DISCUSSION](#) | [ME SAVE?](#) | [5% CHALLENGE](#) | [BEAT YOUR BRAIN](#) | [MULTIMEDIA](#) | [ABOUT](#)

READY TO SAVE?

FEATURED SAVINGS TIP
Cut Coupons!
[▶ READ MORE](#) [▶ SEE MORE TIPS](#)

MORE SAVINGS TIPS
Latte-a-Day CD's/DVD's/Download

[▶ ABOUT YOUR HOST](#)
[▶ SKIP INTRO](#)

Get Savings Tips by email:
 [▶](#)
[Privacy Policy](#)

Get Tips on Your Cell Phone:
 [▶](#)
 I understand message rates of my carrier may apply.

[LISTEN TO OUR PODCAST](#)
EPISODE 29 FTP - GETTING CREDIT NOW
Oct 12
We're going to talk about strategies for getting credit

[GET FREE SAVINGS TIPS](#) | [JOIN A DISCUSSION](#) | [ME SAVE?](#) | [5% CHALLENGE](#) | [BEAT YOUR BRAIN](#) | [MULTIMEDIA](#) | [ABOUT](#)

ME, SAVE?

IT'S ABOUT TO HAPPEN

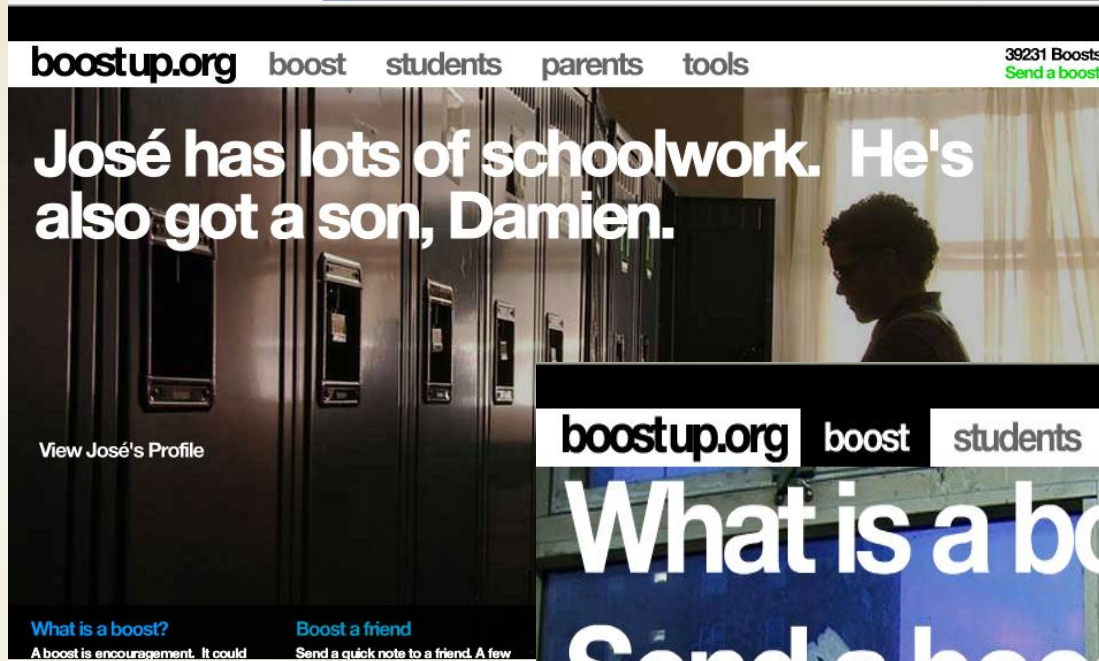
Any of these characters look familiar? Find your inner-under-saver, customize your spending habits and watch your savings opportunities rack up.

Already a saver? [LOGIN ▶](#) Don't see yourself? [CLICK HERE ▶](#)

PICK YOUR INNER UNDER-SAVER

- CHRONIC COLLECTOR
- BIG KID WITH TOYS
- NOT-SO-FRUGAL FOODIE
- TREND SPENDER
- SPENDY SOCIALITE
- NEWBIE NESTER
- PLAN-A-PHOBE

