

Социальная реклама в России

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Маасияева Роза Намиковна

Выпускник (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: Ro.ben@mail.ru

Для многих реклама ассоциируется исключительно с коммерцией. Но даже в древние времена уже существовало понятие "политическая реклама". А в наши дни одним из самых популярных и эффективных разновидностей рекламы стала социальная реклама. Такой вид коммуникации, как социальная реклама, ориентирован на привлечение внимания социума к существующим проблемам, которые затрагивают каждого. Также в социальной рекламе делается ставка на нравственность, ценности и нормы общества. Стоит сказать, что первостепенная цель данной рекламы - формирование определенного отношения к ряду вещей, вносящих диссонанс в общественную жизнь. А также гуманизация общества. Влияние на изменение общественной модели общества - миссия социальной рекламы. На сегодняшний день очень много времени и внимания уделяется вопросу роли и места социальной рекламы в общественной жизни. Важность решения общественных проблем повышает важность данного типа рекламы и готовит задачи для дальнейшего развития. Дает вектор, в котором нужно развиваться. По форме социальная реклама имеет воспроизведения. Но чаще всего она представлена в художественной форме и в сжатом виде. Социальная реклама может доводить до сознания аудитории важные сведения и факты о глобальных проблемах. Эта реклама обращена к каждому члену общества. Поэтому ее возможности достаточно широки, а результаты показывают высокую эффективность и большую конверсию. Также социальная реклама является универсальным инструментом привлечения внимания к насущным проблемам и казусам. За счет нее можно вовлекать общество в решение остро стоящих вопросов. Например, в решение экологического вопроса или решение проблемы курения. Цель моей работы - определение и выявление особенностей и сущности социальной рекламы. Для достижения поставленной цели определены следующие задачи: 1. Исследовать процесс создания социальной рекламы. 2. Изучить особенности социальной рекламы. 3. Определить цели, задачи и средства распространения социальной рекламы. Предмет исследования - сущность современной социальной рекламы. Объект исследования - социальная реклама. При изучении выбранной темы использовались работы следующих ученых и исследователей: М. Айзенберга, Л.К. Вове, Ф.У. Арене, Е.Г. Лашковой, А.И. Куценко, Е. Песоцкого, В.В. Тулупова, Ф.И. Шаркова, В.И. Гостениной и других. Структурно работа состоит из содержания, введения, трех разделов, заключения, списка литературы и приложений.

Источники и литература

- 1) 1. Айзенберг М. Менеджмент в рекламной деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2013.- 311с. 2. Вове Л. К., Арене Ф.У. Современная реклама. - Тольятти: 2011.-243с. 3. Волков И.М. Основы экономики и организации рекламной деятельности. - М.: Изд-во МГУ, 2013.-511 с. 4. Гермогенова Л.Ю. Эффективность рекламы в России. - М.; Респартнер, 2013.-236 с. 5. Лашкова Е.Г., Куценко А.И. Организация и проведение

коммуникационных кампаний: учеб. / Е.Г. Лашкова, А.И. Куценко. – Москва: Академия, 2014 – 272 с. 6. Официальный сайт информационно - аналитического агентства «Социальная реклама. ру»: <http://www.socreklama.ru/>