



Коммуникационный проект социальной
направленности: «НЕХОРОШЕЕ ПОСОБИЕ»
Руководство по современной жизни человека.

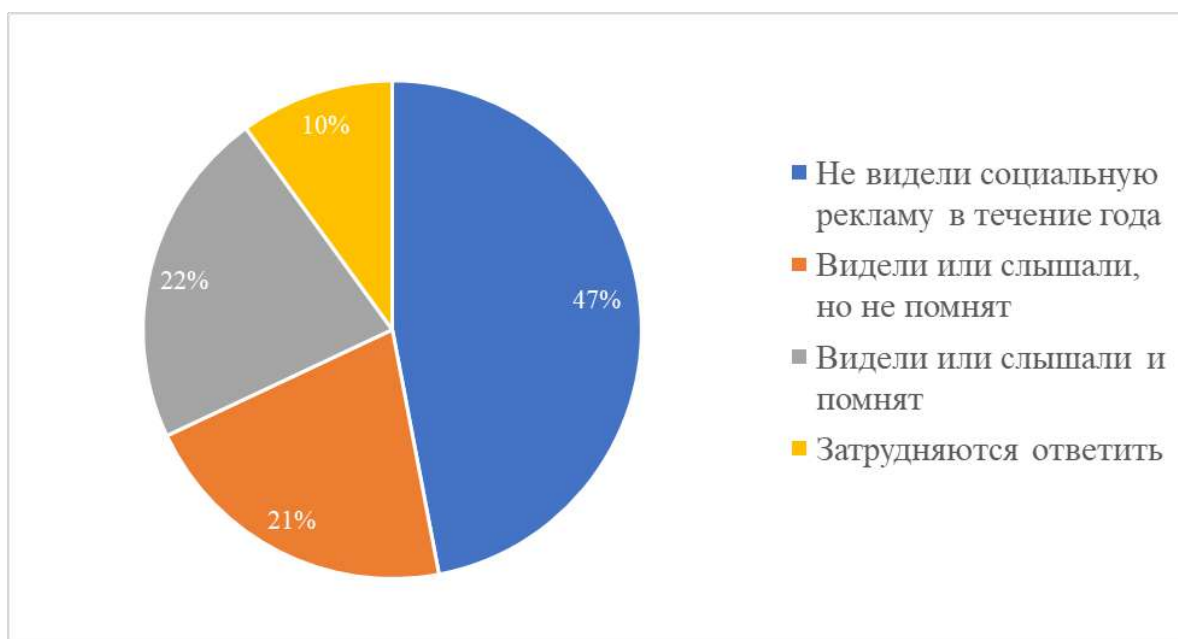
Автор: Хаустова Анастасия Олеговна,
Студентка МПГУ 1 курса магистратуры,
направления- «Креативные технологии и социокультурное
проектирование»,
группа -115 КДП

г. Москва

Проблематика

Согласно результатам проведенного в ноябре 2020 года ВЦИОМ опроса общественного мнения, в котором приняли участие 1600 респондентов, 47% опрошенных не видели социальную рекламу в течение последнего года, 21% видели или слышали ее, но не могут вспомнить ее содержание, и только 22% видели и помнят социальную рекламу (рис. 1). Из этого можно сделать вывод о низкой степени эффективности социальной рекламы в России ввиду, во-первых, недостаточного ее охвата аудитории, и, во-вторых, по причине ее недостаточной яркости и запоминаемости.

Рисунок 1. В течение последнего года Вы видели, слышали социальную рекламу или нет? (в % от всех опрошенных)



Видевшие социальную рекламу респонденты отметили, что она была посвящена таким проблемам, как правила безопасности дорожного движения (7% опрошенных), борьба с пагубными привычками (наркоманией, курением, алкоголизмом) (6%), продвижение здорового образа жизни, пропаганда спорта и двигательной активности (4%), пропаганда семьи, забота о близких людях и семейные ценности (3%), вопросы и правила безопасности, например, угрозы террористических атак, техника безопасности на работе, безопасное поведение в лесу (2%) (рис. 2).

Рисунок 2. В течение последнего года Вы видели, слышали социальную рекламу или нет? Если да, то чему она была посвящена?