Пусть сайт решает тяжелые вопросы



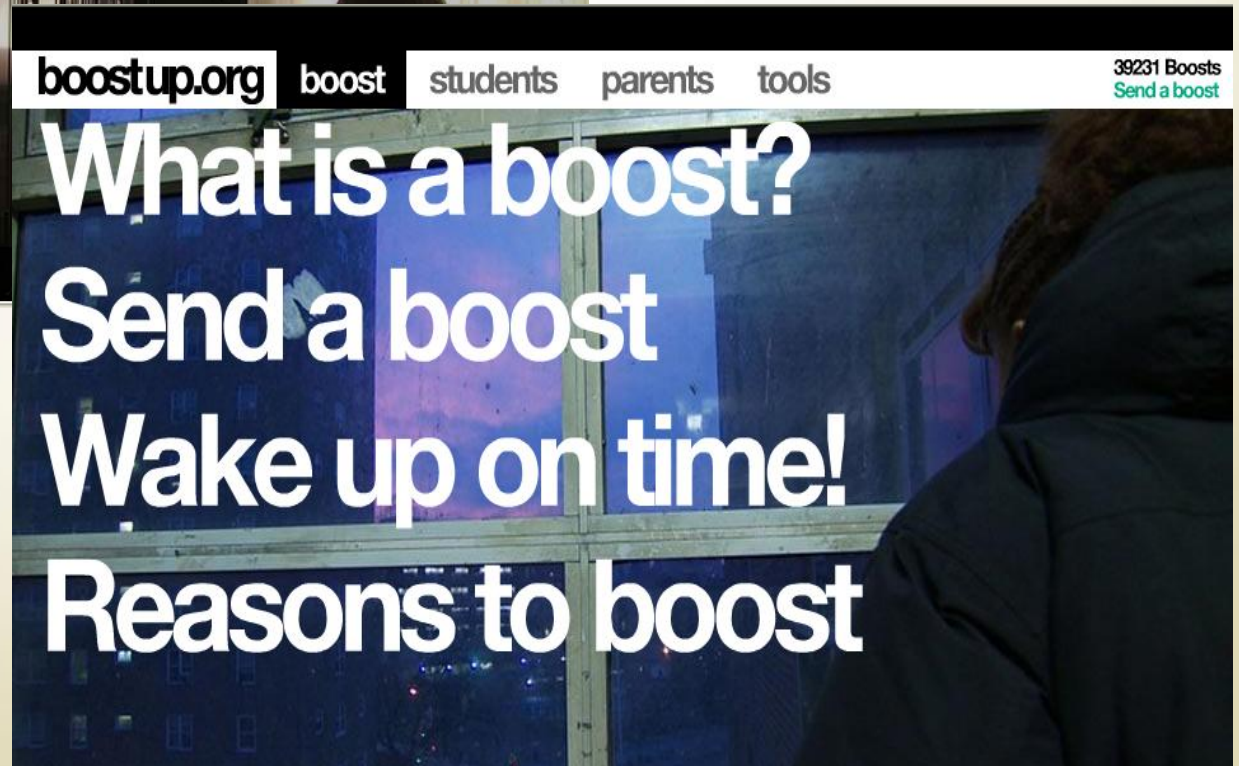
boostup.org boost students parents tools 39231 Boosts Send a boost

José has lots of schoolwork. He's also got a son, Damien.

[View José's Profile](#)

[What is a boost?](#)
A boost is encouragement. It could

[Boost a friend](#)
Send a quick note to a friend. A few



boostup.org boost students parents tools 39231 Boosts Send a boost

What is a boost?

Send a boost

Wake up on time!

Reasons to boost

Стратегическое партнерство

Контакт с детьми: лотерея о природе

Discover the Forest SWEEPSTAKES

Our forests & parks
Where The Other
You Lives

Discover a good time when you and the kids discover the forest. And by sharing your adventures, you could get equipped with all new gear from **The North Face®**.

What will you see? What new critters will you meet? For a chance to win, simply upload your child's photo or drawing depicting their nature experience.

ENTER NOW ►

You could WIN a \$1000 or \$100 The North Face gift card!

Get the gear for all your family's adventures from The North Face.

Already entered? Check out the gallery and vote for your favorite picture. You could win a **\$50 gift card** for the family!

Enter your email **GO** ►

Privacy | Official Rules | Online Safety

THE NORTH FACE U.S. Ad Council

- Легкая для понимания, интерактивная лотерея для младших подростков
- Побуждала подростков выходить на природу, исследовать, загружать фотографии или творческие работы, отражающие их опыт
- Организация The North Face выступила партнером, ответственным за призы

Подписка

введите ваш e-mail

Поиск

начните вводить текст



ФЕСТИВАЛИ

- deadline:** 30.04.2011
Продлён конкурс социальной рекламы «Новый взгляд»
- deadline:** 01.05.2011
Фестиваль социальной рекламы "Отношение", г. Орёл
- deadline:** 22.05.2011
Всероссийский фестиваль аудиорекламы «Сибирский Децибел-2011»



Хоккей Trust the condom: Hockey



Туберкулёз излечим, если обнаружен вовремя!

