

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В БЕЛАРУСИ

А.А. БУРМЕЛЕВА, Н.А. ВОЙТОВИЧ

*Научный руководитель – Н.Н. Анохина, к.э.н., доцент
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь*

Экологическая реклама является одним из направлений социальной рекламы, пропагандирующей идеи и проекты охраны окружающей среды, природы, животных и растений. Она призвана не только «продвигать в массы» определенные проекты или идеи, но и изменять сложившуюся в обществе поведенческую модель отношения к охране природы от антропогенного воздействия.

Экологическая реклама служит важным элементом формирования экологически ответственного мировоззрения и основных жизненных ориентаций. Основными задачами экологической рекламы являются следующие:

- научить людей любить природу;
- подчеркнуть важность личной инициативы каждого человека в защите окружающей среды от антропогенного воздействия;
- помочь почувствовать ответственность настоящего поколения людей перед будущими поколениями [1].

Экологические проблемы, такие как загрязнение воздуха, воды и почвы, истощение природных ресурсов, а также изменение климата, требуют немедленных действий со стороны общества. В этом контексте экологические рекламные акции играют важную роль в привлечении внимания общественности к проблемам окружающей среды и мотивации людей к участию в экологических инициативах [2].

Социальная реклама экологической направленности представляет собой «специальное направление рекламной деятельности, пропагандирующее идеи и проекты охраны окружающей среды, природы, животных и растений. Очень важно определить характер влияния подобной рекламы на установки и ценностные ориентации людей, а следовательно, на формирование их экологической культуры [3].

Доля социальной рекламы в нашей стране, а особенно экологической направленности, ничтожно мала, и Беларусь только начинает вставать на путь создания действенной и эффективной социальной

рекламы экологического характера. В то же время современная молодежь слабо проинформирована о проблемах окружающей среды. Это указывает на то, что социальная природоохранная реклама может стать сильнейшим популяризатором нравственных ориентиров, но в настоящее время недостаточно продуктивно реализует свои возможности [4].

Ярким представителем проведения экологической рекламной кампании в Беларуси является Lay's. Компания в 2021 году взяла курс на устойчивое развитие и активно участвует в данном направлении. С 1 ноября по 10 декабря 2023 года пачки от продукции Lay's, а также Cheetos и Хрустем, можно обменять на эко-товары (многоцветный стакан, авоська для продуктов и миска для чипсов). Данная кампания является большим совместным проектом Lay's и РесайклПро. Проект назвали «Пачка на прокачку» и подкрепили слоганом «Создай эко-привычку вместе с Lay's», что подчеркивает цель популяризации экологического образа жизни. На территории Минска на время проведения акции установлены пачкоматы (место сбора упаковок от снеков брендов Lay's, Cheetos, Хрустем) для пустых пачек от снеков, а также пункты обмена [5].

Куда отправятся собранные пачки? Все содержимое пачкоматов будет перевезено на один из заводов Западной Европы, где они обретут новую жизнь и будут переработаны в строительные материалы, искусственное футбольное поле и другие изделия.

При рассмотрении данной кампании можно выявить двустороннюю направленность экологического движения. Во-первых, это распространение эко-привычек среди потребителей посредством обмена пачек на товары-заменители пластиковых пакетов и бутылок, одноразовых стаканчиков и др. Во-вторых, поддержание переработки и использования вторсырья со стороны производителя.

Для онлайн продвижения кампании создан совместный лендинговый сайт Lay's и РесайклПро, который получает трафик за счет контекстной рекламы и рекламы в социальных сетях, также официальные сайты и соцсети компаний-организаторов переводят свою целевую аудиторию на лендинг. В оффлайн-среде рекламными средствами выступают сами пачкоматы, ведь они установлены в торговых центрах с высокой проходимостью и содержат правила проведения акции.

Таким образом, экологическая реклама является широким направлением в социальной рекламе и несет цели устойчивого развития в общество. Ее задачами являются: научить людей любить природу,

подчеркнуть важность личной инициативы в защите окружающей среды, передать чувство ответственности настоящего поколения перед будущим.

Говоря о рынке рекламы в Беларуси, направление экологической рекламы слабо развито и имеет большой потенциал для развития. Выдающейся рекламной кампанией, поддерживающей цели устойчивого развития в Беларуси, является кейс от компании Lay's. Данная кампания направлена на распространение эко-привычек среди населения, а также на использование упаковки своей продукции в качестве вторсырья для производства новых изделий. Этот кейс служит хорошим примером совмещения коммерческих целей компании с целями, направленными на сохранение окружающей среды и устойчивое потребление. Таким образом, данная кампания является примером успешного сочетания коммерческих интересов предприятия с его целями в области экологии и устойчивости.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экологическая реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/502182/ekologiya/ekologicheskaya_reklama. – Дата доступа: 26.11.2023.
2. Рекламная акция: внутреннее оформление для поставщика–рекламодателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://jurk.by/izdaniya/ya-spok/reklamnaya-aktsiya-vnutrennee-oformlenie_0000000. – Дата доступа: 26.11.2023.
3. Шутова, Н.М. Современная социальная реклама: проблемы перевода (на материале экологической рекламы) / Н. М. Шутова, В.А. Мошевитина // Многоязычие в образовательном пространстве. – 2020. – С. 163 – 171.
4. Гимадинова, В.А. Влияние социальной рекламы экологического характера на молодое поколение / В.А. Гимадинова, А.М. Кузьмина // Век информации. – 2018. – № 2-1. – С. 144–146.
5. Официальный сайт «Lays» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lays.by/>. – Дата доступа: 29.11.2023.
6. РесайклПро [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rpro.by/>. – Дата доступа: 29.11.2023.