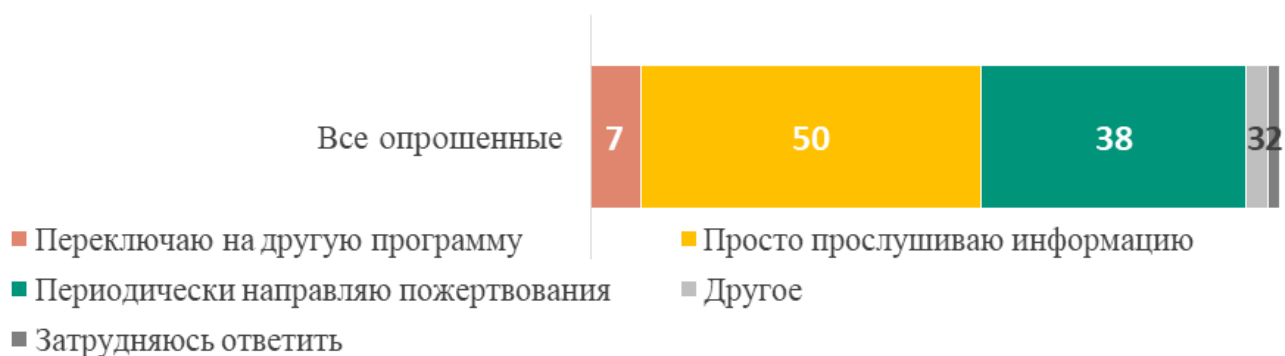
При этом социальная реклама в России не соответствует ценностям россиян и их запросам и пожеланиям к социальной рекламе. Согласно результатам опроса, по мнению россиян, социальная реклама должна быть посвящена таким проблемам как борьба с насилием в семье и жестоким обращением с детьми (отметили 44 % респондентов), борьба с наркоманией (42%) и борьба с коррупцией (38%). Еще 32% респондентов отметили важность для них социальной рекламы, призывающей людей соблюдать правила дорожного движения и проявлять ответственное поведение на дорогах. Для 32 % респондентов актуальной является проблема борьбы с алкоголизмом (таблица 1). Отметим, что в России практически отсутствует социальная реклама, призывающая бороться с такой серьезной проблемой, как коррупция, однако для одной трети респондентов данная проблема является важной и злободневной.

Таблица 1. Как Вы считаете, на что прежде всего должна быть направлена социальная реклама в нашей стране? (%)

Ответы респондентов	2020
На борьбу с жестоким обращением с детьми, насилием в семье	44
На борьбу с наркоманией	42
На борьбу с коррупцией	38
Призывать к ответственному поведению на дорогах, соблюдению ПДД	34
На борьбу с алкоголизмом	32
На борьбу с жестоким обращением с животными	18
На борьбу с курением	13
Призывать к помощи окружающим, благотворительности	10
На привлечение к волонтерской деятельности	7
Она не нужна	1
Другое	4
Затрудняюсь ответить	

Еще одной проблемой социальной рекламы в России является низкая степень влияния на поведение людей и невысокая доля откликов. Так, несмотря на то, что 90 % опрошенных видели социальную рекламу, которая призвала сделать пожертвования на лечение больных детей или ребенка, и 61 % из них видят такую рекламу на регулярной основе, более 60 % респондентов не совершают никаких действий после прослушивания данной рекламы. 50 % респондентов просто слушают данную рекламу, еще 7 % даже переключаются на другой канал. 38 % время от времени помогают детям после просмотра социальной рекламы (рис. 3). Таким образом, социальная реклама оставляет равнодушными и не вызывает никаких эмоций у большинства респондентов, что свидетельствует о низкой степени ее эффективности. Большая часть социальной рекламы не оказывает воздействия на эмоции и поведение респондентов.

Рисунок 3. Какое из предложенных утверждений лучше всего описывает Ваше обычное поведение во время трансляции по телевидению информации, призывающей пожертвовать деньги на лечение больного ребенка? (%)



Проведение анализа изменения поведения россиян под воздействием социальной рекламы позволило сделать вывод о том, что наиболее часто встречающимся воздействием поведения социальной рекламы на поведение людей стал перевод денег на лечение больных детей – это отметили 31 % респондентов. Однако такая же доля людей вообще не изменила своего поведения под воздействием социальной рекламы (рис. 4). 17 % людей начали практиковать раздельных сбор мусора, 12 % - взяли животное из приюта, 12 % - стали сдавать обувь и одежду в переработку, 9 % - покупать еду нуждающимся, 7 % - оказывать волонтерскую помощь в фонде, 4 % - отдавать свои вещи нуждающимся, 3 % - переводить им деньги.

Рисунок 4. Что из перечисленного Вы делали за последние 12 месяцев? (%)



В.В. Ильина отметила, что лишь 26 % экспертов в сфере рекламы считают, что социальная реклама в России имеет высокое качество и является эффективной [2]. 41 % экспертов негативно отозвались о социальной рекламе в России, отметив такие ее недостатки как низкое качество, уровень технологий производства и креатива. Еще 24 % экспертов выявили значительные различия в эффективности и качестве социальной рекламы по регионам России.

Актуальность

Таким образом, для российской рекламы свойственны такие проблемы, как низкая степень эффективности ввиду недостаточного ее количества, низкого качества, недостаточной яркости и запоминаемости, несоответствие ценностям и запросам россиян, касающихся социальной рекламы, неспособность рекламы повлиять на общество. Опираясь на исследования и проанализировав, наружную рекламу, видео-рекламу, аудиорекламу социальной направленности рекламу в России, можно сделать вывод, что она вызывает **НЕГАТИВНЫЕ** эмоции, такие как: боль, гнев, печаль, волнение, стресс и т.д.

Примеры современной социальной рекламы





РОДСТВЕННИКОВ СКОРБЯТ

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



МИНИСТЕРСТВО
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СОРВИСЬ С КРЮЧКА!

