

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПАТРІОТИЗМУ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Соціальна реклама виступає потужним інструментом формування громадської думки та суспільних цінностей. Вона спрямована не лише на привернення уваги до проблем, але й пропонує конкретні рішення та спонукає до їх практичного втілення. Військові дії призвели до того, що соціальна реклама відіграє критично важливу роль у формуванні громадської думки, підтримці морального духу населення та інформуванні про важливі соціальні ініціативи. В Україні, яка стикнулася з війною з росією, соціальна реклама стала засобом не лише комунікації, але й протесту, підтримки, а також важливим інструментом для формування національної ідентичності.

В умовах війни соціальна реклама набула особливого значення у контексті патріотичного виховання. За даними групи «Рейтинг», патріотична-українська тематика, добре закріпилася за нашими компаніями. На сьогоднішній день, гордість за свою країну відчуває понад 80% громадян [1].

Патріотична реклама – один з напрямків соціальної реклами, за допомогою якої є можливість привертати суспільство до потреб захисників та захисниць, і загалом доносити про їхню роль у житті [4].

Тематичний спектр соціальної реклами в умовах війни охоплює кілька ключових напрямків, що відповідають нагальним потребам суспільства. Серед тематичних виділяють:

- евакуація із зони бойових дій;
- волонтерська діяльність та підтримка військових;
- добровільний вступ до лав ЗСУ;
- психологічна підтримка населення;
- інформування про правила безпеки;
- віра в перемогу України та миру [2-4].

Зовнішня реклама стала одним із найважливіших інструментів поширення соціальних повідомлень. Вона представлена переважно білбордами, плакатами та вівісками на зупинках. Завдяки великому формату та стратегічному розміщенню, ця реклама забезпечує максимальну видимість та доступність інформації для населення. Одним із найважливіших напрямків стала кампанія «Згуртовані», запущена ЗСУ спільно з фондом «Повернись живим». Білборди з військовими та ветеранами було встановлено у 17 містах України для демонстрації єдності української нації.

Особливого значення набуває соціально-патріотична реклама з таких традиційних напрямків як «Волонтерський рух», «Телефон довіри», «Соціальна підтримка сиріт». Серед ідей, які хоче вона донести є такі, як патріотичний настрій, визнання жертв та героїзму, збір коштів та підтримка, а також волонтерство [3]. З приводу останнього, то він набув надзвичайного піднесення в Україні. Життєво важливими напрямками волонтерського руху стало приготування та роздача безкоштовного харчування; збирання коштів на потреби ЗСУ, збирання необхідних речей для постраждалих від окупації, обстрілів; спрямована на підтримку ветеранів та осіб, які отримали інвалідність внаслідок війни тощо.

Патріотична тематика та заклики до єдності сформували новий вимір соціальних комунікацій, спрямований на зміцнення національного духу та згуртованості суспільства.

Адаптивність рекламної галузі до складних умов війни демонструє життєздатність українського інформаційного простору та його здатність відповідати на виклики часу. Соціальна реклама продовжує відігравати ключову роль у формуванні суспільної свідомості та збереженні єдності українського народу перед обличчям російської агресії. Загалом дослідження соціальної реклами патріотичного характеру передбачає звернення до низки тем, які є перспективним напрямом подальших досліджень у даному напрямі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпова І. Г. Соціальна реклама в Україні в умовах воєнного стану. Партнерська взаємодія у системі інститутів соціальної сфери: зб. матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (10 листопада 2022 р., м. Ніжин) / за заг. ред. О.В. Лісовця, С.О. Борисюк. – Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя. –2022. – С. 53–55. – Режим доступу : <https://surl.li/bslldz>
2. Ковтун Н.О. Тематичні вектори зовнішньої соціальної реклами м. Черкаси в умовах воєнного стану: контент-аналітичне дослідження / Н.О. Ковтун, О.Д. Федоренко // Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського – 2024. – Том 35 (74) – Ч.2. – DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/29>
3. Павлішина Н.М. Феномен волонтерства / Н.М. Павлішина, К.І. Ковальова // Геостратегічні трансформації та траєкторія національної безпеки в контексті відбудови і сталого розвитку України: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (25-26 травня 2023 р., м. Запоріжжя) / наук.ред. Н. Г. Метеленко. – Одеса : Олді+, 2023. – 752 с. С. 151-154.
4. Осаула В.О. Соціальна реклама як засіб формування патріотизму молоді України: емпіричне дослідження / В.О. Осаула // Бібліотекознавство. Документознавство. – 2022. – № 1. – С. 72–79.