Help Japan III

Если бы я был ВИЧ-позитивным/Морокко

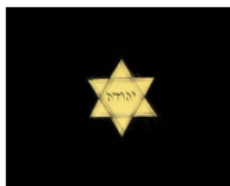
МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Декларация об уникальных принципах и особенностях социального маркетинга

Нэнси Р. Ли, Майкл Л. Ротшильд, Уильям Смит

Цель данной Декларации

НОВОСТИ



Пережив Холокост, ветераны вряд ли переживут безразличие 26.04.2011

Минималистичная реклама призывает обратить внимание на ветеранов, переживших Холокост ...

Первый Благотворительный Танцевальный фестиваль "Лучшие Друзья" 21.04.2011

24 апреля 2011г. в Lotte Hotel Moscow с 12.00 до 19.00 (Новинский бульвар, д.8, стр.2) состоится Первый Благотворительный Танцевальный фестиваль "Лучшие Друзья" ...

Госдума расширила возможности социальной рекламы 21.04.2011

Государственная Дума приняла во втором чтении поправки в закон «О рекламе» (в части социальной рекламы). Теперь упоминание спонсора регулируется законодательно, а не остается на усмотрение СМИ ...

ЛАЙМ: Финальное мероприятие Второго Международного Фестиваля социальной рекламы «Лайм» 20.04.2011

17 апреля 2011 года состоялось финальное мероприятие Второго Международного Фестиваля социальной рекламы «Лайм». ...

БЕЛЫЙ КВАДРАТ: Победители в номинации "Социальная реклама" 18.04.2011

АНАЛИТИКА

Статьи

Люди с ограниченными возможностями в социальной рекламе США

ИНТЕРВЬЮ

Даже "Кривые" схемы способствуют проникновению социальных посылов

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

Социальная реклама: продукт как сообщение, Эрик Стендзениекс

ОБРАЗОВАНИЕ

Социальная реклама в политическом процессе современной России

БИБЛИОТЕКА

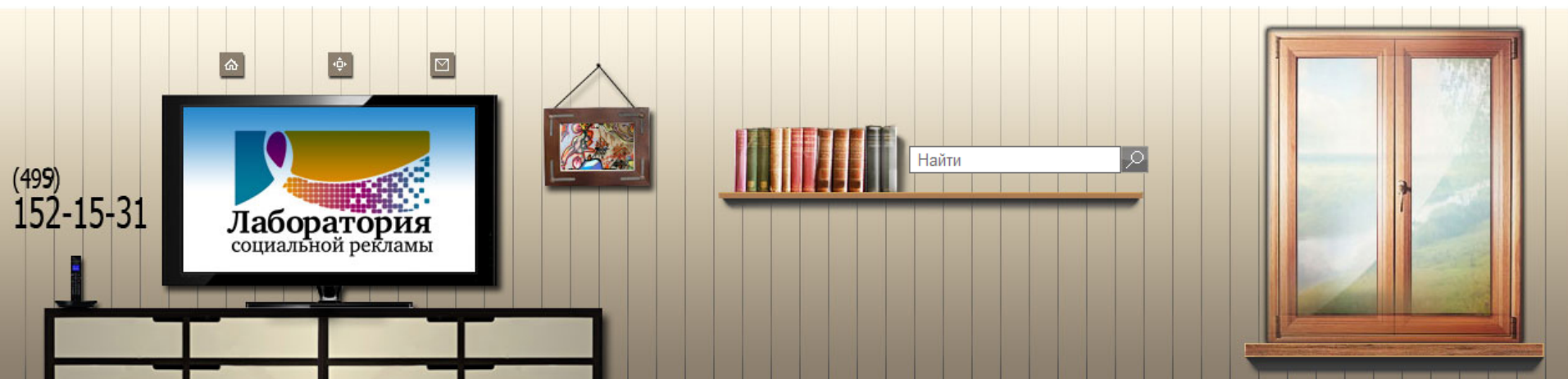
Влияние через социальные сети

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

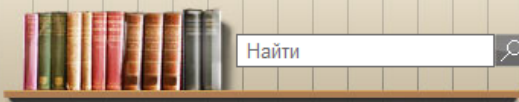
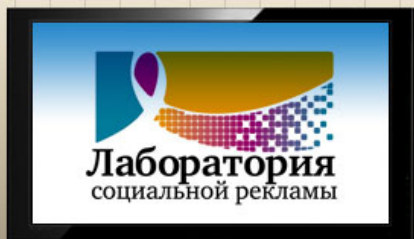
"Проблемы налогообложения в области продвижения социальной рекламы"

СОЦИАЛЬНЫЙ

www.socreklama.ru



(499)
152-15-31



Новости

[Главная](#)

- 03.02.2011
[Trust the condom - Доверяй и надевай](#)
- 12.01.2011
[1 января не стало Ольги Чернеги, нашей коллеги, подруги, профессионала...](#)
- 09. 12. 2010
[«Я уверен, что научился намного большему, чем научил»](#)
- 03. 12. 2010
[В Москве прошла конференция «Повышение эффективности социальной рекламы в России»](#)
- 29. 11. 2010
[Есть ли будущее у российской социальной рекламы?](#)

Лаборатория социальной рекламы

«Лаборатория социальной рекламы» - экспертный ресурс, сочетающий в себе агентство полного цикла по производству и продвижению социальной рекламы с консалтинговыми и образовательными проектами в области социального PR.