Российский курильщик зависит
от **6 570** сигарет в год

+7 (391) 285-86-28



ВСЕ РАВНО?!

Алкоголь во время беременности губит здоровье вашего будущего ребенка



**ОБЪЯСНИ ЕЙ,
ЧТО БОКАЛ ВИНА
НЕ ВРЕДЕН**



Как по итогу, нам хочется ее просто не смотреть, не знать о том, что горят леса, не знать, что курение вызывает тяжелые болезни, не знать, к чему приведет скроллинг ленты в телефоне, во время поездки за рулем, это чьи-то проблемы, не мои....

Социальная реклама вызывает негативные чувства, которые хочется забыть и вообще не думать про проблему, после увиденного носителя.

Идея

Поменять форму подачи социальной рекламы, «надавить» на иронию и собственное эго человека в формате юмора.

Показать, что оказывать влияния можно, не вызывая негативных чувств у общества, а наоборот вызывать позитивные.

Реализация

Создать методичку-руководство по современной жизни человека.

Книга будет существовать в нескольких форматах

-Видео;

-Аудио;

-Наружная реклама;

-Инфографика в соц. сетях;

-Книга (печать).

Будут привлечены художники-иллюстраторы к созданию визуала (возможно, студенты)

Реализация

К реализации проекта будут привлечены общественные организации и фонды, университеты, благотворительные фонды, малые и средние бизнесы, библиотеки, радиостанции, блогеры, а также все, кто хочет стать партнерами для данного проекта

-Планируется запуск коллабораций с брендами, выпуск мерча книги и данной социальной кампании

-Лекции в детских библиотеках

-Мероприятия на улицах городов, различные интерактивы и т.д

-Запуск викторины и подарки самым активным участникам

Эффективность данной социальной кампании будет измеряться следующими критериями:

-Количеством упоминания проекта в СМИ

-Количеством упоминания проекта в социальных сетях (поиск по хаштегам и т.д)

-Количеством купленных мерчей проекта

-Анализа обратной связи и "системы отзывов", а также пользовательского контента, по нашему инфоповоду

-Количество людей присутствующих на открытых лекциях и мастерских

О книге

Основные главы:

-Экология(Экологическое мышление и т.д)

-Социум(Отношение в семье, в обществе и в социуме)

-Вредные привычки (Полезность полезных привычек и т.д)

-Образование (Учеба, образовательные процессы и саморазвитие)

Целевая аудитория:

-Семьи с детьми

-Школьники

-Молодежь

Под каждую ЦА будет разработан собственный возрастной контент

Примеры визуала и глав (Отмечу, что акцент сделан на идеи)



Привет, дорогой друг!

В этой главе я расскажу тебе о нашей планете и о наших корыстных планах с тобой по ее уничтожению.

Если будешь следовать нашим правилам, то наша планета Земля будет уничтожена всего лишь за 365 дней.

Быстрее пошли за работу, у нас мало времени!!!



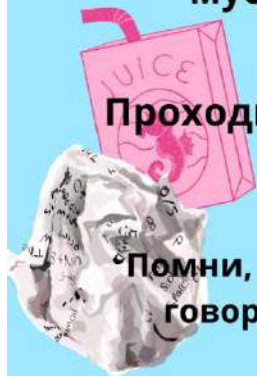
1 Правило



Мусор, особенно пластик, нужно выкидывать на землю, так быстрее мы сможем загрязнить ее, чтобы мы смогли ходить по мусору, вот кайф! У нас будут целые мусорные Альпы!

Проходи всегда мимо мусорки, не обращай на нее внимания, она просто для вида

Помни, что сортировать мусор, очень страшно и опасно для жизни, говорят, что сложно понять, что бумага, а что пластик, поэтому вообще этим не занимайся



Знал ли ты, что после сортировки мусора, человечество использует его повторно, но мы не будем давать ему новую жизнь, поэтому не будем его сортировать

Это не про нас



Если увидишь этот значок, беги от него подальше!!!



Глава 2. Общество

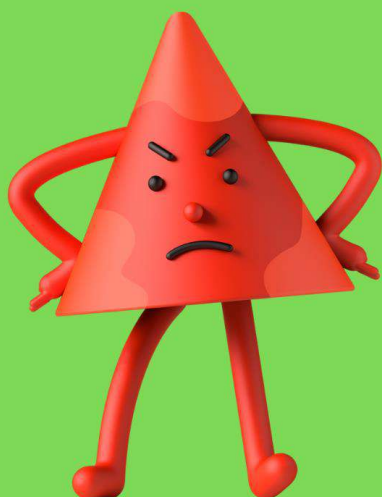
Методическое пособие для "человека"

Расскажем в главе, как остаться одному и вести себя неподобающе человеку, чтобы все вокруг тебя боялись и не подходили





