

Исследование на тему: «Эффективность социальной рекламы о защите окружающей среды»

ВЫПОЛНИЛ:

СТУДЕНТ 4 КУРСА PR
МАЙОРОВ ИГОРЬ


НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:
ДОЦ. К.Ф.Н. ШЕВЦОВА О.Н.

Введение:

Объект исследования: социальная
реклама экологической
направленности


Предмет исследования:
эффективность социальной рекламы
экологической направленности

Метод исследования: метод
анкетного опроса



Задача исследования: выяснить, какая из представленных примеров социальной рекламы наиболее эффективно воздействует на аудиторию

Цель исследования: по реакции аудитории, определить какие критерии наиболее важны при создании социальной рекламы



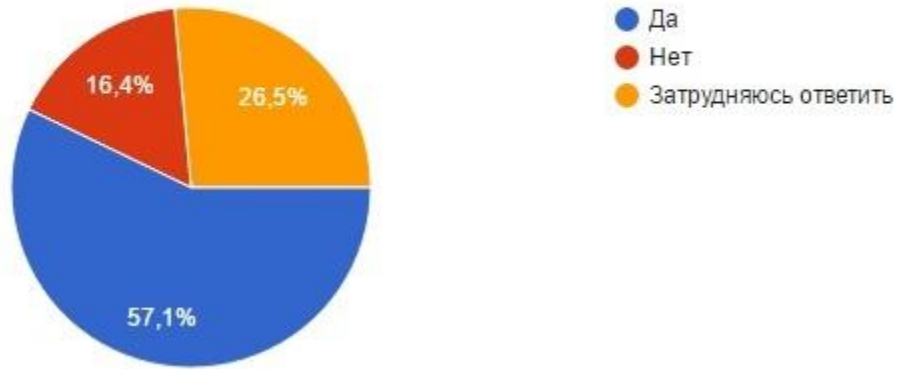
Гипотеза: более наглядная и более жестокая реклама эффективнее воздействует на людей и побуждает их к действиям направленным на сохранение природы.

Исследование проведено чтобы доказать эту гипотезу и использовать в разработке своей социальной рекламы только эффективные методы воздействия.

Предварительные вопросы:

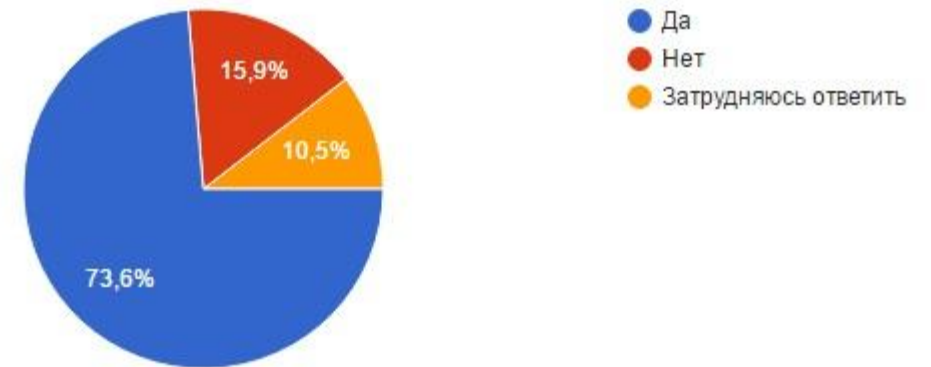
- ▶ Для исследования была выбрана заинтересованная аудитория, участники групп Вконтакте, которые посвящены экологии и проблем с ней связанных.

Как Вы считаете, лично Вы можете повлиять на решение экологических проблем?
(238 ответов)



- ▶ Это было сделано для того, чтобы получить наиболее точные результаты от людей, которые сталкиваются с этим постоянно.

Как Вы считаете, может ли правильная социальная реклама помочь разрешить экологические проблемы?
(239 ответов)



Примеры реклам:

Положительная

Нейтральная

Жестокая

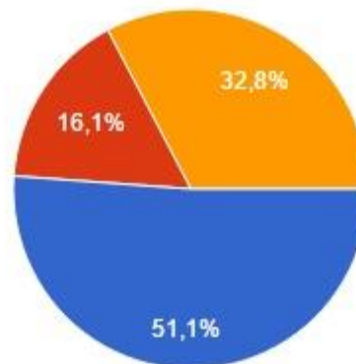




Пример №1

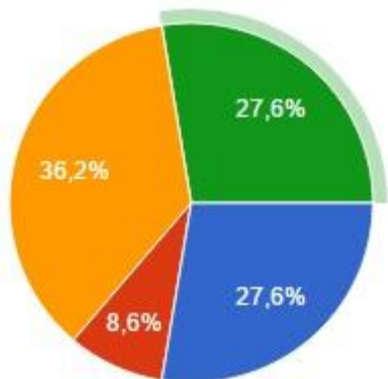
Опишите ваши впечатления от увиденной рекламы №1 "Вы видите собаку, собака видит дом."