В медийном пространстве Лаборатория представлена сайтом www.soclaboratory.ru и информационно-аналитическим порталом, посвященным социальной рекламе, www.socreklama.ru, а также сайтом проекта «Повышение эффективности социальной рекламы» www.esarussia.ru

С 2003 по 2009 гг. Лаборатория социальной рекламы реализовала более 50 проектов в таких областях деятельности как:

- [производство и продвижение всех видов социальной рекламы;](#)
- [проведение образовательных проектов и программ;](#)
- [консалтинг в области социального PR и рекламы;](#)
- [научная деятельность, проведение исследований, экспертизы;](#)
- [реализация партнерских и спонсорских программ по социальной тематике](#)
- [поддержка федеральных и региональных фестивалей социальной рекламы.](#)

Если вы хотите обратиться за экспертным мнением к директору "Лаборатории социальной рекламы", руководителю портала "Соцреклама.ру", автору учебника "Социальная реклама: теория и практика", доценту, зам. зав. кафедры "Теории и практики рекламы" государственного университета "Высшая Школа Экономики" и члену рабочей группы Общественной палаты по совершенствованию закона о рекламе **Гюзелле Николайшвили**, пожалуйста, воспользуйтесь [формой обратной связи](#)

2-3
декабря

Международная конференция

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Контакты

г. Москва, ул. Кочновский проезд, 3

тел.: (499) 152-1531

Подписка

www.soclaboratory.ru



2-3
декабря
2010

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
В РОССИИ

МЕЖДУНА-
РОДНЫЙ
ПРОЕКТ
ESARUSSIA

ЕЖЕГОДНАЯ
КОНФЕ-
РЕНЦИЯ

Главная

Конференция

Программа

Участие

Отчет с
конференции

English

**ПРОГРАММА
КОНФЕРЕНЦИИ**

**РЕГИСТРАЦИЯ
УЧАСТНИКОВ**

**АККРЕДИТАЦИЯ
СМИ**

ТЕЛЕФОН ДЛЯ СПРАВОК
(495) 411 30 45

**Международная
конференция
«Повышение
эффективности
социальной рекламы
в России»**

Конференция прошла 2 декабря 2010 г. в Культурном центре ГУ-ВШЭ с 10-00 до 20-00.

3 декабря под брендом конференции прошел Круглый стол в Общественной Палате РФ.

Руководитель проекта:

Гюзелла Николайшвили, доцент ГУ-ВШЭ, кандидат политических наук, директор АНО «Лаборатория социальной рекламы», руководитель ИАА Socreklama.ru

Цель конференции: Представить последние тенденции, достижения, результаты актуальных исследований в области социальной рекламы в России, а также поднять на обсуждение наиболее актуальные проблемы данной сферы и выработать эффективные пути их решения на основе российского и международного опыта.

Среди участников конференции: международные эксперты из Европы, США и Канады, региональные

**Международная конференция «Повышение
эффективности социальной рекламы в России»**

- 13.04.2011** Завершился фестиваль "МируМир" в Санкт-Петербурге
В Петербурге состоялся второй ежегодный фестиваль социальной рекламы, получивший в этом году название «МируМир». 6-8 апреля на площадке городского форума «Праздничное оформление и городская реклама» в «ЛенЭкспо» полномасштабно обсудили тенденции и проблемы социальной рекламы не только Северо-Западного региона, но и России в целом. ...
- 24.03.2011** Чем "социальная реклама" отличается от PSA
- 10.03.2011** Телеканал "Дождь" не боится закрытия канала после показа социальной рекламы для геев
На телеканале "Дождь" оценили ролики социальной рекламы для геев. ...
- 02.03.2011** Стартовал фестиваль социальной рекламы "Лайм"
Организаторы Конференции начали работу над вторым Московским международным фестивалем социальной рекламы "Лайм". Какие преобразования ждут участников этого года? ...
- 01.03.2011** Сборник материалов прошлогодней конференции
Доклады прошлогодней конференции выложены во вкладке Международный проект, раздел Публикации в Архиве конференции ...
- 22.02.2011** Фотоотчет работы секции «Наука и инновации»
Новые фотографии конференции. Секция "Наука и инновации". ...

www.esarussia.ru



Спасибо за внимание!