1 Правило



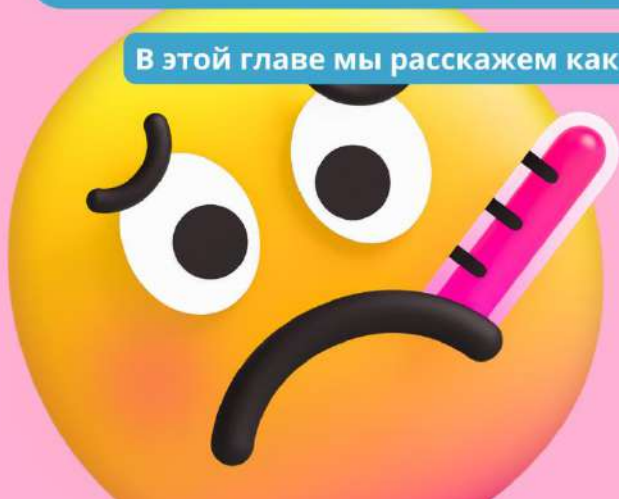
Шуметь и ругаться нужно везде,
тогда люди будут тебя бояться и
обходить стороной



Методическое пособие для "человека"

Глава 3. Вредные привычки

В этой главе мы расскажем как быстро начать чувствовать себя плохо



1 Правило



Знаешь ли ты, что от смартфона портится зрение. а если проводить в смартфоне по 8 часов в день, то зрение испортится быстрее!

А еще, от огромного количества информации может появиться депрессия, но нам совершенно не страшно!

Глава 4. Образование

Методическое пособие для "человека"



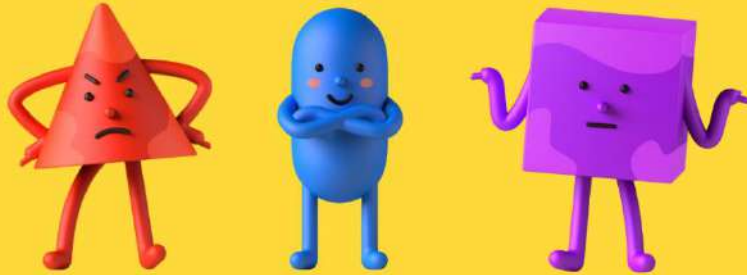
В этой главе мы рассмотрим почему опасно, прикасаться к книгам и вообще саморазвиваться



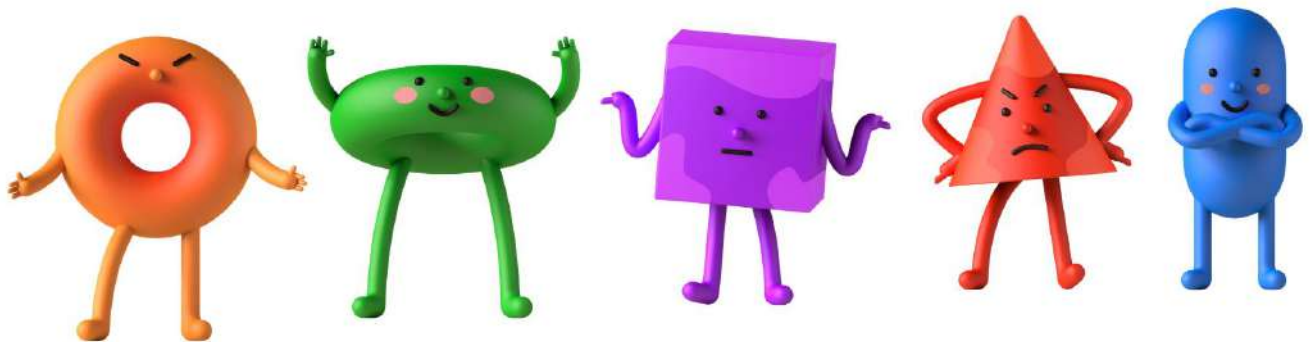


1 Правило.

Помни, что в книге слишком много букв, а это сложно, наша команда, не читает книги, потому что они засоряют наш мозг! Давай с нами!



Текстовый контент разработан примерно, чтобы передать задумку. Также будут задействованы главные герои со своей историей.



Данный проект может иметь большой размах за счет партнерства, средства с продажи книг и мерчей будут направлены на благотворительность, хочется воплотить данную идею в жизнь и сделать мир лучшее и добрее, воздействовать на сознание людей добром и позитивом.

Миссия данного проекта- поменять мир социальной рекламы в России и её восприятие в целом.



ПРОЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

АВТОР: ХАУСТОВА АНАСТАСИЯ



РУКОВОДСТВО
ПО СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

НЕХОРОШЕЕ ПОСОБИЕ





Проблематика





Проанализировав, наружную рекламу, видео-рекламу, аудиорекламу социальной направленности рекламу в России, можно сделать вывод, что она вызывает НЕГАТИВНЫЕ эмоции, такие как: боль, гнев, печаль, волнение, стресс и т.д.



Примеры рекламы →





РОДСТВЕННИКОВ СКОРБЯТ

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





Анечка, 4 года

Она уже выкурила

70 пачек...

хотя не прикасалась к сигаретам.

