

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Мельникова Елизавета Алексеевна, студентка 3 курса института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: ya.Liza03@yandex.ru

Лыгина Марина Сергеевна, студентка 3 курса института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: marinabrightvach@gmail.com

Научный руководитель – Гнездилова Елена Валерьевна, к.ф.н., доцент, заведующий кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: gnezdilovaev@rgau-msha.ru

Аннотация. В работе представлены материалы исследований влияния социальной рекламы как средства коммуникации на общество, в частности на молодежную аудиторию. А также рассмотрена проблема, которая является острой на сегодняшний момент, зависимость людей от телефонов. Установлено, что постоянное «сидение» в телефоне негативно сказывается на поведение человека, а также на его психологическом состоянии в целом.

Ключевые слова: социальная реклама, зависимость от телефона, социальный видеоролик, социальные проблемы общества.

Введение. В обще цивилизационном пространстве социальная реклама выступает действенным инструментом социального закрепления новых общественно-значимых культурных ценностей, социальных норм, правил и в конечном итоге управления потребительским и социальным поведением. В целом главная проблема социальной рекламы в России заключается в том, что она не направлена на глубинное подсознание, а вследствие этого вербальная суть сообщения не всегда передается. Целью данного исследования являлась оценка влияния социальной рекламы на общество, а также взята наиболее распространенная социальная проблема – зависимость от телефона, где исследована и проанализирована данная проблема.

Материал и методика исследований. Для достижения поставленной цели был изучен и проанализирован материал по социальным проблемам и исследованы результаты оценок отснятого и продемонстрированного видеоролика по проблеме зависимости от телефона. Объектом исследования являлась молодое поколение, которое наиболее часто подвержено вышеупомянутой зависимости от телефонов.

Для начала стоит разобраться в общих понятиях по данной теме.

Социальная реклама – это та область использования языковых средств, где первоочередной задачей языка является применение увещательной коммуникации, которая поощряет потребителей данной информации переосмыслить и, возможно, в дальнейшем изменить свое социальное поведение.

В основном, социальная реклама – это информация, кратко преподнесенная в художественном стиле. Она представляет внимание людей и доносит до их сознания наиболее острые проблемы, которые существуют в обществе. Такая реклама не направлена на какую-то определенную публику, она обращается абсолютно ко всем. Результаты социальной рекламы могут быть вполне успешными благодаря ее огромному потенциалу.

Социальная реклама довольно обширна, поэтому затронем одну из наиболее острых социальных проблем современности – зависимость от телефона.

Как известно, телефоны являются самыми популярными цифровыми устройствами, которые всецело окружают нас. На сегодняшний момент, телефон – это не просто устройство для связи, он заменяет многие гаджеты, как компьютер, так и планшет. Не оспоримо то, что телефон очень удобен в использовании, но стоит учитывать и то, что у многих людей возникает чрезмерное пристрастие к нему. Люди, не отрываясь «сидят» в телефонах, заменяя живое общение переписками в социальных сетях.

Большинство подростков и в целом молодежь, настолько бывают зависимы от телефонов, что у них вырабатывается паника на фоне того, если они долгое время проводят не в телефоне, этим и обуславливается зависимость. Это сильно влияет на психологическое состояние молодых людей. Они становятся более агрессивными, неконтролируемыми.

По различным многочисленным исследованиям было выявлено, что из-за зависимости от телефонов, молодые люди становились менее чуткими, ухудшалась эмоциональная связь к окружающим, а также у них была потеря способности к эмпатии. Также зависимость от телефона влияет сильно на коммуникабельность, развивает такие негативные стороны личности, как застенчивость, замкнутость. На фоне зависимости может даже развиваться депрессия, сильная тревога и многое другое.

В целом с зависимостью от телефонов стоит усиленно бороться, а именно больше проводить в живом кругу общения. Не засиживаться в социальных сетях.

Именно по этой же теме был снят видеоролик на тему зависимости телефона, который был продемонстрирован не только одноклассникам, но и на конференции. В ролике наглядно отражена проблема зависимости и какова борьба с ней.



Несмотря на то, что социальная реклама в России недостаточно развита необходимо отметить важность создания таких видеороликов студентами. Ролик, созданный нашей группой, является примером такой работы. Потому что, вроде бы проблемы нет, но на самом деле, она является довольно серьезной в наше время.

Результаты исследований и их обсуждение. Из всего вышесказанного, отметим то, что проблема с зависимостью от телефонов имеет масштабное значение и для ее решения, требуется не только демонстрация социальной рекламы, но и также вовлеченность молодежи в целом. Проблему нужно решать однозначно.

Библиографический список

1. **Бочарова, Ю. А.** Реклама как вид коммуникации: отличительные особенности социальной рекламы / Ю. А. Бочарова, И. С. Миллер. – 2020. – С. 109–114.

2. **Байдалова, О. В.** Социальная реклама как форма передачи информации в современной массовой коммуникации / О. В. Байдалова, Е. А. Емельянова. – 2019. – С. 69–74.

3. **Гнездилова, Е. В.** Культурные и социальные коды в современном рекламном дискурсе / Е. В. Гнездилова // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. 2022. С. 640–642.