

Приемы социальной рекламы как инструмент удержания внимания

Научный руководитель – Шикова Елизавета Владимировна

Бурова Александра Викторовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: alex.x.x.x.x.x.xx@mail.ru

Социальная реклама-тонкий сегмент маркетинга, направленный на объединение общества. Такая реклама стремится к изменению человека, при этом не оставляя его с проблемой, а указывая на выходы из нее. Социальная реклама использует тот же набор инструментов, что и коммерческая: телевизионные ролики, печатная, уличная, транспортная реклама и т.д. Основное отличие социальной рекламы от коммерческой заключается в ее цели. Цель социальной рекламы-привлечении внимания к общественному явлению.

Сценарные и режиссерские приемы в социально рекламе играют ключевую роль в ее эффективности, позволяя передать сообщение и привлечь внимание целевой аудитории. Хорошая имиджевая реклама - социальная. Именно эта реклама создает коммуникацию между потребителем и продуктом. Успешная коммуникация, это коммуникация со смыслом.

Использование драматических конфликтов и поворотов сюжета способствует удержанию внимания и привлечения к актуальным социальным проблемам, именно это вызывает наиболее острую эмоциональную реакцию у зрителей. Независимо от выбранных сценарных и режиссерских приемов, эффективная социальная реклама должна быть ориентирована на целевую аудиторию и иметь четкое и понятное сообщение.

Яркой чертой социальной рекламы являются ее инструменты: приемы без которых реклама не может существовать. Зачастую, режиссерским ходом в такой рекламе является обман зрителя, фокусирование и намеренное отчуждения его внимания от действительно важных деталей. Режиссер сжимает смысл в последних секундах ролика, тем самым усиливает внимание на проблеме, требующей решения.

Примером является ролик «Back to School Essentials» от BBDO New York и Sandy Hook Promise. Кампания призвана привлечь внимание к проблеме стрельбы в школах. Ролик-пародия на традиционную рекламу брендов, которые помогают «пережить учебный год». Обычные школьники рассказывают о том, что им пригодилось в школе и только после зритель видит обман. Усугубление действует как рычаг, сменяющий фокус внимания. Данная реклама запустила кампанию, создав организацию, которая помогает детям и взрослым распознавать, вмешиваться и помогать людям, которые могут нанести вред другим.

В России также создаются кампании, которые поддерживают социальные темы. Так в 2021 году был запущен проект «Химия была, но мы расстались». Это благотворительная digital-активация, посвященная женщинам с онкологическими заболеваниями. Кампания направлена на дестигматизацию рака, а также призвана разрушить ложные стереотипы и страхи в отношении людей с данным диагнозом. В её рамках был разработан специальный лендинг «Моя фототерапия», где женщины, перенесшие рак или проходящие онкологическое лечение, могли поделиться своими историями.

Таким образом, социальная реклама по всему миру работает как механизм регулирования социальных отношений. С ее помощью рождаются организации направленные на помощь людям, восстановления закона и его поддержки.

Важно понимать, что ни один из приемов, не претендует на универсальность, а является трамплином для создания новых концепций. И реклама в этом отношении чрезвычайно подвижное явление, поиск и создание новых форм, интересных стилистических решений и приемов в рекламе всегда будут актуальны.

Приемы социальной рекламы не просто удерживают внимание зрителя, но и оставляют его с решением той или иной проблемы, а это зачастую самое важное в мире, где популярность набирают лишь вопросы, оставленные без ответа.

Источники и литература

- 1) Николайшвили Г.Г. Социальная реклама некоторые вопросы теории и практики. // Общественные науки и современность (Общество и реформы) 2009. №1.
- 2) Селиверстов С.Э. Социальная реклама: искусство воздействия словом. Самара: Бахрах-М. 2006.
- 3) Степанов Е. “Социальная реклама в России. Функциональные и жанрово-стилистические особенности” филол. наук. М, 2007.
- 4) Ролик «Back to School Essential» от BBDO New York и Sandy Hook Promise-<https://youtu.be/b5ykNZl9mTQ>
- 5) Ролик «Химия была, но мы расстались» <https://youtu.be/838v2gqfbts>