

# СОЦИАЛНАТА РЕКЛАМА - ИЗТОЧНИК НА ЗДРАВНА ИНФОРМАЦИЯ

Д. Сиджимова, Л. Спасов

## THE PUBLIC SERVICE ADVERTISING AS A SOURCE OF HEALTH INFORMATION

D. Sidjimova, L. Spasov

**Резюме:** Социалната реклама популяризира и налага общественно-значими идеи, чрез което формира общественото мнение, съдейства за комуникативните процеси, набелязва конкретни модели на поведение, налага определени ценности и норми. Ролята ѝ е да посочва проблемите и възможните начини за тяхното преодоляване. Едни от най-ефективните и въздействащи социални реклами са свързани с проблемите на общественото здраве, затова техният потенциал трябва да бъде използван в максимална степен, за да се популяризира здравословния стил на живот и превенцията на социално-значимите заболявания.

**Ключови думи:** социална реклама, здравословен стил на живот.

**Summary:** The public service advertising support the process of formation of the public opinion and communication. It outlines some social norms and values, it shows different problems and solutions. Some of the most efficient public service advertising are on the healthcare problems, that's why it is very important to use it's potential for popularize the healthy life style.

**Key words:** The public service advertising, healthy life style.

### Основни функции на рекламата

Съществуват редица дефиниции на понятието „реклама“. Те се различават в зависимост от акцента, който е направен в тях, т. е. върху адресата, съдържанието и формата на рекламното послание или целевата аудитория. Общите параметри, които се срещат в повечето тълкувания, са свързани с факта, че рекламата е целенасочена дейност в сферата на убеждаващата комуникацията, която е адресирана към определена таргет група, избрана въз основа на социално-демографски признаци. Същността на рекламата се изразява във внедряването или разширяването на знанията за конкретен продукт, услуга или идея, формирането на положително отношение към него, запаметяването му и пораждане на определени действия от страна на потребителите. Рекламните послания се разпространяват чрез средствата за масова комуникация и се финансират от известен източник.

Рекламата е полифункционална. Някои от основните функции, които изпълнява тя са следните:

- **икономическа функция** – свързана е със стимулирането на търговията;

- **информационна функция** – изразява се в масовото разпространение на информация за стоки, услуги и идеи;

- **социална функция** – популяризира и налага общественно-значими идеи, чрез което формира общественото мнение, съдейства за комуникативните процеси, набелязва конкретни модели на поведение, налага определени ценности и норми;

- **образователна функция** – във връзка с пропагандата на нововъведения в различни сфери на живота;

- **естетическа функция** – насочена е към създаването на вкус към изящното и красивото у потребителите. Голяма част от рекламите се правят от талантиливи дизайнери, художници, режисьори, копирайтери и представители на други творчески професии.

### Същност и специфика на социалната реклама

Определението за социална реклама (public service advertising или public service announcement) според речника по маркетинг на American Marketing Association е, че тя се създава, за да възпитава или мотивира определена таргет група с цел