Перестань курить
в общественных местах.





Жёстко?



МИНИСТЕРСТВО
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СОРВИСЬ С КРЮЧКА!

Российский курильщик зависит
от **6 570** сигарет в год



ВСЕ РАВНО?!

Алкоголь во время беременности губит здоровье вашего будущего ребенка

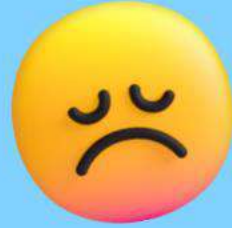


ОБЪЯСНИ ЕЙ, ЧТО БОКАЛ ВИНА НЕ ВРЕДЕН

+Сопровождение
неприятным визуалом



kubmed.ru



Как по итогу, нам хочется ее просто не смотреть, не знать о том, что горят леса, не знать, что курение вызывает тяжелые болезни, не знать, к чему приведет скроллинг ленты в телефоне, во время поездки за рулем, это чьи-то проблемы, не мои....



Итог:

Социальная реклама вызывает негативные чувства, которые хочется забыть и вообще не думать про проблему, после увиденного носителя



Идея

Поменять форму подачи социальной рекламы, "надавить" на иронию и собственное эго человека в формате юмора.

Показать, что оказывать влияния можно, не вызывая негативных чувств у общества, а наоборот вызывать позитивные.





Реализация

Создать методичку-руководство по современной жизни человека





Книга будет существовать в нескольких форматах:



- Видео;**
- Аудио;**
- Наружная реклама;**
- Инфографика в соц. сетях;**
- Книга (печать).**



Будут привлечены художники-иллюстраторы к созданию визуала (возможно, студенты)

С кем?

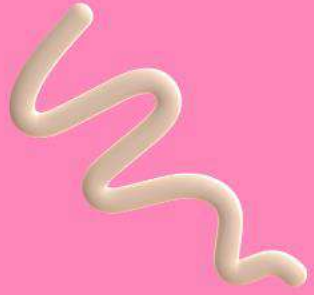
К реализации проекта будут привлечены общественные организации и фонды, университеты, благотворительные фонды, малые и средние бизнесы, библиотеки, радиостанции, блогеры, а также все, кто хочет стать партнерами для данного проекта

- Планируется запуск коллабораций с брендами, выпуск мерча книги и данной социальной кампании
- Лекции в детских библиотеках
- Мероприятия на улицах городов, различные интерактивы и т.д
- Запуск викторины и подарки самым активным участникам

Как понять, что это хорошая идея?

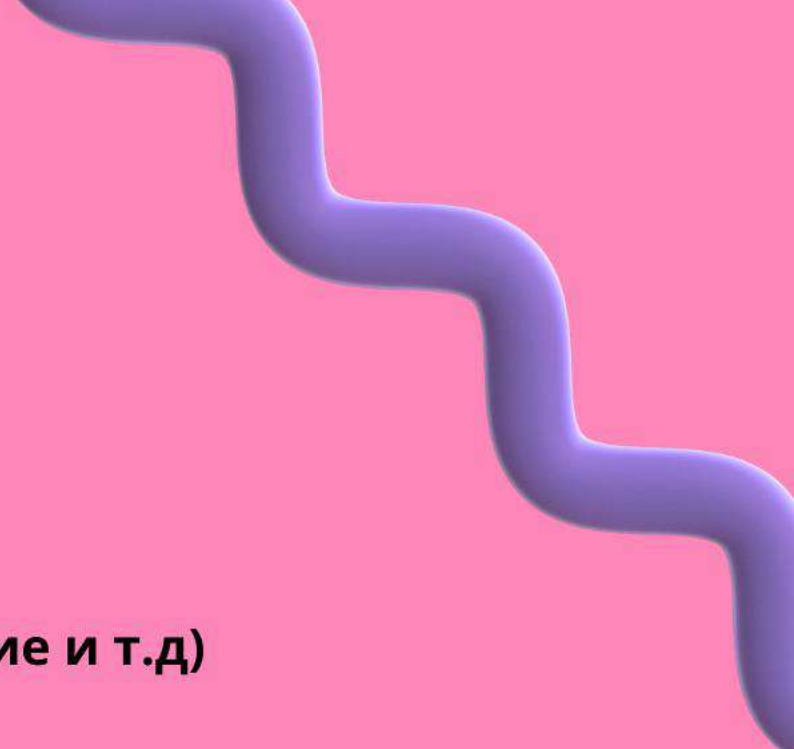
Эффективность данной социальной кампании будет измеряться следующими критериями:

- Количеством упоминания проекта в СМИ
- Количеством упоминания проекта в социальных сетях (поиск по хаштегам и т.д)
- Количеством купленных мерчей проекта
- Анализа обратной связи и "системы отзывов", а также пользовательского контента, по нашему инфоповоду
- Количество людей присутствующих на открытых лекциях и мастерских



О книге:

Основные главы:



