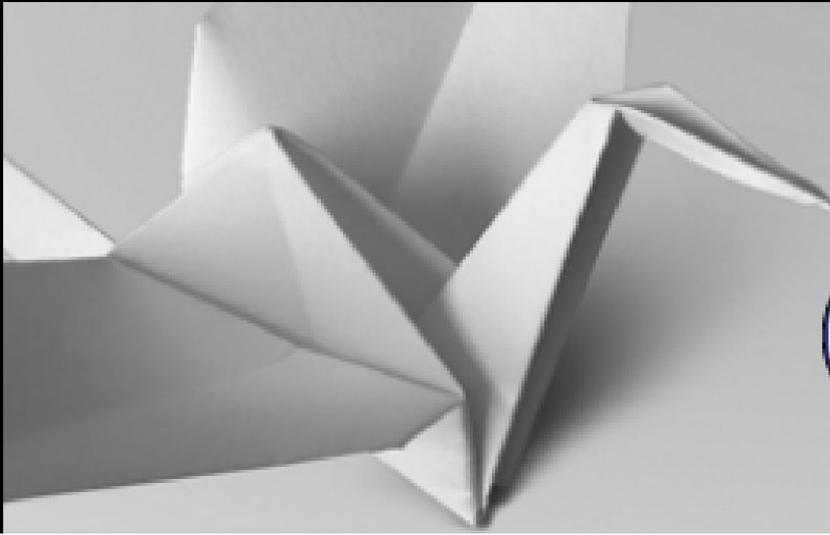




PSA in USA

Краткий отчет по итогам работы в США



Организаторы проекта

Совет по международным исследованиям и обменов IREX (международная медийная образовательная программа) при финансовой поддержке Агентства США по международному развитию USAID



АНО "Лаборатория социальной рекламы" при поддержке Коалиции некоммерческих организаций по содействию развитию социальной рекламы в России



Цель проекта

Смоделировать структуру и методики работы бизнеса, НКО и государства с социальной рекламой в США. Передать полученный опыт российским специалистам. Организовать дистанционное обучение для российских НКО в регионах.



Участники стажировки



Гюзелла Николайшвили
директор АНО
«Лаборатория социальной рекламы»



Евгения Алексеева
директор Фонда
социального развития
и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА»



Аркадий Григорьев
менеджер Фонда
социального развития
и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА»



Елена Тополева
директор АНО
«Агентство социальной информации»



Елена Тарасова
менеджер АНО
«Агентство социальной информации»



Сергей Долгов
руководитель НОУ
«Детская школа рекламы YANGL!»

Координаторы стажировки

независимые эксперты



George Perlov



Елена Рябова

Принимающие организации



B **N**
B **E**
D **W**
O **Y**
 O
 R
 K



Identityworks





Принимающие лица

CBS TV Networks

Matthew Margo, вице-президент

Fenton Communications

Steve Smith, исполнительный директор

New York Film Academy

Thomas Barnes, режиссер

Big Duck

Sarah Durham, директор

The Ad Council

Danna Kulzer, директор
направления по работе с НКО

The Partnership for a Drug-Free America

Thomas Hedrick, основатель

BBDO

Courtney Lord, аккаунт-директор

WABC/WPLJ Radio

Linda Wnek, координатор проектов

Equal Shot

Barbara Becker, директор

IdentityWorks

Tony Spaeth, директор

Социальная реклама на улицах НьюЙорка: краткий обзор



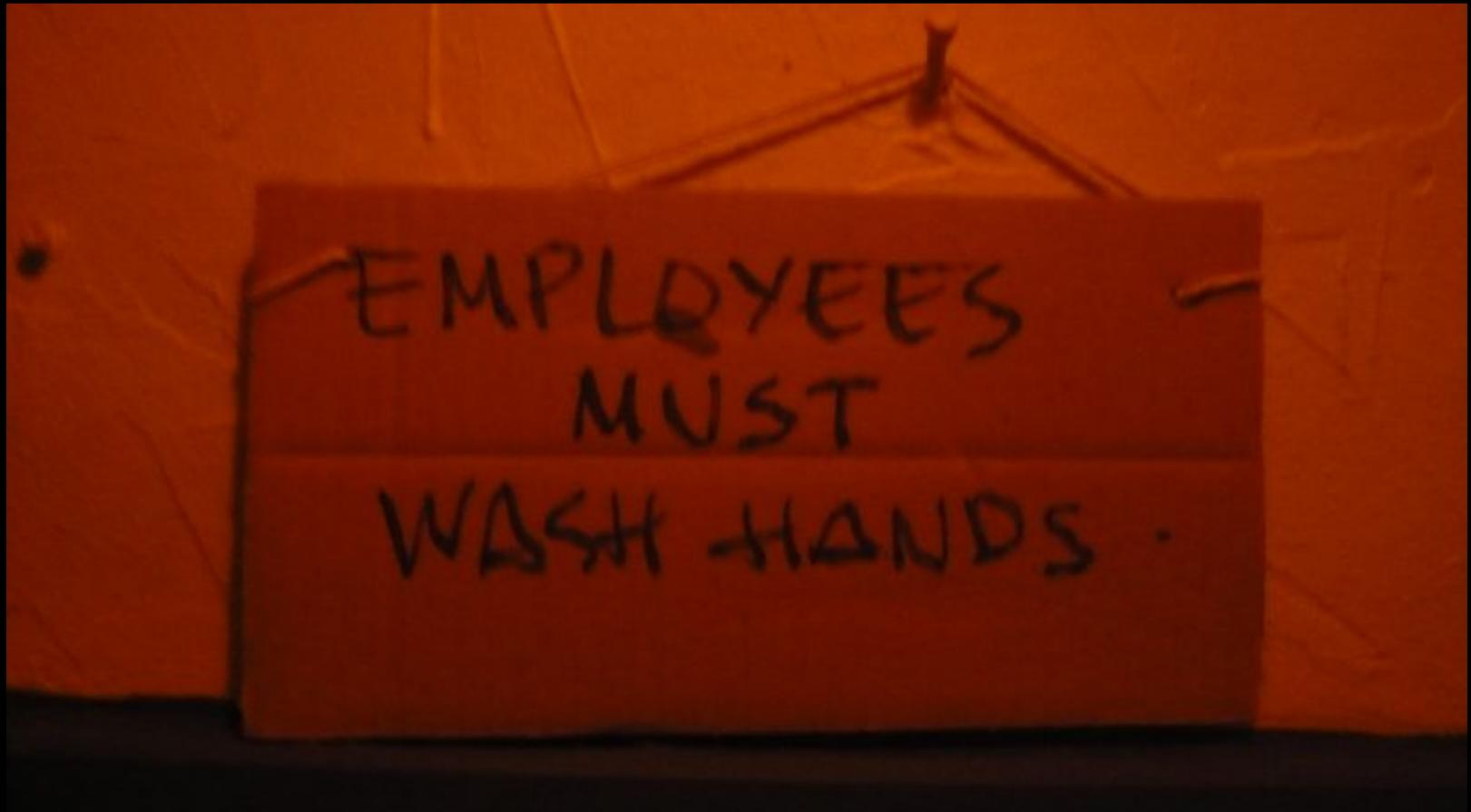
Город буквально пропитан заботой о гражданах. Светофоры сделаны так, чтобы даже на ярком солнце всегда был виден указатель, вокруг множество плакатов, подсказок, предупреждений. Жители обходятся городу «в копейчку», поэтому автомобилисты пропускают пешеходов, даже когда те лениво переходят дорогу на красный свет

Здоровый образ жизни и уверенность в завтрашнем дне – отличительные черты настоящего нью-йоркца.

