

**Роль социальной рекламы
в преодолении общественного нигилизма.
Проект «Все равно?!»**

**Колотий Ирина ,
Исполнительный директор Союза создателей социальной рекламы,
Руководитель департамента по связям с общественностью
Группы маркетинговых коммуникаций АДВ.
Семина Наталья,
Координатор проекта «Все равно?!» News Outdoor
Мур Евгения,
Генеральный директор McCann Erickson Russia**

ММФР, 20 сентября 2010 года



Государство призвано определять соответствующие времени цели и идеалы развития страны.

Система социальных коммуникаций способна служить современным и эффективным способом доставки этой информации до каждого гражданина и общества в целом.

Социальная реклама.

Российский опыт

- В России на социальную рекламу тратится менее 1% объема рекламного рынка. И это при наших социальных, экономических и политических проблемах.
- Согласно исследованиям компании РОМИР Мониторинг
 - 72% опрошенных россиян относятся к социальной рекламе в общем положительно.
 - 44% считает, что социальная реклама способна повлиять на решение проблем общества.
 - 68% респондентов даже критикует государство за плохую пропаганду национальных ценностей и в первую очередь – духовных, нравственных, культурных.
- В российском обществе назрела потребность в информации социального характера, в утверждении в общественном сознании социально приемлемых целей и норм поведения, а системный подход в этом направлении отсутствует.
- Именно государство, руководствуясь своими стратегическими и идеологическими задачами, может и должно выступить в роли заказчика и координатора процесса создания и реализации социальных коммуникаций.
- **Социальная реклама должна стать одним из главных инструментов формирования мировоззрения современного российского общества, в т.ч. норм морали и нравственности, гражданской ответственности.**

Социальная реклама.

Роль в обществе

Борьба с общественным нигилизмом –
это вопрос
не столько идеологический
и морально-нравственный,
сколько вопрос безопасности России
в целом,
вопрос стратегического выживания России.

Социальная реклама.

Роль в обществе

Мы должны четко выделять три основных направления деятельности в области социальных коммуникаций:

1. Принципиально новый образ России для россиян, что такое Россия сегодня, куда мы идем, почему и зачем. Это первый принципиальный, важнейший вопрос, вопрос стратегии и объяснения этой стратегии, донесения и поддержки этой стратегии обществом.

2. Объяснение происходящих реформ, какова их цель, и в связи с этим - формирование новых поведенческих стереотипов, связанных с новой экономической моделью общества.

3. Вопрос, связанный с морально-этическими нормами. Россия традиционно была высокодуховным государством, а это та ценность, которая является невозполнимой, и ее надо сохранять. Одним из важных направлений деятельности государства должно быть привнесение в общество элементов разумного, доброго, вечного. Это, конечно, очень сложный, философский вопрос. Но это одна из важнейших функций государства.

Проект «Все равно?!»

Почему и зачем

Еще недавно...

Blow in her face and she'll fol

Hit her with tangy Tipalet Burgundy. Or luscious Tipalet. It's new. Different. A puff in her direction and Oh yes... you get smokin'.

TIPALET **TIPALET**

New from Muriel.

"I'm going to grow a hundred years old!"

...and possibly she may—for the amazing strides of medical science have added years to life expectancy.

It's a fact—a warm and wonderful fact—that this five-year-old child, or your own child, has a life expectancy almost a whole decade longer than was his mother's, and a good 18 to 20 years longer than that of her grandmother. Not only the expectation of a long life—

That your daughter's long years may mean a longer life for you.

Kent smokes... and that's where it's at.

SMOKE TURKISH REGIE CIGARETTES

Costlier tobaccos

According to a recent Nationwide survey:

Doctors smoke Camels

than any other cigarette!

Independent research organizations they admit not just a doctor's name to name a cigarette.

... from general physical and throat specialists.

... by them. Compare them. Camel's costlier tobacco is a Camel suits your night.

Costlier tobaccos

THE "T-ZONE" TEST WILL TELL YOU

The "T-Zone"—I do mean it! It's the zone that you should guard for any one who smokes. It's the zone that you should guard for any one who smokes. It's the zone that you should guard for any one who smokes.