1. **Экология** (Экологическое мышление и т.д)
2. **Социум** (Отношение в семье, в обществе и в социуме)
3. **Вредные привычки** (Польза полезных привычек и т.д)
4. **Образование** (Учеба, процессы образовательные и саморазвитие)



Целевая аудитория:

1. Семьи с детьми
2. Школьники
3. Молодежь

Под каждую ЦА будет разработан
собственный возрастной контент



Пример подачи идей для книги
(инфографика) для 1 сегмента ЦА

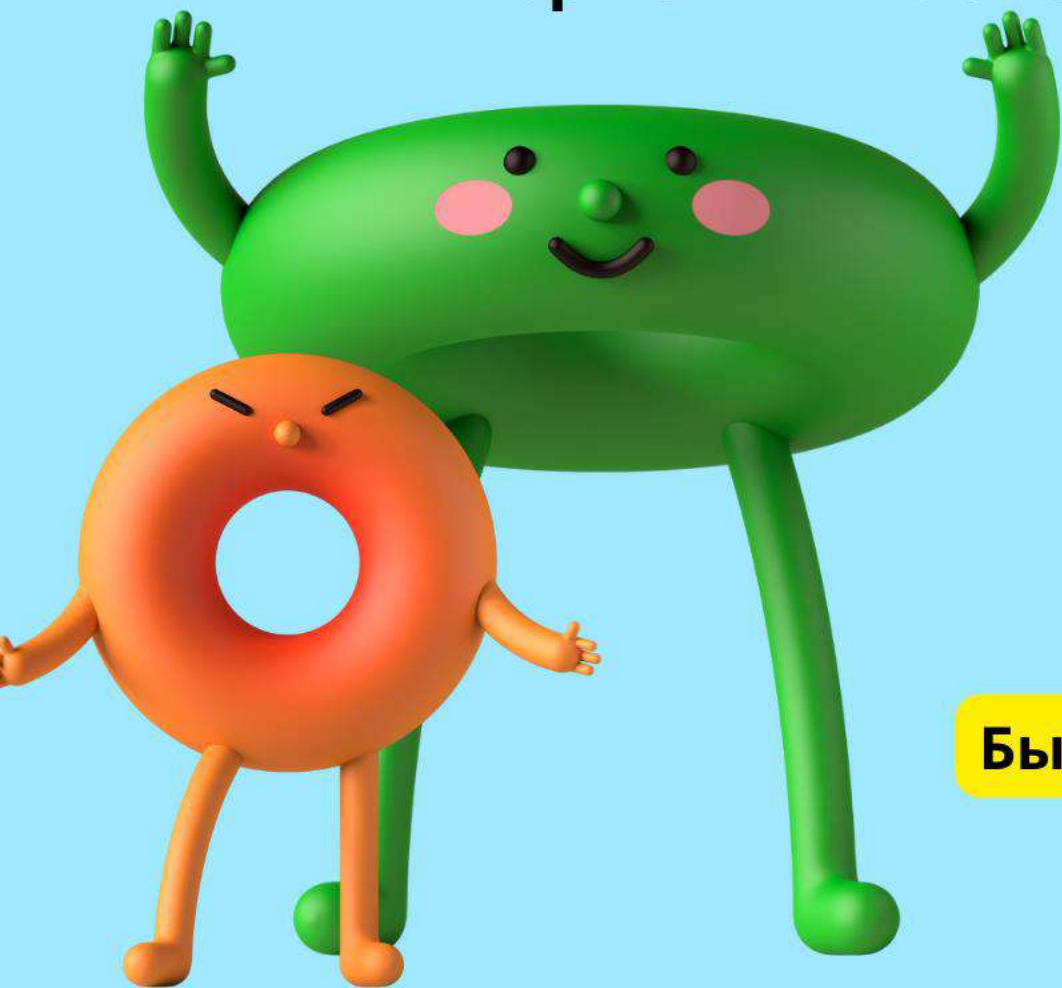


Методическое пособие для "человека"

**Глава 1. Экология.
Как уничтожить Землю за
один год.**

Привет, дорогой друг!

В этой главе я расскажу тебе о нашей планете и о наших корыстных планах с тобой по ее уничтожению.



Если будешь следовать нашим правилам, то наша планета Земля будет уничтожена всего лишь за 365 дней.

Быстрее пошли за работу, у нас мало времени!!!



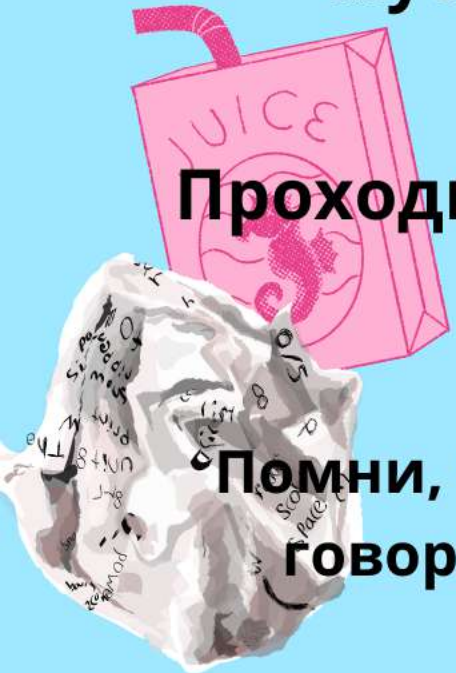
1 Правило



Мусор, особенно пластик, нужно выкидывать на землю, так быстрее мы сможем загрязнить ее, чтобы мы смогли ходить по мусору, вот кайф! У нас будут целые мусорные Альпы!