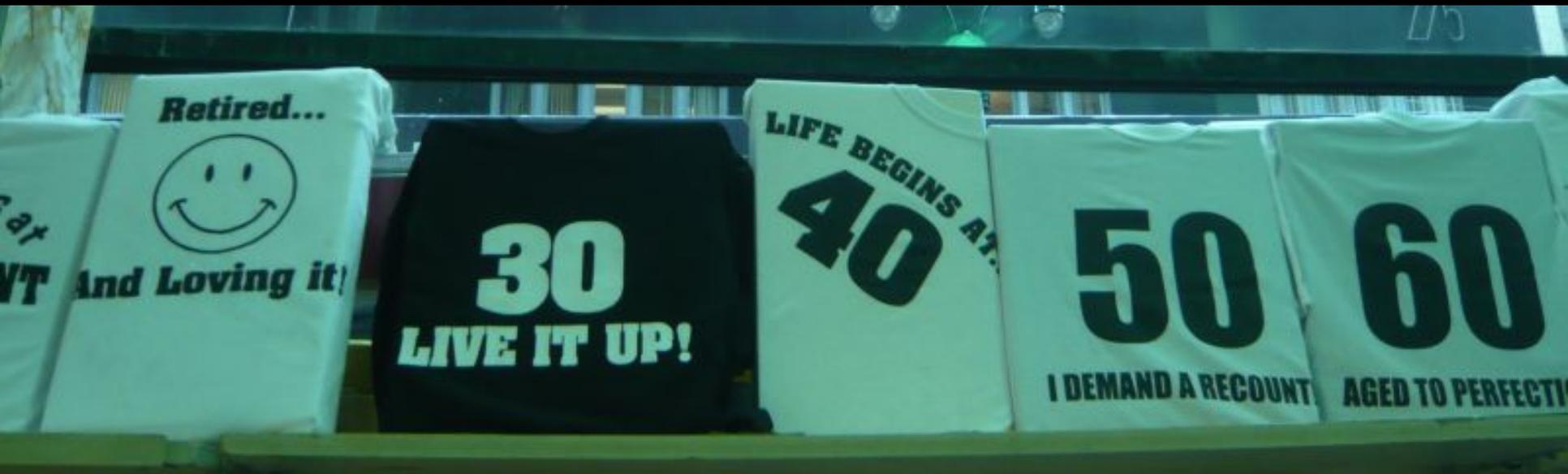
Пользоваться лестницами – это круто.
Бегать по утрам – это правильно.
Есть по утрам морковку – это хорошо.

Кстати, считается, что первая социальная реклама была создана еще в 1906 году – американская гражданская ассоциация призвала защитить尼亚гарский водопад от бесчинства, творимого электрическими компаниями. Однако правительство давно разглядело потенциал социалки и стало использовать ее во время гражданской войны, публикуя объявления о найме в армию, продаже гособлигаций и т.д. Президент Эйзенхауэр говорил, что каждый доллар, потраченный на рассказ об истории американского успеха, стоит пяти, потраченных на вооружение.





Даже в скромных итальянских забегаловках работникам не дают расслабиться и напоминают о том, что надо тщательней мыть руки.



Позитив здесь заложен во всём: даже в возрасте, который становится для кого-то причиной для шуток, а для кого-то и поводом для депрессии можно найти свои положительные стороны.



«Поколение говорит: требуется перевод» - так написано на плакате выставки современного искусства. Здесь людям важно понимать друг друга, неважно на каком языке они говорят.



ES 05/31/09
01080 15988497

Please refill and use this card until its expiration date.

E0723A

**If you drop something, don't go onto the tracks.
Ask the station agent for help.**

Subway tracks are dangerous, subway traffic never stops, and the third rail carries 600 volts of electricity.

We're serious about safety—your safety

For Customer Service, call 212-638-7622; outside NYC: 1-800-METROCARD.
Subject to applicable tariffs and conditions of use.

Даже билет в метро заботливо напоминает о различных рисках, которым в этом метро легко подвергнуться.



Удивительно, но многие места, которые легко можно было бы использовать под рекламу коммерческую, здесь отводятся социально-значимым сообщениям или PSA (public service announcement). Этим термином обозначается вся совокупность обращений к гражданам, начиная от надписей для слепых и заканчивая федеральными кампаниями против курения и даже выборами.



Метро, как основной вид городского транспорта, в котором среднестатистический житель Нью-Йорка проводит около 2 часов в день, является базовым носителем для множества плакатов и объявлений.

«Мне 37 лет. Я работаю в городской службе. Моя помощь помогает городу быть сильным»

«Не доверяйте частникам. Работайте с государственными специалистами»





Страшная фотография: латиноамериканка показывает руку, на которой операционно удалены почти все кончики пальцев. Это – последствия курения

Между прочим, бóльшая часть PSA публикуется на двух языках – английском и испанском, поскольку второй уже давно считается вторым неофициальным американским. Даже телефонные сообщения проговариваются на обоих из НИХ.



«У 58-летней ноги вашей жены новое колено. Что будете предпринимать дальше? Ассоциация медсестер»

Здесь можно встретить обращения фондов, муниципалитета, местных органов власти, между которыми, в определенном смысле, идет борьба за каждого жителя города.



В то же время в метро висит реклама сериалов, которые у нас можно скачать с торрентов, но на ТВ их бы посчитали «асоциальными» и ни за что не поместили в эфир, например Weeds (Косяки) - про непростую жизнь торговцев марихуаной в американском захолустье. При этом некоммерческие фонды совсем не против подобной скрытой пропаганды, по их мнению гораздо хуже, когда проблема замалчивается – по всему лучше, когда о ней говорят.



«Сигареты подарили мне астму.
Теперь я не курю»
Прямо и в лоб. Правда, непонятно, на кого это
Рассчитано.

Здесь же рядом – реклама медицинских препаратов,
из-за которых в США резко подскочила смертность
среди детей. По статистике более 50% наркотиков
дети достают не на улице, а в аптеках или в
родительских аптечках. «Хаус», «викодин» - помните?





Эвенты – одно из основных средств привлечения пожертвований.

Суперпопулярные забеги, сотрудничество с актуальными художниками, встречи со звездами – все средства хороши.



Public Agenda (в переводе с английского «повестка дня для общества») – фонд общественного мнения, основанный в 1975 году госсекретарем США в отставке Цирусом Вэнсем и профессором Даниэлем Янkelовичем. Целями фонда являются проведение общественных исследований, прогнозирование социальных ситуаций, рекомендации политикам, корпорациям и правительственным организациям о тех или иных рисках, а также информирование жителей страны о происходящих изменениях для поддержания модели полноценного гражданского общества.



