Автор:

Акопян Мариам Сергеевна

студентка

Научный руководитель:

Морозова Ирина Анатольевна

д-р экон. наук, заведующая кафедрой

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный

технический университет»

г. Волгоград, Волгоградская область

РАЗРАБОТКА ВИДЕОРОЛИКА КАК РЕКЛАМНОГО ИНСТРУМЕНТА РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Аннотация: *данная статья посвящена реализации социального проекта средствами видеорекламы как составного элемента позиционирования и популяризации социальной проблемы. В работе рассматривается социальный проект, поднимающий проблему непризнания геноцида Армян, реализуемый средствами социального видеоролика «Не забудем, помним».*

Ключевые слова*: социальный проект, геноцид армян, видеоролик, социальная проблема.*

Социальный проект – это сконструированное инициатором проекта социальное нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной иди духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей признается положительным по своему социальному значению [1].

Под социальным нововведением понимается разновидность управленческого решения, замысел которого предусматривает целенаправленное изменение того или иного социального явления, или процесса, а реализация состоит в осуществлении этого замысла.

Инициатором проекта может быть, как-то или иное лицо, так и организация или сообщество.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

К социальным проектам можно отчасти применить характеристики, которые выработаны в технологии управления проектами для коммерческих проектов.

Важно помнить, что цель и задачи проекта должны логично вытекать из поставленной проблемы. Псевдоцели (неточно поставленные или неверные) в процессе реализации проекта не позволяют добиться положительных результатов.

Цель является общим итогом проекта, а задачи – промежуточными, частными результатами.

Сегодня в условиях экономии средств тема продвижения социальных проектов особо актуальна. При этом все понимают важность и значимость, но конкретных методов реализации данной стратегии мало [2].

Так как производство социальных проектов – это вопрос профессионализма и креативности, поскольку они должны вызывать глубокие эмоции и воздействовать гораздо сильнее, чем коммерческий продукт. Телевидение является наиболее востребовано средством распространения социального проекта. Так же можно продвигать социальные проекты с помощью радио, печатной рекламы, и интернета [2].

Существование многочисленных социальных проблем, доказывает необходимость создание и реализацию социальных проектов. Социальные проекты в своей деятельности продвигают сложные, но социально значимые идеи для создания благополучной среды развития общества [1].

Проанализировав российский опыт можно сделать вывод что при продвижении социальных проектов используется огромное количество всевозможных различных рекламных инструментов. Чаще всего в России используют такие рекламные инструменты как социальные видео ролики и печатная реклама.

Для создания социального видео ролика «Не забудем, помним!». Как рекламного инструмент реализации социального проекта [3; 4]. Целью которого является поднять вопрос о такой социальной проблеме, как не признание геноцида Армян, ознакомить зрителей с данной проблемой, а в стратегической перспективе – изменение поведенческой модели общества. Был составлен

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

сценарный план: У каждого героя ролика свой текст на тему Геноцида Армян. Кто-то рассказывает стихотворение, кто-то отвечает на вопросы: что такое геноцид, есть ли будущее у Армении с Турцией, если есть, то какое будущее, а у кого-то маленький рассказ на заданную тему. Вовремя их монологов на заднем фоне будут идти слайдами документальные фотографии Геноцида Армян. Весь видеоролик будет озвучен музыкой – национальным инструментом дудук.

В идеи видеоролика была показана ситуация, происходящая изо дня в день, то есть непризнание геноцида армян.

Была описана режиссерская разработка, в которой указывается метраж каждого кадра в секундах, также количество всех кадров в видео ролике, содержание кадра с указанием планов. В режиссерском сценарии указывается музыка, которая используется в фильме или закадровый голос.

Таблица 1

Анкета опроса по итогам просмотра видеоролика

Вопросы	Ответы
Какой Ваш возраст?	От 12 до 16 Да Нет От 16 до 21 Да Нет От 21 до 35 Да Нет От 36 до 60 Да Нет От 60 до 74 Да Нет
Кто вы по национальности?	Армянин, Еврей Грузин Русский, Турок, Грек. Любая другая национальность (введите свой ответ)
Знаете ли вы об этой проблеме?	Знаю о Геноциде армян 1915. Ничего не слышали об этом. Считают рассказы об этом значительно преувеличенными. Затруднились ответить на вопрос.
Понравился ли вам ролик?	Напишите развернутый ответ:
Заставил ли он вас задуматься?	Напишите развернутый ответ:

Решено было провести коммуникативную оценку эффективности для этого ролика. Данный ролик был запущен в социальную сеть в контакте, в соцопросе приняли участие 100 человек. После просмотра видеоролика, была предложена анонимная анкета, которая состояла из пяти вопросов.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Представим саму анкету (таблицу 1), проведенную средствами Google Forms.

Коммуникативной эффективности показала, что об данной проблеме более осведомлены люди зрелого возраста второго периода, их составило 46% из 100 опрошенных, а меньше всего осведомлены люди подросткового возраста их составило 3% опрошенных. Также после анкетирования было известно, что по большему процентному больше всего было интересно анкетироваться на эту тему людям армянской и русской национальности.

Так же стала известно, что об этой проблеме знают большинство опрошенных людей, которым понравился видео ролик и заставил их задуматься на эту тему.

Поэтому учитывая, что есть такая проблематика авторам было решено разработать проект «Не забудем, помним!»

После того как видеоролик будет отснят, он будет отправлен на трансляцию муниципального телевидения для его продвижения. Так же данный видео ролик будет транслироваться в доме дружбы народов Волгограда и в союзе армян в России. Также данный проект будет участвовать в Всероссийском конкурсе социальных проектов 2019 года, и конкурсе социальных проектов Волгограда 2019 года.

Ожидаемые результаты от проекта: востребованность социальной рекламы целевой аудиторией, повышение качества и количества социальной рекламы на данную проблему.

Список литературы

1. Антонюк С.В. Как разработать социальный проект: WEB-справочник для педагогов и старшеклассников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edu.zelenogorsk.ru (дата обращения: 30.04.2009).

2. Антонюк Г.А. Социальное проектирование. – Минск, 2010. – 320 с.

3. Аклаев А.Р. Этнополитическая конфликтология. Анализ и менеджмент. – М.: Дело АНХ, 2008 – 480 с.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

4. Гуайта Д. Крик с Арарата. Армин Вегнер и Геноцид армян / Пер. с нем. А. Рыжевская. – М.: Юнистрой СК, 2009. – 264 с.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)