

УДК 316.62

Попович В.М.¹, Аль-Мджаркеш А.І.²

¹ проф. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. СН-411м НУ «Запорізька політехніка»

ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Наша країна переживає бурхливі події, пов'язані в першу чергу з демократичними змінами. Відображенням цих процесів в суспільній психології людей завжди була і є реклама. Світова історія реклами дуже показово демонструє підйоми та спади демократичних процесів в різних країнах, в тому числі і в Україні і ілюструє таким чином простий та очевидний зв'язок демократизації суспільства з розвитком реклами як могутнього засобу комунікації.

Реклама в широкому розумінні існує вже тисячі років. Під час розкопок на узбережжі Середземного моря вчені-археологи знайшли стародавні оголошення, що містили комерційні пропозиції. Древні римляни малювали на стінах анонси майбутніх боїв гладіаторів. А фінікійці рекламували певні види обладнання на великих каменюках, що лежали вздовж доріг. У містах

Древньої Греції спеціальні люди у публічних місцях робили оголошення про розпродаж худоби, різних виробів і, навіть, косметики [2].

Офіційно історія соціальної реклами починається з початку ХХ століття. У 1906 році громадська організація «Американська цивільна асоціація» створила першу соціальну рекламу, що закликала захистити Ніагарський водоспад від шкоди, що завдається енергетичними компаніями. Особливе значення і призначення соціальної реклами зростає в кризових ситуаціях, у періоди воєн. Під час Першої світової війни, в 1917 році в Америці дуже популярним став рекрутинговий плакат Дж. М. Флегга «Ти потрібен американській армії», на якому дядько Сем закликав новобранців йти в армію. Сама ідея і композиція його дуже нагадує поширений в Англії заклик «Твоя країна потребує тебе» і знаменитий в 20-ті роки в СРСР плакат Д. Мора «Ти записався добровольцем?». Є відомості, що радянський варіант був досить точним запозиченням ідеї західних зразків [3]. Всі ці приклади могли б бути історією тільки одного виду реклами - політичної, якщо б вони не були частиною соціальних рекламних кампаній, що проводяться державними або громадськими радами у воєнний час.

Соціальна реклама - це вияв доброї волі суспільства, її принципової позиції стосовно соціально значимих цінностей. Америка ставиться до соціальної реклами як до своєрідного соціального лікам, інструменту профілактики соціальних бід. Така і повинна бути висока місія соціальної реклами. При існуючих темпах еволюції і розвитку суспільства цей вид реклами стає вже більш масштабним видом комунікації, який можна умовно назвати соціальним PR-ом. У розвинених країнах існує безліч державних і недержавних програм, котрі задіяли соціальну рекламу. Однак в Україні цей процес йде по своєму, індивідуальному шляху.

Соціальна реклама радянського періоду була заідеологізованою і політизованою, що характерно для будь-якого тоталітарного суспільства. Проте створювалася (на думку спеціалістів) на високому фаховому рівні. За цим пильно сліdkували відповідні державні органи, оскільки соціальна реклама в СРСР мала виконувати низку важливих завдань. І головні з них - комуністичне виховання громадян та пропаганда досягнень соціалістичного ладу. Серед інших важливих функцій радянської соціальної реклами фахівці виділяють інформаційну, комунікативну, іміджеву. Інформаційна функція полягала у донесенні до громадян певної інформації, інколи доволі несподіваної. Так, на одному з плакатів повоєнної доби був зображений сліпий чоловік в чорних окулярах з ціпком у руках, одягнений в однострій залізничника на тлі цистерни з написом «Спирт». Внизу великими літерами напис: «Не пей метилового спирта» [1]. Можна припустити, що поява такої соціальної реклами була пов'язана з великою кількістю отруєнь (і смертей) метиловим спиртом серед працівників залізниць.

Комунікативна функція радянської соціальної реклами через історичні обставини, була недорозвиненою. Теоретично соціальна реклама мала служити сполучною ланкою між державою і громадянами. Але ця функція на практиці проявлялась доволі слабо, оскільки такий зворотній зв'язок у тодішній реальності не передбачався. Іміджева функція повинна була забезпечувати позитивний образ соціалістичної держави, що піклується про всіх своїх громадян.

Отже, те, що ми називаємо соціальною рекламою, має в Україні вже досить довгу історію. Слід зазначити, що термін «соціальна реклама» використовується тільки в Україні та тих пострадянських країнах, що входять до СНД. У США та Європі для визначення такого типу реклами використовують терміни public service advertising або public service announcement (PSA).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрусенко А. Соціальна реклама в Україні: здобутки та перспективи // Маркетинг в Україні. - 2006. - №1. -С.4-5.
2. Селивестров С.Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом. – Самара: Издательский дом «Бахрах – М», 2006. – 288 с.
3. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы или Метаморфозы рекламного образа. / Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 336с.