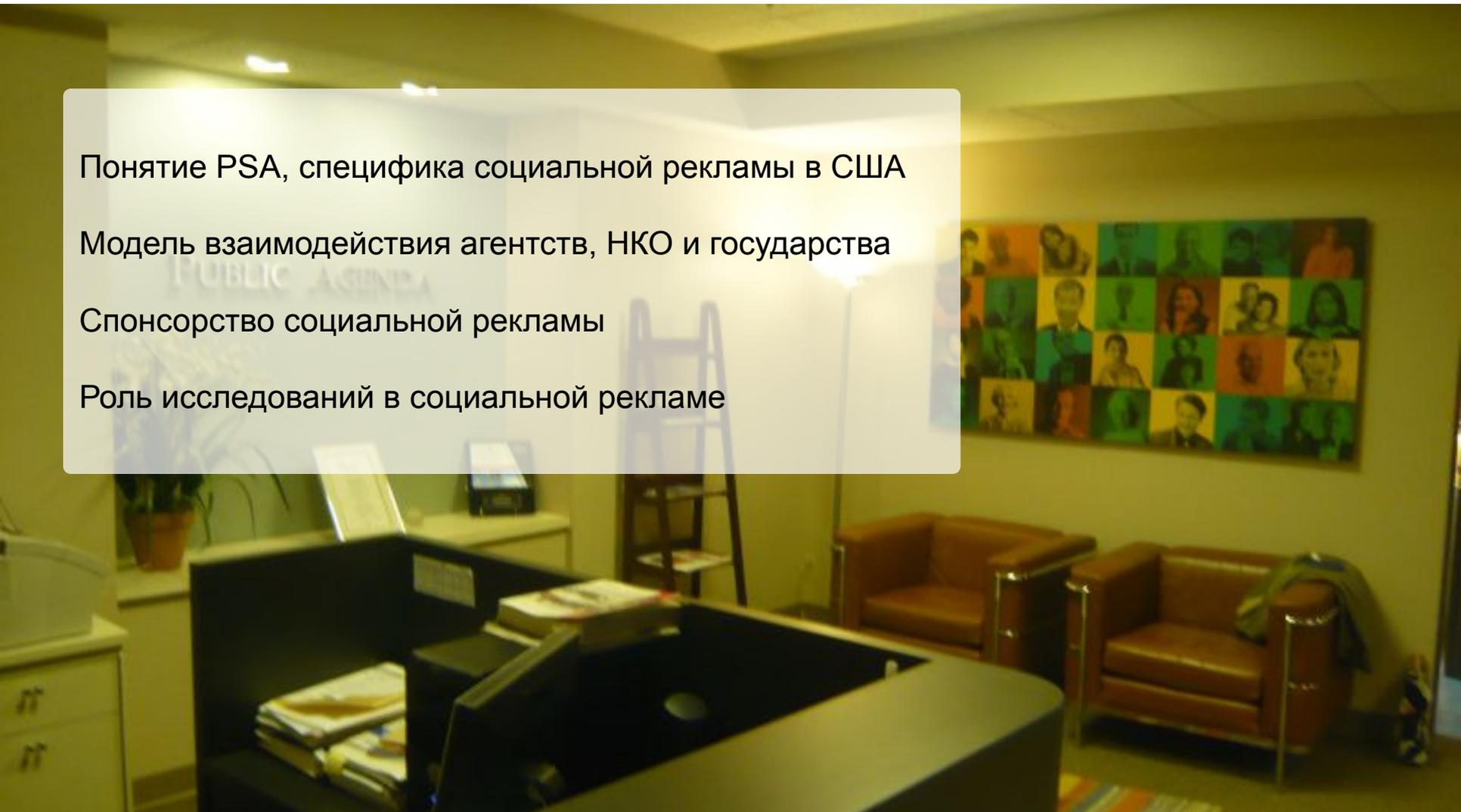
Темы обсуждения

Понятие PSA, специфика социальной рекламы в США

Модель взаимодействия агентств, НКО и государства

Спонсорство социальной рекламы

Роль исследований в социальной рекламе





CBS TV Networks

Matthew Margo, вице-президент

Дата встречи: 01.06.2009

Место встречи: CBS Building, 51 w 52 street

A group of people are gathered around a conference table in a meeting room. They are looking at a television screen that displays a CBS Cares.tv advertisement featuring a man's face. The room has framed pictures on the wall and a printer on a table. The text is overlaid on a semi-transparent white box.

CBS – одна из трех самых влиятельных телевизионных сетей США, основана в 1928. В данный момент вещает на всю Америку.

Выпустила такие сериалы как Твин Пикс, Стар Трек, Беверли Хиллс, CSI: место преступления и многие другие.

Социальная реклама на CBS не отличается креативность, зато канал имеет возможность бесплатно привлекать популярных звезд и ведущих.

Аналог нашего 1 канала.



Темы обсуждения

Специфика разработки PSA для телевидения

Шок и юмор в рекламе

Размещение и взаимодействие с основными игроками рынка

Разбор кампаний

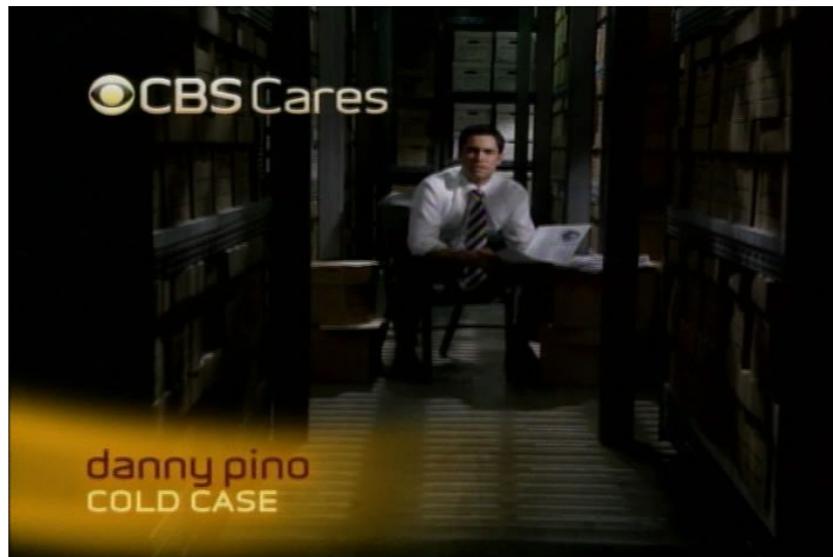
Послеродовая депрессия

Инсульт

Лейкемия

Рак простаты

Биполярность







FENTON | communications



Fenton Communications

Steve Smith, исполнительный директор

Дата встречи: 02.06.2009

Место встречи: Blanton Peare,
260 Fifth Avenue

Fenton Communications – коммерческое агентство широкого профиля, занимающееся благотворительностью, политическим консалтингом, политической пропагандой, некоммерческими проектами, рекламой, визуальными коммуникациями, исследованиями, стратегическим планированием. Свои услуги различным НКО предоставляет в основном за деньги.