Проходи всегда мимо мусорки, не обращай на нее внимания, она просто для вида

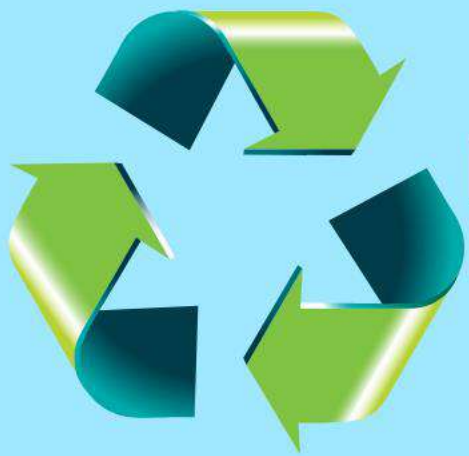
Помни, что сортировать мусор, очень страшно и опасно для жизни, говорят, что сложно понять, что бумага, а что пластик, поэтому вообще этим не занимайся



**Знал ли ты, что после сортировки мусора,
человечество использует его повторно, но мы не
будем давать ему новую жизнь,
поэтому не будем его сортировать**

Это не про нас

**Если увидишь этот значок,
беги от него подальше!!!**



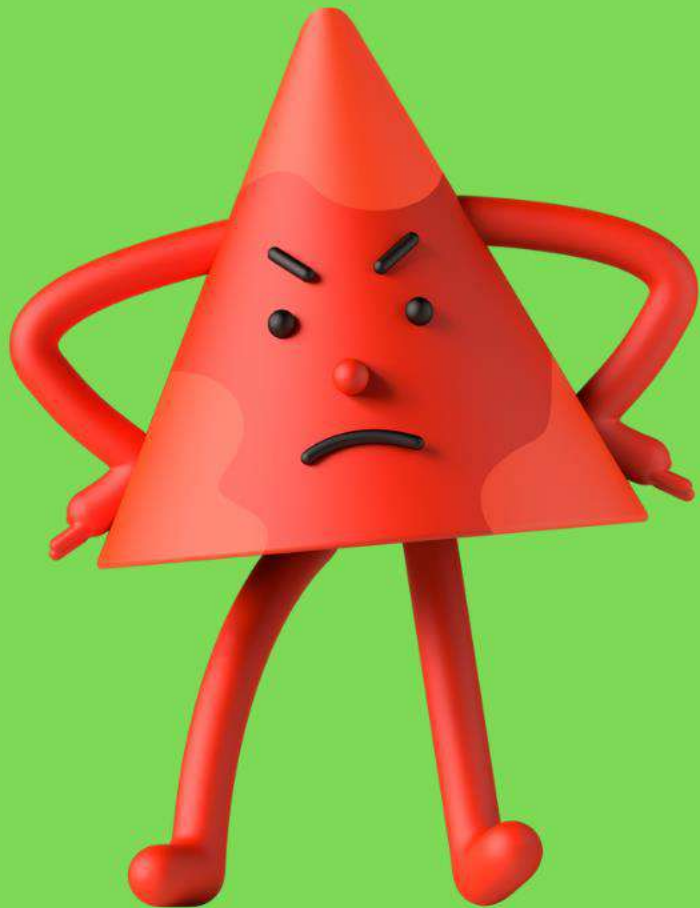


Глава 2. Общество

Методическое пособие для "человека"

Расскажем в главе, как остаться одному и вести себя неподобающе человеку, чтобы все вокруг тебя боялись и не подходили





