

От концепции к реализации: социальная реклама студентов Политеха на улицах Петербурга



Сегодня в городской среде Санкт-Петербурга можно увидеть социальную рекламу, которая гласит: «Проверять информацию — так же важно, как мыть руки». Рекламный креатив, направленный на привлечение внимания к проблеме распознавания фейка, — результат разработанной концепции студентов Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института СПбПУ.

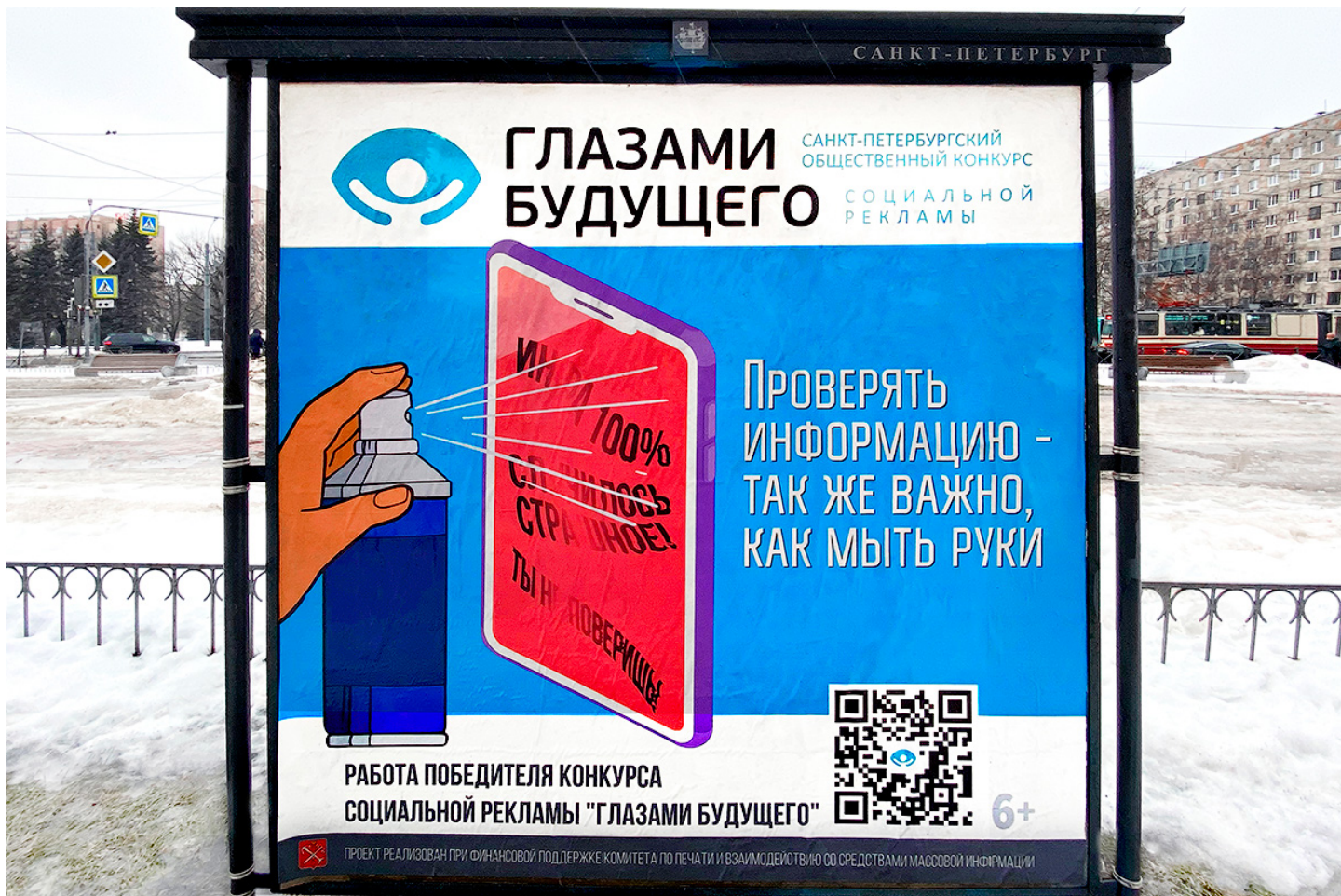
Возможность разместить проект на рекламных щитах города у студентов ВШМиСО Ги появилась в результате их победы в городском общественном конкурсе социальной рекламы «Глазами будущего». [Пять студенток 3-го и 4 курсов ВШМиСО \(Софья Тимакова, Полина Потапова, Софья Кузьмина, Валерия Палачева, Александра Богданова\) заняли 1 место в номинации «Концепция социальной рекламы».](#) Организаторами конкурса выступили: общественная организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Санкт-Петербурга и Северо-Западное представительство Ассоциации коммуникационных агентств России. Ключевая задача конкурса состояла в вовлечении творческой и талантливой молодежи в разработку новых рекламных форматов и концепций с целью дальнейшей реализации социальных рекламных кампаний в городской среде Санкт-Петербурга. Участники имели возможность поработать над одной из 18 актуальных социально-значимых

тем, с которыми сталкивается современное общество: профилактика здоровья, борьба с вредными привычками, уважение к пожилым, телефонное и компьютерное мошенничество.



«Информационная гигиена — это так же просто, как и гигиена рук — в этом заключалась наша концепция, которую теперь видят все петербуржцы. В обоих случаях мы постоянно взаимодействуем с вирусами — инфекциями или вирусной информацией, и без правил гигиены могут наступить негативные последствия. В наше время становится все сложнее распознавать фейки, поэтому мы призываем всех обращать внимание на свою информационную гигиену, а значит не только проверять источник информации и факты, но и отказываться от распространения ложной информации. Благодаря таким социальным кампаниям формируется здоровое и безопасное информационное окружение для всех нас, и мы были рады способствовать этому», — отметила капитан команды политехников Софья Тимакова.

Со всей информацией о концепции проекта и его авторах можно ознакомиться, пройдя по QR-коду, который размещен на рекламном плакате.



«Фейк-ньюз сегодня — это не просто ложная информация. Это агрессивный инструмент намеренной дезинформации и манипуляции общественным сознанием. Фейки несут за собой беды не только для человека, но и для целых государств. Они стали сегодня инструментом ментальных войн за национальную идентичность, что требует постоянной социальной пропаганды, — отметила доцент, директор ВШМиСО ГИ СПбПУ Марина Арканникова. — Для коллектива преподавателей ВШМиСО очень ценно, что наши студенты демонстрируют не только свои профессиональные качества, но и гражданскую позицию. Лично выражаю благодарность организаторам конкурса и профильному комитету, который дал возможность победителям прозвучать в рекламной повестке города».