Основано в 1976. Офисы в Нью-Йорке, Вашингтоне и Сан-Франциско.

The screenshot shows the Fenton Communications website with the following content:

- Header:** FENTON | communications, YOUR CAUSE. OUR PASSION.
- Navigation:** HOME, ABOUT US, OUR SERVICES, OUR WORK, RESOURCES, CONTACT US, Search.
- Services List:**
 - ADVERTISING
 - BRANDING & MESSAGING
 - ONLINE & INTERACTIVE
 - MEDIA RELATIONS
 - STRATEGIC CONSULTING
 - VIDEO PRODUCTION
- Section: We believe in what we do.**

With more than two decades of serving the public interest, Fenton's team offers a full range of communications services that help our clients protect the environment, transform markets, improve public health, and advance human rights and social justice.
- Diagram: Freshing Our Practices.**

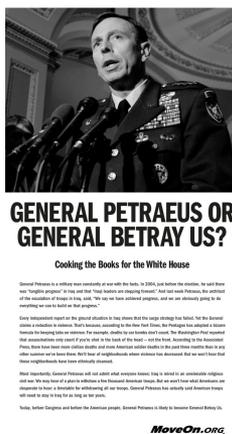
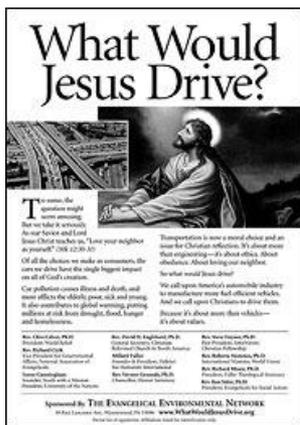
Our work covers the entire spectrum of progressive concerns. To the left are our eight primary practice areas.

 - POLITICAL ADVOCACY
 - INTERNATIONAL
 - THE ARTS
 - WOMEN
 - HEALTH
 - CLEANTECH
 - EDUCATION
 - THE ENVIRONMENT
- Section: THE FENTON INTELLIGENCE REPORT**
 - Affluent Women Give More than Men and Expect More Online (August 7, 2009 10:16 AM)
 - End of the Line featured on ABC's Nightline (August 4, 2009 11:07 AM)
 - Fenton Strategists Launch "She Spotter.com" (July 26, 2009 1:48 PM)
 - More on the Archives »
 - Sign up to receive Fenton updates:



Основатель агентства Дэвид Фентон вошел в сотню самых влиятельных пиарщиков 20го века по версии PR Week Magazine. Он успел поработать на всех континентах, а в 2007 совместно с известной правозащитницей Наоми Вульф выпустил книгу «Конец Америки: предостережение молодому патриоту»

Креативный директор Fenton - Jonathan Cranin, бывший главный креативный директор McCann Worldgroup, проработавший на этом посту более 12 лет. Джонатан - автор знаменитой кампании Priceless, благодаря которому в 2002 Mastercard стала лидером на рынке банковский услуг (каждый вложенный в рекламу доллар принес в 600 раз больше прибыли компании). Ему принадлежит успех первого запуска Xbox, нового имиджа Intel и Nestle и многих других успешных рекламных кейсов, ставших классикой. Он завоевал все возможные рекламные награды, включая Каннских Львов, которые считаются прямым аналогом Оскара.



Практически все сотрудники Fenton в прошлом занимали серьезные посты в таких организациях как ООН, Greenpeace, Leo Burnett, UNICEF, Procter&Gamble и т.д.

Темы обсуждений

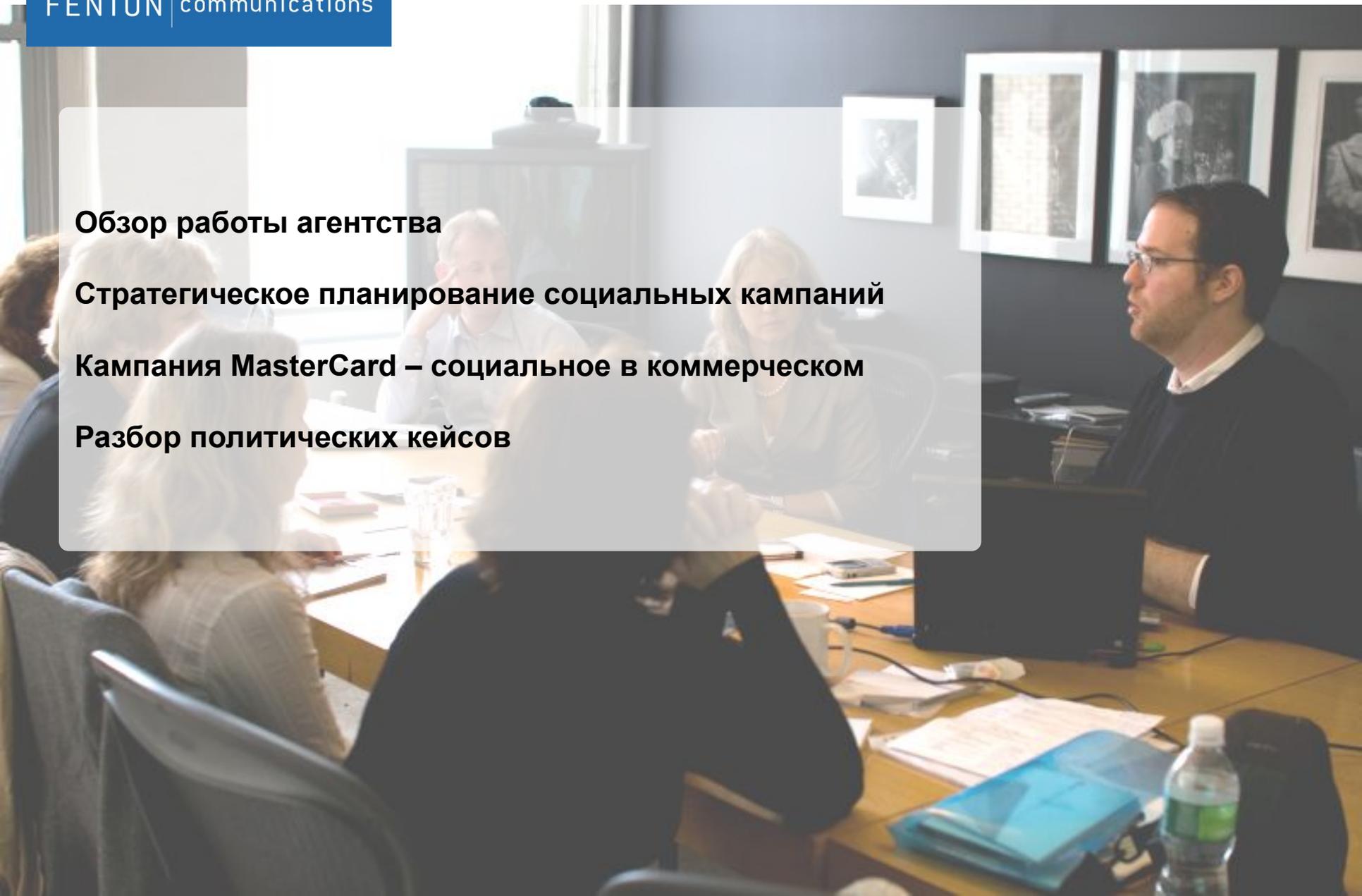
FENTON | communications

Обзор работы агентства

Стратегическое планирование социальных кампаний

Кампания MasterCard – социальное в коммерческом

Разбор политических кейсов



Ролик Not ALEX



Женщина-мать от своего имени, от имени своего сына объясняет Джону Маккейну его же позицию, что если он собирается вести войну еще 100 лет, то он ее сына не получит.