(174 ответа)



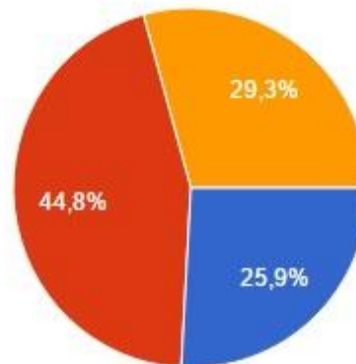
- Положительные
- Отрицательные
- Затрудняюсь ответить

Какие эмоции вызвала у вас эта реклама? (174 ответа)



- Безразличие
- Отвращение
- Умиление
- Другое

Эффективна ли эта реклама (174 ответа)



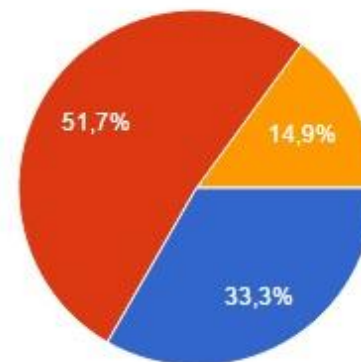
- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Пример №2



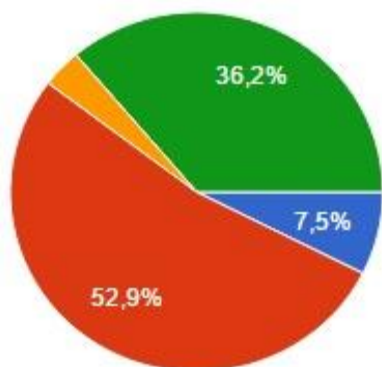
Опишите ваши впечатления от увиденной рекламы №2 "Если вы не поднимете, это сделают они"

(174 ответа)



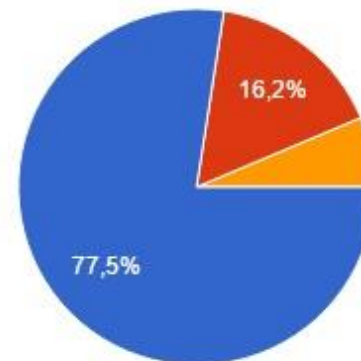
- Положительные
- Отрицательные
- Затрудняюсь ответить

Какие эмоции вызвала у вас эта реклама? (174 ответа)



- Безразличие
- Отвращение
- Умиление
- Другое

Эффективна ли эта реклама (173 ответа)



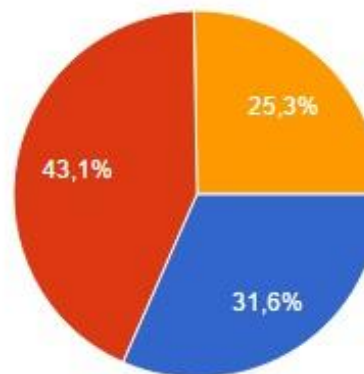
- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Пример №3



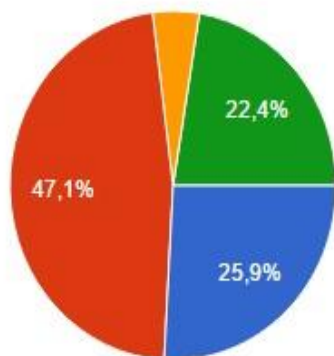
Опишите ваши впечатления от увиденной рекламы №3 "Останови изменение климата, прежде чем климат изменит тебя"

(174 ответа)



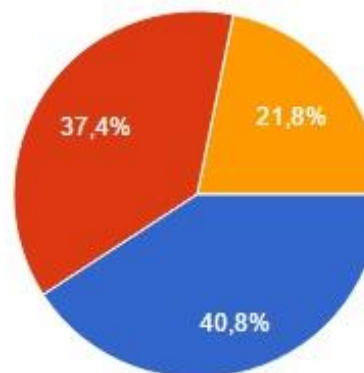
- Положительные
- Отрицательные
- Затрудняюсь ответить

Какие эмоции вызвала у вас эта реклама? (174 ответа)



- Безразличие
- Отвращение
- Умиление
- Другое

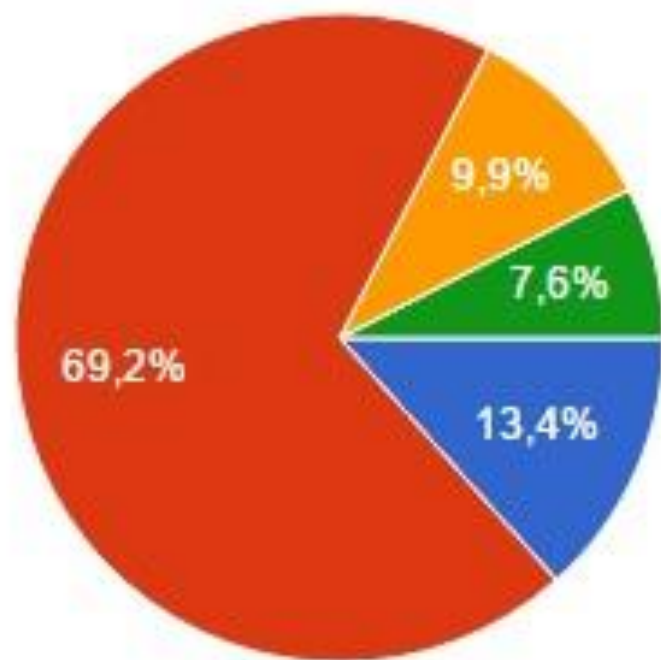
Эффективна ли эта реклама (174 ответа)



- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Выводы:

Какая, по вашему, реклама оказалась наиболее эффективной? (172 ответа)



- №1 "Вы видите собаку, собака видит дом."
- №2 "Если вы не поднимете, это сделают они"
- №3 "Останови изменение климата, прежде чем климат изменит тебя"
- Другое

Заключение:

- ▶ 1. В социальной рекламе направленной на защиту экологии следует придерживаться использования негативных эмоций, наглядных, реалистичных без какого-либо приукрашивания действительности.
- ▶ 2. Апелляция к положительным эмоциям с использованием образа вызывающего жалость, также не оправдывает себя, поскольку люди, при виде такой рекламы будут задумываться не столько о самой проблеме, и что вызвало такой исход, который изображен на плакате, сколько о самом изображении, мысленно жалея его.

Спасибо за внимание!