

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Αρχικά, η διαφήμιση που έχει στόχο να ευαισθητοποιήσει το κοινό αναφορικά με ένα σημαντικό κοινωνικό ζήτημα και χρησιμοποιεί ίδιες μεθόδους με την εμπορική διαφήμιση, αλλά χωρίς κερδοσκοπική επιδίωξη (Μέσω κοινωνικού μάρκετινγκ), ονομάζεται κοινωνική διαφήμιση.

Το κοινωνικό μάρκετινγκ (οι πολίτες βρίσκονται στο επίκεντρο της επικοινωνιακής πολιτικής και η παράδοση της ενθάρρυνσης της αλλαγής συμπεριφοράς) είναι μία έννοια που κατασκευάστηκε αρχικά στη δεκαετία του 1970 και αναφέρεται στην εφαρμογή του μάρκετινγκ στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων και προβλημάτων υγείας. Ωστόσο, όλα αυτά τα χρόνια έχει υπάρξει μια αυξανόμενη αντίληψη ότι συγχέεται με το γενικό μάρκετινγκ και ιδίως πρόσφατα με την διάδοση των «κοινωνικών μέσων».

Πρώτη εικόνα

Στη διπλανή διαφήμιση παρουσιάζεται ένα δάσος στο σχήμα ανθρωπίνων πνευμόνων. Παρατηρούμε πως το ένα τμήμα του δάσους είναι αποψιλωμένο. Η αναλογία υπονοεί ότι είναι κατεστραμμένο και ένα τμήμα των πνευμόνων της ατμοσφαιράς. Δηλαδή όσο καταστρέφονται τα δάση τόσο μειώνεται και το οξυγόνο που αναπνέουμε.

Δεύτερη εικόνα

Στην εικόνα παρατηρούμε ένα πλήθος ανθρώπων με στραμμένη την πλάτη τους σε μία εκδήλωση βίαιης συμπεριφοράς εις βάρος ενός πολίτη. Το μήνυμα της διαφήμισης είναι ότι η καταπάτηση των θεμελιωδών ανθρωπίνων δικαιωμάτων είναι ένα συχνότατο φαινόμενο που περνάει απαρατήρητο από τους ανθρώπους.

Όταν η κοινωνική διαφήμιση είναι απαλλαγμένη από σκοπιμότητες

- Ευαισθητοποιεί και παρακινεί τους ανθρώπους (συνήθως κάνοντας επίκληση στο συναισθηματικό τους κόσμο) να αντιμετωπίσουν τα ζητήματα που τους αφορούν.

“A child who learns is an adult who teaches”

Οι παραπάνω φωτογραφίες δείχνουν μια ομάδα παιδιών δίπλα από

ανθρώπους του περιθωρίου-στην πρώτη εικόνα ένας εγκληματίας και στην δεύτερη ένας αλκοολικός-το μήνυμα που θέλει να περάσει η διαφήμιση είναι ότι τα παιδιά πρέπει να παίρνουν τα σωστά ερεθίσματα και να ακολουθούν υγιή πρότυπα προκειμένου να εξελιχθούν σε σωστούς και ενάρετους ενήλικες.