Стоимость производства ролика: 15\$

Задача

Заставить еще нерешившихся выборщиков понять, что заявление Маккейна о том, что тот собирается оставить в Ираке американскую армию еще на 100 лет, имеет далеко идущие последствия

Результаты

- Более 14 000 просмотров ролика Not Alex на Youtube
- Тысячи самодельных роликов и плакатов в поддержку кампании
- TOP 60 самых ярких рекламных компаний 2008 года
- Медийное покрытие по эквиваленту – 400%, т.е. при стоимости размещения 250 000 \$, за два первых дня реально размещено на 1 миллион долларов.
- Статус самой эффективной вирусной кампании 2008 года

Ролик ЛОСЬ

«Не все понимают, что у Сары Пэйлин недостаточно международного опыта и нельзя назвать достаточным опытом то, что она видит Россию из окна. Маккейну уже 72 и не дай Бог с ним что-нибудь случится - она у нас за все ответственная будет, она вас всех под прицелом будет держать. Поверьте мне, уж я-то знаю»



В результате этой кампании позиция Маккейна подвинулась 10 пунктов, а его потенциальные избиратели сказали, что они не разделяют его точку зрения. Кампания сформировала соответствующее мнение о Маккейне, в частности о том, какие женщины ему нравятся (ведь он поддерживал Сару Пэйлин – женщину, которая убивает животных.)





New York Film Academy

Thomas Barnes, режиссер, куратор дипломных проектов

Дата встречи: 02.06.2009

Место встречи: NYFA Building

LEARN FILM MAKING



Попадая в Нью-Йоркскую Киноакадемию, сразу ощущаешь некую «левацкую» атмосферу происходящего, даже здание Академии увешано транспарантами ☺

На данный момент это одно из ведущих учебных заведений США, в котором готовят режиссеров, операторов, монтажеров, специалистов по спецэффектам и многих других. Обучение недешевое, но в классах полно русских ребят.

Каждая комната названа по имени какого-нибудь знаменитого режиссера. Мы работали в зале Скорсезе ☺





Ролик Guinness



Ролик Ground

Темы обсуждения

Режиссура рекламы

Стереотипы и шаблоны в кино и видео

Шок и юмор в рекламе

Как правильно оценивать социальные ролики

Разбор работ SHOTS

Рекомендации российским НКО



The Ad Council
Danna Kulzer
директор по работе с НКО

Дата встречи: 03.06.2009
Место встречи: 815 2nd Avenue

Американский рекламный совет - это уникальная организация, больше нигде в мире не существует подобных аналогов. Когда США вступила в Первую Мировую, был создан Комитет по общественной информации, который разъяснял публике, почему страна ведет войну и почему ее необходимо выиграть. В 1942 году преобразован в Всеамериканский Рекламный Совет, который стал координировать после войны социальную рекламу.

Общий бюджет, выделенный Совету на социальную рекламу с конца войны оценивается более чем в 100 миллиардов долларов. Всего Советом было проведено около 40 глобальных кампаний против наркотиков, пьянства за рулем и других социальных проблем.

В Совет входят представители бизнеса, государства, НКО, независимые эксперты.

Каждая кампания планируется минимум на 3 года и требует бюджета от 2 миллионов долларов. Практически вся социалка на американском ТВ размещается за деньги.

Темы обсуждения

История социальной рекламы в США

Модель рекламного совета

Структура работы со спонсорами, рекламистами, СМИ, НКО, государством

Критерии рекламной кампании, обязательства сторон

Оценка эффективности кампаний

Разбор кейсов, технологии производства социальных кампаний



За 2008 год бесплатно предоставляемое время ~ 1.8 млрд долларов, что касается доходов от каждой отдельной кампании, то она приносит около 25 – 30 млн долларов в год. Иными словами, каждый потраченный доллар возвращается, как и говорил президент Эйзенхауэр, 4-5 в медиа-эквиваленте.



You don't have to be perfect to be a perfect parent.
There are thousands of teens in foster care who would love to put up with you.
1 888 200 4005 · adoptuskids.org



Ролик HOPE

Buzzed driving is drunk driving.





Big Duck

Sarah Durham, директор

Дата встречи: 03.06.2009

Место встречи: 45 Main Street

BIG DUCK – агентство, занимающееся брендрайзангом, созданием брендов для некоммерческих организаций. За его плечами 25 летний опыт работы сотрудников агентства в дизайне и рекламе.

Примечательно, что брендрайзинг в США – это бизнес, НКО платят за то, чтобы иметь собственную уникальную идентичность.

Темы обсуждения

Что такое Брендрайзинг

Специфика брендинга НКО в США

Преимущества медиа-подхода в брендинге

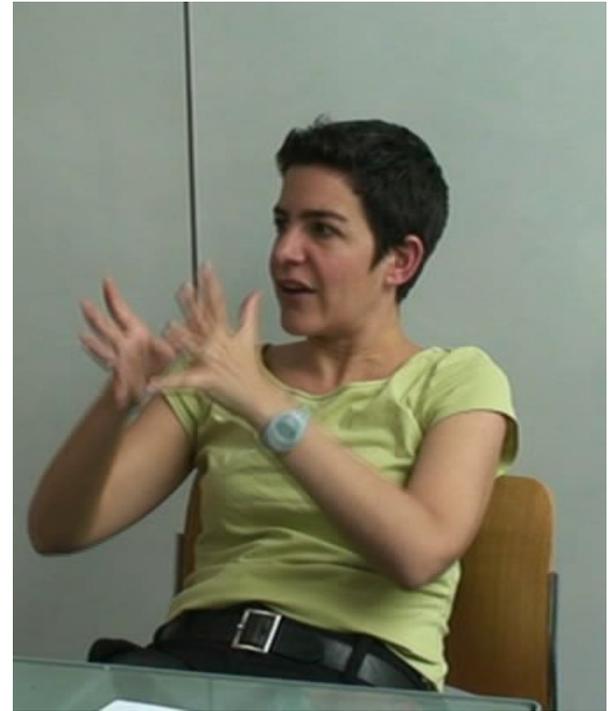
Разбор кейсов

big duck
smart communications
for nonprofits





**WOMEN'S
SPORTS
FOUNDATION**
equal play.



BBDO
NEW YORK



BBDO

Courtney Lord, аккаунт-директор

Дата встречи: 04.06.2009

Место встречи: Radio City Music Hall

BBDO NY – одно из самых успешных мировых рекламных агентств. Каждый год оно бьет рекорды по завоеванным наградам и благодарным клиентам.



