

УДК: 504.3

В.В. МЕНЬКОВА, Э.С. ВАСИЛЬЕВА, М.С. БЕРЕЖНАЯ

Студенты гр. ОУБ-181 КузГТУ, г. Кемерово

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире экологическая реклама представляет собой новый, притом востребованный элемент культуры XXI века. Цель социальной рекламы — изменение отношения людей к существующим проблемам; в долгосрочной перспективе появляется также миссия формирования новых социальных ценностей, востребованных обществом.

«Green planet animals» (далее GPA) — это уникальный проект, который будет способствовать не только повышению экологической образованности, но и вовлечению широких масс в обсуждение вопроса защиты окружающей среды.

Целью проекта является формирование в обществе ответственного отношения к окружающей среде и здоровью человека; основой этого процесса должно стать воспитание экологического сознания жителей Кузбасса и экологически грамотного отношения к природе.

Задачи:

1. Стимуляция эмоционального отклика и оценки видеопродукции, содержащей экологическую рекламу;
2. Активизация информационной, просветительской и образовательно-воспитательной деятельности, проводимой в направлении расширения знаний населения об экологических проблемах, а также повышения экологической грамотности и культуры;
3. Организация и проведение спланированных акций в целях привлечения внимания жителей региона к экологическим проблемам и мотивации к формированию экологически активной позиции;
4. Тиражирование проектного опыта в направлении других регионов;
5. Обеспечение информационного сопровождения мероприятий проекта и организация PR-кампании.

Для современного общества характерно потребительское отношение к природе. В эпоху стремительного экономического и технического прогресса, пребывая в вечной погоне за прибылью, человечество забывает о том, что многие природные ресурсы, которыми оно пользуется для своей выгоды и комфорта, являются невозобновляемыми. Средства массовой информации и рекламный рынок стараются изменить поведенческие установки и ценностные ориентации людей, призывая не забывать о

будущем планеты. Разнообразные экологические организации, которые борются за сохранение стабильного состояния живой природы, используют рекламные средства и методы связей с общественностью для продвижения собственных идей. Они добиваются привлечения всеобщего внимания к различным проблемам экологии, стремятся к полномасштабной реализации экологических программ, находятся в процессе постоянного и повсеместного поиска спонсоров, благотворителей и заинтересованных в их проектах организаций. GPA также стремится к осуществлению этих целей; несомненно, проект способен привлечь внимание со стороны общественности к фактическим проблемам экологии. Ряд PR-кампаний и рекламных акций от GPA сформируют и введут в общественные, экономические и политические системы яркие и точные образы для последующего привлечения внимания к важным системным проблемам экологии.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью привлечения внимания различных социальных групп к вопросам защиты окружающей среды. Кроме этого, важность проблемы состоит в стремлении к поиску эффективных мер по совершенствованию природоохранной деятельности на территории РФ. На данный момент в связи с глобализацией мировых культурных и экономических процессов, а также высокой ресурсо- и энергоемкостью современных производств появляются проблемы, связанные с обеспечением благоприятного состояния окружающей среды, экологической безопасностью и сохранением природных ресурсов.

Именно социальная реклама, по нашему мнению, становится мощным инструментом природоохранной деятельности, влияя не только на поведенческие установки и ценностные ориентации граждан, но и формируя экологическую культуру населения страны в целом. Мы предлагаем проект, где в качестве одного из направлений экологического просвещения будут представлены социальные рекламные баннеры. На различных баннерах будут изображены животные и растения, вошедшие в Красную книгу Кузбасса.

Красная книга Кемеровской области – это официальный документ, который содержит сведения о состоянии, численности, распространении, особенностях биологии, необходимых мерах охраны редких и находящихся под угрозой исчезновения объектов животного и растительного мира. При составлении списка редких и находящихся под угрозой исчезновения видов животных, растений, грибов и присвоении им определенного статуса учитывается уязвимость местообитаний и устойчивость популяций, наличие и состояние этих видов в смежных областях, а также их практическая значимость и интенсивность использования.

Для привлечения внимания жителей Кузбасса к объектам Красной книги планируется создать баннеры по экологической тематике, которые будут состоять из выразительных иллюстраций в сочетании с эмоциональным текстом. Пример подобного баннера представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – экологический баннер

Список литературы:

1. Социальная реклама как инструмент природоохранной деятельности- URL : https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/12216/1/vkr_Gimadinova.pdf / Дата обращения (20.10.2021)
2. Красная книга Кузбасса – URL : <http://geofondkem.ru/ekology9.htm> Дата обращения (20.10.2021)
3. Социальная реклама как вид коммуникационной деятельности в современных условиях- URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-reklama-kak-vid-kommunikatsionnoy-deyatelnosti-v-sovremennyh-usloviyah> / Дата обращения (20.10.2021)
4. Иванова Н. И / Современные тенденции развития мировой экономики: новые вызовы и проблемы \ URL : <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=43638&p=attachment> / Дата обращения (20.10.2021)