

2023-02-16

Reklamy to najlepszy sposób, aby wpływać na konsumentów. Emitowane są w telewizji, wyświetlane w Internecie i drukowane w gazetach. Jedną z niekomercyjnych form marketingu jest reklama społeczna – koncentruje się na propagowaniu idei i zachowań, a nie produktów. Na czym polegają kampanie społeczne? Sprawdź!



## REKLAMA SPOŁECZNA – DEFINICJA, HISTORIA

Reklama społeczna to specyficzny rodzaj reklamy nastawiony na wywołanie u odbiorców określonych postaw. Standardowo kampania dotyczy trudnych tematów, których na co dzień się unika. Mogą to być:

- uzależnienia;
- przemoc w rodzinie;
- choroby;
- aborcja;
- śmierć.

W latach 60. i 70. ubiegłego wieku pierwsze społeczne komunikaty pojawiły się we Włoszech i USA. W Polsce zaczęto je przygotowywać dopiero po 1989 roku. Reklama społeczna i komercyjna różnią się tym, że ta druga skupia się na produktach, a pierwsza na ideach. Komercyjni nadawcy konkurują ze sobą, a społeczni nierzadko współpracują.

Społeczne spoty reklamowe przez swój perswazyjny charakter mogą wzbudzać negatywne odczucia bądź wywoływać smutek lub współczucie. Taka reklama ma jeden główny cel: przekonanie odbiorców do zmiany postawy.

## REKLAMA SPOŁECZNA – CEL

Spot reklamowy określany jako społeczny jest formą komunikatu umożliwiającą uświadomienie odbiorcom konkretnego problemu, który można zaobserwować w społeczeństwie. Jednocześnie reklama wzywa do działań prospołecznych: informując, edukując, a czasem ostrzegając.

Reklamy społeczne – sposób działania:

- namawianie do podejmowania określonych działań;
- namawianie do zaprzestania określonych działań.

Celem reklamy społecznej jest niesienie pomocy innym ludziom. Jej treść jasno wskazuje, że każdy człowiek to pełnoprawny członek społeczeństwa, który zasługuje na wsparcie. Reklama społeczna ma skłaniać do refleksji i zachęcać do pomocy innym. Zwraca uwagę na zagrożenia i zjawiska, uwrażliwia odbiorców i zachęca do przeciwstawiania się postawom uznawanym za niewłaściwe.

## REKLAMA SPOŁECZNA – ILE POWINNA TRWAĆ

Nadawcy reklamy społecznej to najczęściej instytucje powiązane z sektorem publicznym, fundacje oraz organizacje non-profit. Zdarza się też, że reklama społeczna powstaje z inicjatywy znanej marki.

Społeczny spot reklamowy zazwyczaj wyświetlany jest tak długo, aż efekty kampanii będą mierzalne. Przyjmuje się, że kampanie regionalne i ogólnokrajowe trwają około 17 miesięcy, jednak mogą trwać zarówno krócej, jak i znacznie dłużej. Niektóre kampanie społeczne były kontynuowane przez kilka lat.

## REKLAMA SPOŁECZNA – PRZYKŁADY

Kampanie społeczne skupione na uświadamianiu Polaków i wywoływaniu u nich społecznie akceptowalnych postaw odnosiły się do różnych aspektów życia: od zdrowia i bezpieczeństwa, przez kulturę i edukację, aż po tolerancję.

Reklama społeczna – przykłady:

- kampania Ministerstwa Zdrowia i Opieki Społecznej „Papierosy są do dupy” (1992 rok);
- kampania „Cała Polska czyta dzieciom” (2001 rok);
- kampania na zlecenie Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy IAA w Polsce „Pij mleko! Będziesz wielki” (lata 2003-2011);
- kampania Marcina Kornaka „Muzyka przeciwko rasizmowi”(1997 rok).

## REKLAMA SPOŁECZNA – ZALETY

Jak wskazuje definicja kampanii społecznej, tego typu spoty nie są komercyjne. Mimo to często przybierają formę pośrednią między działaniem społecznym a czysto zarobkowym, czyli marketingu społecznie zaangażowanego (CRM). Wynika to z faktu, że reklama społeczna jest ściśle powiązana z marketingiem społecznym.

Efekty kampanii społecznej zdecydowanie trudniej zmierzyć niż w przypadku kampanii komercyjnych, ale jest to możliwe. Efektywność reklamy społecznej mierzona jest zmianami, jakie spowodowało uświadomienie odbiorcom istnienia i skali określonego problemu, na przykład przemocy w rodzinie. Kampania „Powstrzymać przemoc domową” z 1997 roku spowodowała wzrost połączeń z Niebieską Linią o 170%.

Kampanie społeczne poruszają tematy ważne, które choć dotyczą wielu z nas, często są „zamiatane pod dywan”. Skłaniają do refleksji i dyskusji. W prosty, chwytliwy sposób uświadamiają sedno problemu, zachęcając do konkretnych działań. Celem jest trwała zmiana postaw i sposobu myślenia, co przekłada się na poprawę warunków życia w społeczeństwie. Co ważne, społeczny spot reklamowy nierzadko jako jedyny zwraca uwagę odbiorcy na dany problem, realnie wpływając na jego postrzeganie i pojawienie się w debacie publicznej.

„Reklama społeczna – co to? Przykłady”. Praca.pl, 16.02.2023.

[https://www.praca.pl/poradniki/rynek-pracy/reklama-spoeczna-co-to-przyklady\\_pr-7983.html](https://www.praca.pl/poradniki/rynek-pracy/reklama-spoeczna-co-to-przyklady_pr-7983.html)