Еще недавно...



Все равно?!*

- Каждые 6 секунд в мире умирает один человек.
- В России курение убивает от 330 до 400 тыс. человек ежегодно.
- Большинство из преждевременно ушедших (72%) приходится на средний возраст – 35 – 69 лет.
- Они могли бы прожить еще 10, 20, 30 и более лет.
- Курение и воздействие пассивного курения среди беременных женщин являются одной из главных причин самопроизвольных абортов, мертворождения и синдрома внезапной смерти внешне здорового ребенка после рождения.
- У детей, подвергаемых воздействию пассивного курения, повышен риск развития и обострений астмы, хронических дыхательных симптомов, инфекций среднего уха.
- Дети курильщиков чаще страдают острыми заболеваниями нижних дыхательных путей.

*По данным ВОЗ, РОМИР, ВЦИОМ

Все равно?!

По результатам опросов ВЦИОМ:

- Большинство россиян считает стрессы и экологию наиболее вредными для здоровья факторами.
- Только **3% и 5%** опрошенных россиян выделили **курение и употребление алкоголя** как привычки опасные для здоровья!

Социальная кампания против курения

- **Даты проведения** – январь – май 2010 года
- **Географический охват** - 18 регионов России: Белгород, Владимир, Волгоград, Воронеж, Краснодар, Красноярск, Липецк, Москва и Московская область, Нижний Новгород, Пермь, Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Саратов, Сочи, Ставрополь, Челябинск.
- **Размещение** – наружная реклама.
- **Цель кампании:**
 - Используя средства социальной рекламы поднять острые социальные проблемы (курение, экология, безопасность за рулем и др.), которые на протяжении уже многих лет не могут быть решены только административными мерами.
 - Привлечь внимание всех членов общества к острым социальным проблемам, и побудить общество, и, особенно его целевые группы, поступать в соответствии с нормами морали, нравственности и гражданской ответственности.
- **Целевая аудитория:** общество в целом, в том числе
 - Женщины и мужчины (матери и отцы/будущие матери и отцы).
 - Представители власти различного уровня (как члены общества).
 - Представители общественных организаций.

Все равно?!



ВСЁ РАВНО?!

ВДЫХАЯ — УБИВАЕШЬ СЕБЯ, ВЫДЫХАЯ — ДРУГИХ

 **News Outdoor**

Внимание к людям —
внимание людей

Все равно?!

КУРИТЬ В ПРИСУТСТВИИ РЕБЁНКА — ЕЩЁ БОЛЬШАЯ ПЫТКА ДЛЯ НЕГО



ВСЁ РАВНО?!

 News Outdoor

Внимание к людям —
внимание людей

Все равно?!



Результаты кампании

Возраст опрашиваемых 18-55 лет (фокус-группы):

- 71% вспомнили рекламу без подсказки;
- 49% всех опрошенных обсуждали рекламу с друзьями/коллегами;
- 81% ранее бросивших курить в очередной раз утвердились в правильности сделанного ими выбора;
- 59% оценили рекламу положительно.
- **Более половины опрошенных заявили, что реклама заставила их задуматься о вреде курения!**
- **9% решили бросить курить под воздействием рекламы!**

Общественный резонанс

- **Количество публикаций:**
 - 132 материала
 - ✓ 113 - On-line СМИ,
 - ✓ 19 - печатные СМИ , в том числе: РБК, Газета, КП, Известия, МК
- **Телеэфир:**
 - Телеканал Россия,
 - ТВ-Центр,
 - Звезда,
 - РЕН-ТВ, Столица,
 - 5 канал

Все равно?!

- Мы уверены, что социальная реклама способна побудить людей задуматься о последствиях вредных привычек, а в **конечном итоге и отказаться от них.**
- Средствами социальной рекламы мы поднимаем острые социальные проблемы, которые зачастую не могут быть решены только административными запретительными мерами.
- **Мы неравнодушны и готовы бороться с пороками общества, нам не ВСЕ РАВНО!**