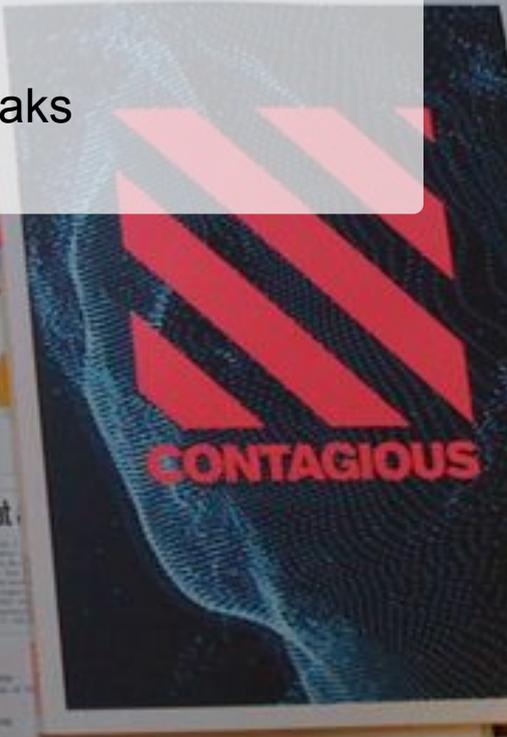
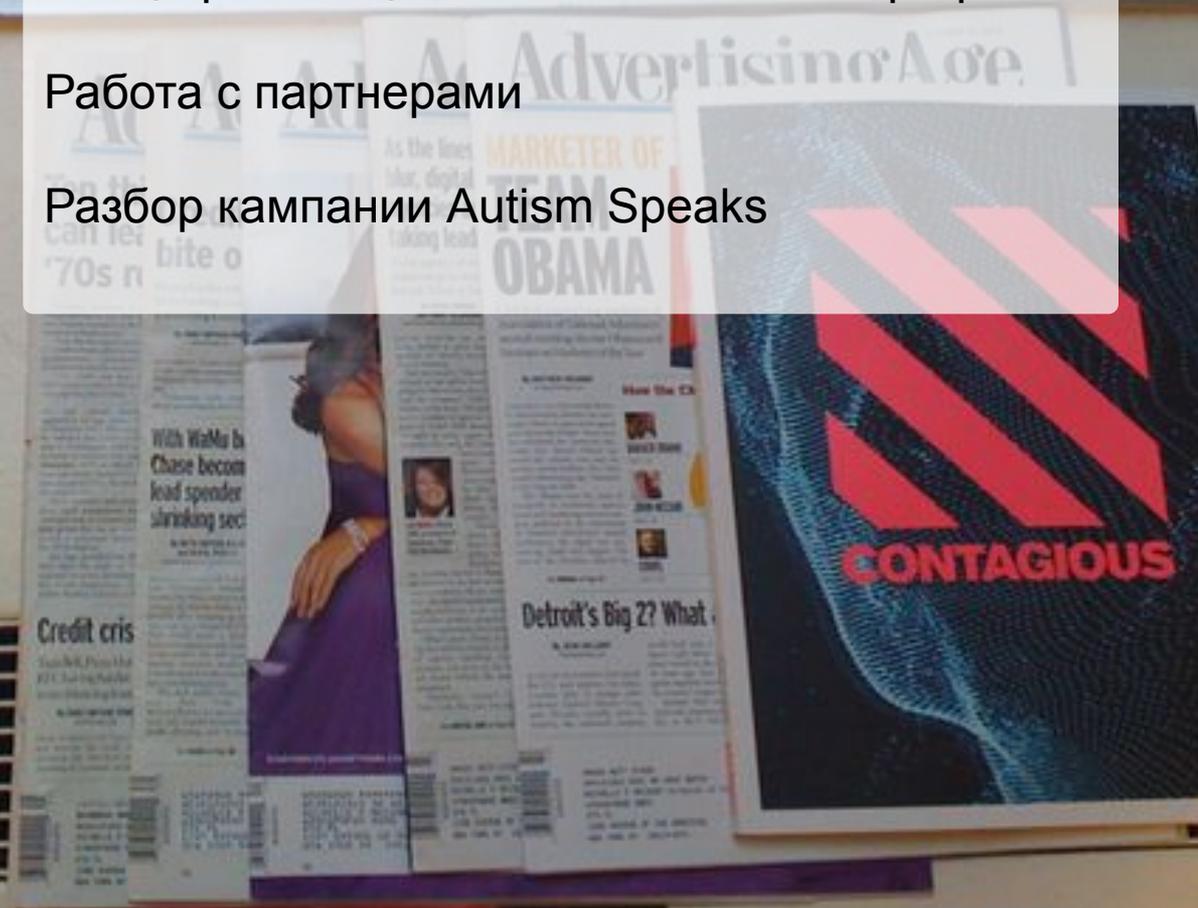
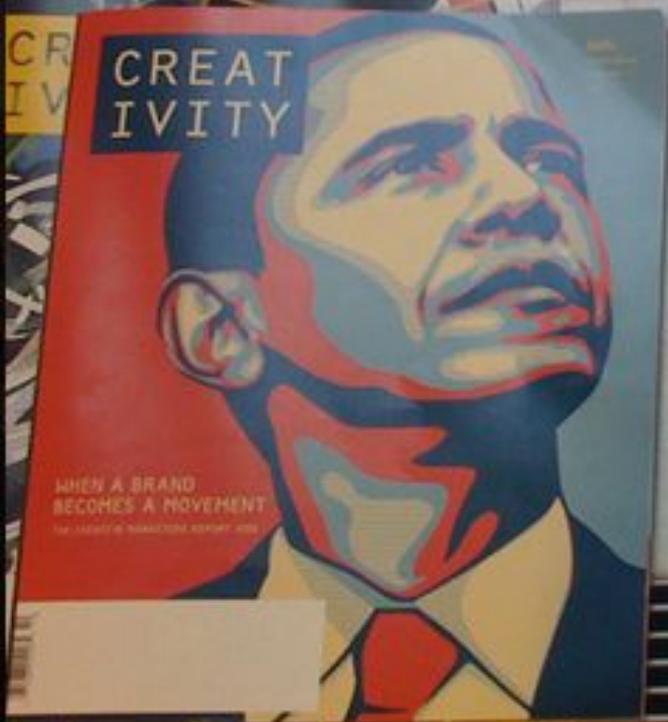
Роль исследований в подготовке кампаний

Оценка эффективности

Специфика социальных инсайтов и брифов

Работа с партнерами

Разбор кампании Autism Speaks



Odds of having 3 multi-platinum albums
1/1,650,000

Odds of having a child diagnosed with autism
1/150

Ad
Toni Braxton encourages you to learn the signs of autism at autismspeaks.org
Early diagnosis can make a lifetime of difference.