1 Правило



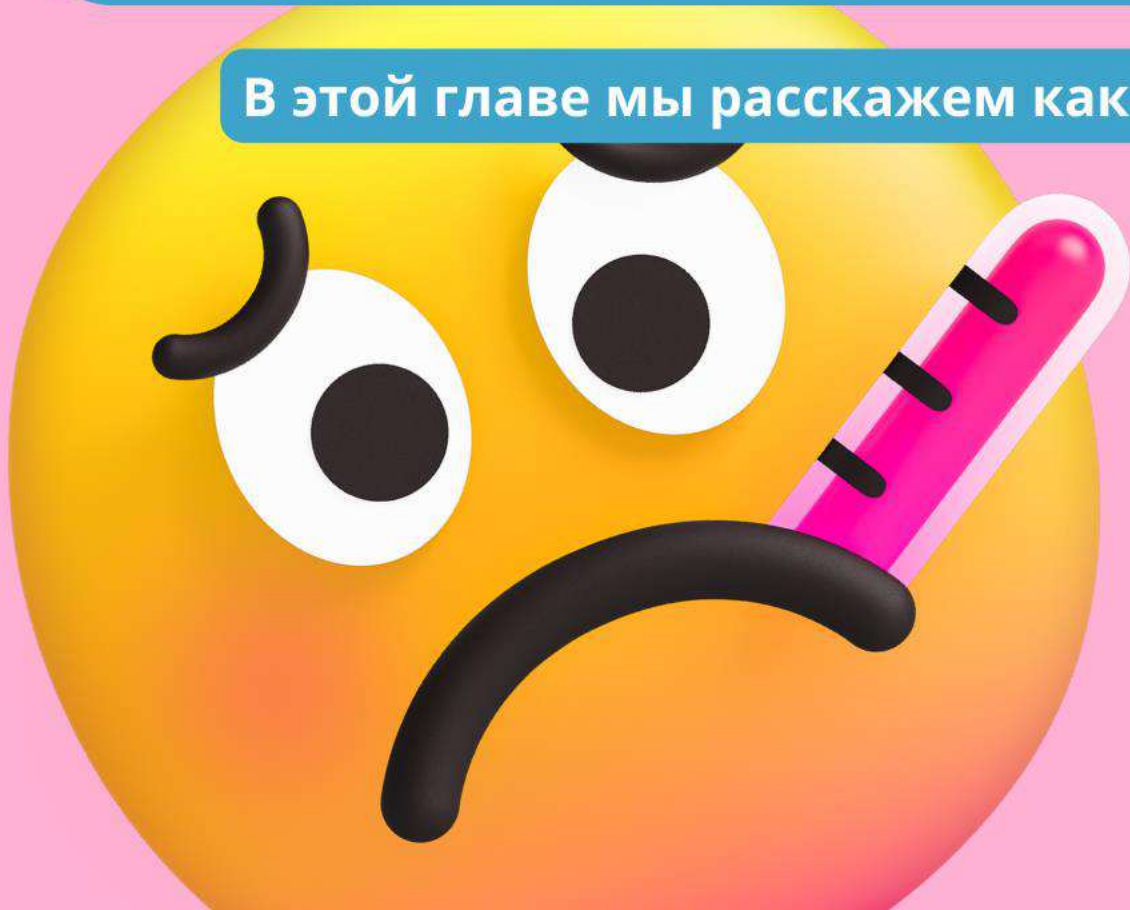
**Шуметь и ругаться нужно везде,
тогда люди будут тебя бояться и
обходить стороной**



Методическое пособие для "человека"

Глава 3. Вредные привычки

В этой главе мы расскажем как быстро начать чувствовать себя плохо





1 Правило

Знаешь ли ты, что от смартфона портится зрение. а если проводить в смартфоне по 8 часов в день, то зрение испортится быстрее!

А еще, от огромного количества информации может появиться депрессия, но нам совершенно не страшно!

Глава 4. Образование

Методическое пособие для "человека"

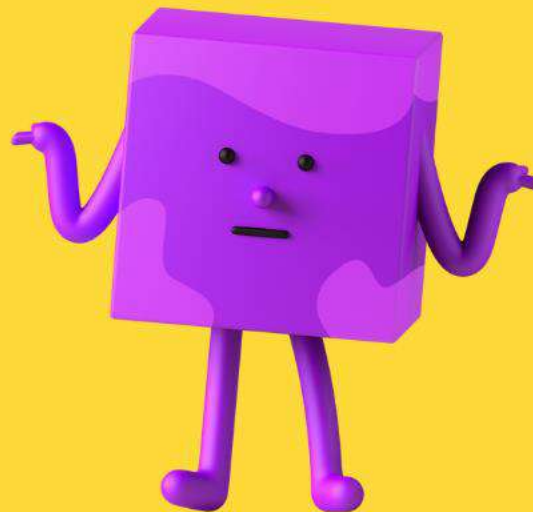
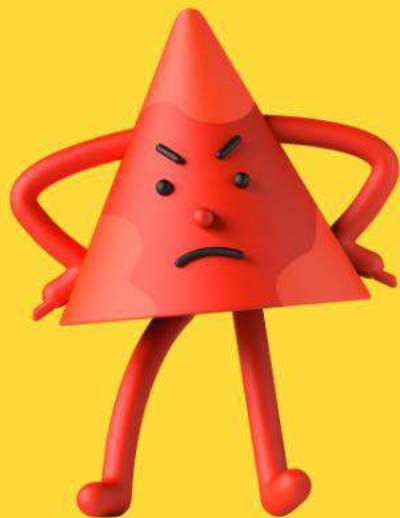
В этой главе мы рассмотрим почему опасно, прикасаться к книгам и вообще саморазвиваться





1 Правило.

Помни, что в книге слишком много букв, а это сложно, наша команда, не читает книги, потому что они засоряют наш мозг! Давай с нами!





Благодарю, за внимание!

**Хочется делать мир лучше и добрее, показывать,
что такое "хорошо" и что такое "плохо"
позитивом и юмором!**

