



УДК 77.0:7.012

## ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО ВІДЕО-ПРОЕКТУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Студ. В.С. Ярмолук

Наук. керівник доц. В.О. Мироненко

Київський національний університет технологій та дизайну

Соціальне відео (соціальна реклама) – це невеликий відеоролик, націлений на зміну мислення / або поведінки людей. В основі такого відеосюжету лежить ідея, що володіє певною соціальною цінністю.

Соціальний відеоролик висвітлює одну з громадських проблем (або комплекс таких проблем), до яких соціум не проявляє належної уваги, оскільки вони вже вкоренилися і стали звичними для більшості людей.

При розробці будь-яких матеріалів соціальної реклами (окремих макетів відео- або аудіо-роликів) обов'язковим етапом роботи є заповнення брифу.

Виготовлення соціального ролика має свої особливості, на відміну від класичного рекламного, так як націлений він на зовсім іншу цільову аудиторію і повинен мотивувати людей на соціальні вчинки, закликати до відповідальності.

Сьогодні соціальна реклама стає не тільки більш затребуваною, ніж раніше, але і збільшується її значення, ротація на телеканалах, зростає попит на створення соціальних відео-проектів.

Соціальна реклама займає значне місце серед факторів, що впливають на суспільнозначиму поведінку людей

Мотивувати людину (особливо дорослого) на вчинення певного роду вчинків досить складно. Тому створення соціального відео-проекту вимагає глибокого знання психології та наявності оригінальних ідей, якими можна захопити людину.

Необхідно відзначити, що значне число молодих людей впевнені в корисності соціальної реклами, так як вона допомагає формувати правильне ставлення до актуальних проблем сучасного суспільства і в цілому активізує молодь, залучаючи її до участі в соціальному житті країни.

Соціальний ролик – це невелике кіно, в якому режисерові необхідно донести до глядача невелику ідею і зробити це треба в максимально короткий час, ефективно і доступно. Ось чому всі сходяться на думці, що «соціальний ролик» є найбільш креативним, а тому важким продуктом.

Серед інших відеопродуктів рекламного і презентаційного плану соціальна реклама як соціальна технологія відіграє важливу роль у формуванні певних соціальних, психологічних і поведінкових стереотипів суспільства в цілому, окремих соціальних груп та індивідів. Вона покликана пропагувати певний спосіб життя і спонукати до конкретних дій.

Необхідність вирішення соціальних проблем в країні підвищує значущість даного виду реклами і ставить завдання дослідження факторів, що впливають на ефективність соціальної реклами, а також пошуку способів підвищення її дієвості.