AUTISM SPEAKS
It's time to listen.

© 2009 Autism Speaks Inc. "Autism Speaks" and "It's time to listen" & design are trademarks owned by Autism Speaks Inc. All rights reserved. Courtesy of Sony Music Entertainment.

Ролик Tony Braxton

Odds of winning the U.S. Open twice
1/1.2 billion

Odds of having a child diagnosed with autism
1/150

Ad
Ernie Els encourages you to learn the signs of autism at autismspeaks.org
Early diagnosis can make a lifetime of difference.

AUTISM SPEAKS
It's time to listen.

© 2009 Autism Speaks Inc. "Autism Speaks" and "It's time to listen" & design are trademarks owned by Autism Speaks Inc. All rights reserved.

Ролик Ernie Els

«Шанс выпустить подряд три мультиплатиновых альбома или выиграть U.S. Open составляет примерно 1 на полтора миллиона. Шанс того, что ваш ребенок может заболеть аутизмом – 1 к 150. Проконсультируйтесь со специалистом»
Эта проблема давно замалчивалась в американском обществе как врачами, так и самим родителями. В кампанию привлекли Тони Брекстон и Эрни Элса, чьи дети болеют аутизмом, а также знаменитого режиссера, Кевина Перри, который разрабатывал креативные ролики для НР

Акция с 500 колясками для привлечения
внимания к проблеме аутизма.





The Partnership for a Drug-Free America
Thomas Hedrick, основатель

The Partnership
for a Drug-Free
America®



Дата встречи: 04.06.2009

Место встречи: Chrysler Building



«Партнерство Америки без наркотиков» создано более 20 лет назад.
В начале 80х по объему выпускаемой рекламы
они уступали только McDonalds.

Одно время около 90% американских подростков считали эту
рекламу коммерческой. Опыт Партнерства показал, что сообщения
против наркотиков практически не действуют на детей, поэтому
последние несколько лет все рекламные кампании направлены
на родителей.





Темы обсуждения

Краткий обзор работы Партнерства

Стратегический центр миссии и коммуникации

Обсуждение “тактики паники”

Роль Партнерства в кампании National Youth Anti-Drug

*Новые тенденции в профилактике злоупотребления
Rx/OTC*

Новые события в кампаниях для родителей

Обсуждение, вопросы и ответы

A PARENT'S GUIDE TO THE TEEN BRAIN

Parenting tips and advice
[Start at home](#)
 Help us get the word out
[Share this to a friend](#)

The Partnership for a Drug-Free America

WHO IS THIS KID?

Typical teen behaviors

DO ANY OF THESE SOUND FAMILIAR?

- Impulsive
- Rebellious
- Style-obsessed
- Irritable
- Incommunicative
- Friend-centered
- Risktaker
- Sleep-deprived

Listen

WHY DOES YOUR TEEN DO THAT?

The science in a nutshell

WHAT CAN YOU DO?

Skills, tools and tips

Running on Empty

This teen is overscheduled, overwired, and overdue for a good night's rest. She stays up too late, then sleeps until noon. It's as if she just flew in from halfway across the world, and is still living in a different time zone.

A normal teen will exhibit many of these behaviors. [Find out the science behind your teen's personalities.](#)

DrugFree.org | Parents | Teens | Get Help | Donate

Drug Descriptions & Effects Search

©December 2009 Site Map | Site Info

The Partnership for a Drug-Free America™ GET HELP FOR DRUG PROBLEMS HOME | STORIES | COMMUNITY | GLOSSARY | ABOUT

- Where to Start**
Learn about addiction and separate truth from myth.
- Is it a Problem?**
Use these online tools to see if you or someone you know is at risk.
- Helping Others with a Problem**
Find out what you need to know about helping someone.
- I Have a Drug or Alcohol Problem**
Get the help you need to deal with your drug or alcohol problem.
- Find Treatment**
Learn how treatment works and where to go for help.
- Recovery**
Get the support you need to stay off drugs and alcohol.

[FIND A TREATMENT CENTER >](#)

YOU ARE NOT ALONE

There are millions of people who have confronted problem use of alcohol and drugs. This site is here to help empower you or someone you care about to take action.

DON'T GIVE UP. START HERE. >

COMMON QUESTIONS

[It's an emergency! Where do I get help?](#)

[How do I know if there is a problem?](#)

[How can I learn about specific drugs?](#)

[What are specific warning signs that someone is using drugs?](#)

[How can I bring up the subject with the substance user?](#)

[All Questions](#)

DRUGS DON'T DISCRIMINATE

Drug addiction affects all kinds of people, from every walk of life.

[Read personal stories, expert Q&A, links and more.](#)

Decoder The Partnership for a Drug-Free America

Breaking down teen culture, substance abuse, and parenting

Search

Do You Know Where Your Kids Are?

Feb 4, 2008 by Joe Keenan | Categories: [Age-Appropriate Topics](#) | [General](#) | [High School](#) | [Middle School](#) | [Middlesex](#)

A new service from Google may help parents monitor their kids.

"With an upgrade to its mobile maps, Google Inc. hopes to prove it can track people on the go as effectively as it searches for information on the Internet. The new software to be released Wednesday will enable people with mobile phones and other wireless devices to automatically share their whereabouts with family and friends. The feature, dubbed 'Latitude,' expands upon a tool introduced in 2007 to allow mobile phone users to check their own location on a Google map with the press of a button. This adds a social flavor to Google maps and makes it more fun," said Steve Lee, a Google product manager."

More from Yahoo Tech.

Posted by: [Joe Keenan \(2 Comments\)](#)
 Share this: [Delicious](#) | [Digg](#) | [Facebook](#) | [StumbleUpon](#)

Working Parents — BusinessWeek posts a feature well worth a read

JUST RELEASED

Parents Resource Center

Learn how to stay on top of your child's life with a Parent Toolkit and a Guide to the Teen Brain. [Check it Out >](#)

About This Blog

This parent-to-parent blog tackles the real, everyday issues we face in raising healthy teens.

[David Shiff](#) is a Journalist, author and a dad.

[James Puntis](#) is a TV writer/producer, author and a dad.

[Johnnny Reiser](#) is a freelance writer and mom.

NOTINMYHOUSE
WHAT TO DO: 3 STEPS
TEEN CULTURE
WHAT THE EXPERTS SAY

Вместе с тем с каждым годом сокращаются спонсорские отчисления на тему против наркотиков, зато увеличиваются бюджеты агентств, борющихся с раком груди, хотя проблема подростковой наркомании в США сейчас актуальна, как и 20 лет назад, когда в моду вошли кокаин и крэк.

Breaking News

77 WABC

Stimulating Talk

wabcradio.com

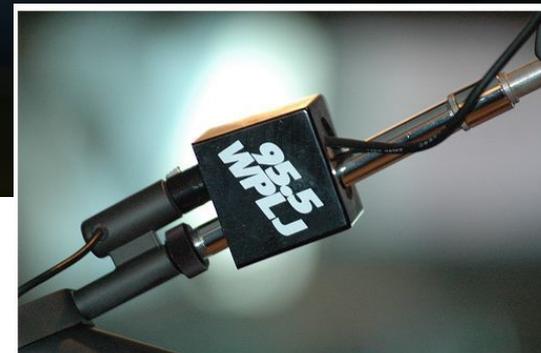


WABC/WPLJ Radio

Linda Wnek, координатор проектов

Дата встречи: 04.06.2009

Место встречи: Penn Plaza



Процесс отбора социальной рекламы на радио происходит так: два раза в год комитет по радиовещанию встречается с представителями местных сообществ, которые рассказывают, какие проблемы их волнуют, например, образования в общественных школах, налогообложение, наркотики, бедность и забота о престарелых. В течение следующих 6 месяцев комитет находит партнёрскую организацию и разрабатывает кампанию.

Совместно с советом по рекламе создаются общие ролики, а в конце добавляются части, рекламирующие данную организацию в конкретном регионе.

WPLJ – одна из ведущих телерадиовещательных компаний штата Нью-Йорк, в данный момент входит в концерн Disney.



Методика отбора социальной рекламы в эфир

Специфика работы в формате радио

Проблемы и ограничения

Разбор кейсов



95.5 WPLJ





Equal Shot

Barbara Becker,
основатель и генеральный директор

Дата встречи: 05.06.2009

Место встречи: Mercantile Building



Equal Shot – небольшое агентство, оказавшее, тем не менее, серьезное влияние на многие социальные проблемы как в США, так и в России, Южной Америке, Азии и Африке.

Руководит им Барбара Бекер, долгое время бывшая соратницей Питера Габриэла в его благотворительных проектах в странах третьего мира, в ходе которых молодым музыкантам, таким как Asian Dub Foundation (которые впоследствии организовали свой лейбл и продолжили это дело) предоставлялась возможность записывать собственные композиции и говорить о с помощью музыки о проблемах общества.

Барбара Бекер также работала с Анной Политковской, сотрудничала с известными правозащитниками в горячих точках

Барбара трудится в одном из самых опасных секторов социальной рекламы, там, где реклама напрямую завязана с политикой. Барбаре не раз приходилось рисковать жизнью и по ее работе можно легко снять приключенческое кино.





Темы обсуждения

Представление работы агентств

Технология проведения кампании против абортс в Колумбии

Использование новых медиа в социальных кампаниях

Темы обсуждения



Одной из самых успешных кампаний Equal Shot стал проект по узакониванию аборт в Колумбии. Влияние церкви в этой стране огромно, аборт в этой стране считается нелегальным при любых обстоятельствах, то есть независимо от того изнасиловали женщину, есть ли у неё проблемы с плодом, у неё есть угроза здоровью, ей нельзя делать аборт иначе она попадёт в тюрьму. В Колумбии тюремное наказание 4 года, как для самой женщины, так и для тех, кто сделал аборт. Плюс фанатики, которые могут запросто убить. И согласно оценкам все равно около 400 тысяч женщин ежегодно осуществляют аборт в секрете.

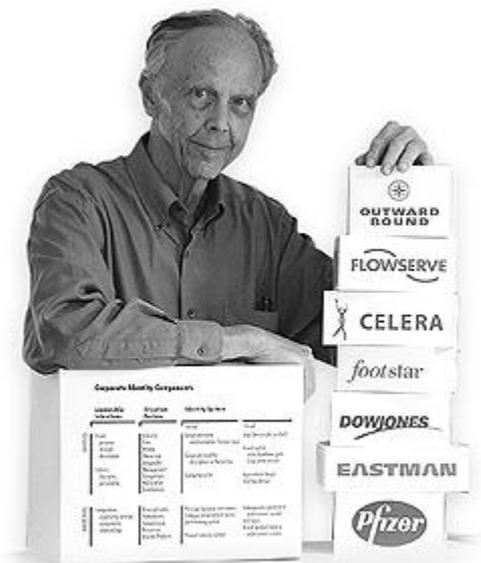
Основными лицами кампании стали ведущий юрист Моника Ро, и Марта Зула Гонзалес, которой на тот момент было 32 года, она была беременна 4 ребёнком и на 3 месяце она узнала, что у неё рак уретры. Доктора ей сказали, немедленно сделать аборт, и сделать операцию по удалению опухоли. И она не могла найти больницу, в которой она смогла бы сделать аборт, и ей пришлось ждать, пока ребёнок родится и только потом сделать операцию по удалению опухоли, но было уже поздно. Но до того, как она умерла, она сама выступила с предложением стать лицом компании, чтобы рассказать людям как закон нарушает их права. То есть каждый раз, когда СМИ спрашивали о примере, она высказывала своё желание и выступала на ТВ, радио и в прессе.



Агентство профессионально работает с современными средствами коммуникации, активно использует вирусный потенциал сети, сотрудничает с блоггерами, занимается социальным шпионажем. Для этого компании Барбара определила, кто является ее целевой аудиторией, ими оказались члены верховного суда. Было проведено большое исследование, чтобы понять какую прессу читают данные судьи (Miami Herald, Economist, Los-Angeles Times), чтобы в дальнейшем влиять на них через данные издания.

Во время кампании было опубликовано 106 мнений редактора, 76 основных статей, 43 ТВ-программы и 50 раз первая страница газеты была посвящена этой проблеме. В тоже время в Колумбии происходили президентские выборы и так как ES подняли эту тему, то каждый кандидат в президенты должен был высказаться по этой теме, то есть было сделано так, что эта тема из табу превратилась в то, что обсуждает всё общество. Для ES важно оценить результаты кампании, и они проследили общественное мнение. В мае 2005 года 85 % населения были против любой либерализации аборт. И в марте 2006 года, после того как запустили всю историю с Мартой 54 % населения поддерживало ES. Когда в мае 2006 года суд вынес решение в их пользу, 65% населения поддержали это решение суда, что является огромным изменением общественного мнения.





Identityworks

Identityworks

Tony Spaeth

Основатель и генеральный директор

Дата встречи: 06.06.2009

Место встречи: Rye, Greewich



Тони Спет – один из самых известных брендологов, выпускник Гарварда, автор десятков известнейших брендов, консультировавший в том числе WWF.

Тони разработал уникальную методику интегрированного брендинга для НКО.





По результатам опроса, который мы провели на улицах НьюЙорка (всего было опрошено более 200 человек) самыми узнаваемыми кампаниями 2007-2008 года были названы Autism Speaks, антитабачные инициативы Adcouncil, реклама Партнерства «Америка без наркотиков». При этом респонденты отметили, что по-прежнему недостаточно рекламы по темам подросткового алкоголизма, курения, наркомании, проблемы низкого уровня образования и влияния религиозных сект, а также неумение детей распоряжаться деньгами.



Особая благодарность студентам 3 курса факультета Реклама
Государственного Университета Высшая Школа Экономики
Анне Свиридовой
Владимиру Наконечному
Полине Головань
Анне Кашициной
за помощь в расшифровке аудио и видео-записей.



www.adcoalition.ru