

ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ РОЗВИТКУ СІМ'Ї ТА МОЛОДІ

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

за результатами соціологічних досліджень 2005-2007 рр. на замовлення
ПБО „Кожній дитині” в Україні

СТРЕЛКОВСЬКА АННА ЛЕОНІДІВНА

керівник центру молодіжної політики ДІРСМ

Київ – 2007



ЕФЕКТИВНА СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ –

це інтенсивна, добре фінансована, багатofазова, тривала кампанія, в якій для коригування дій застосовується проміжна оцінка.

Розгляд соціальної реклами як складової рекламno-інформаційної кампанії передбачає її системне впровадження, що дозволить максимальній кількості цільового сегменту отримати необхідну інформацію з різних каналів комунікації.



ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІРСМ

проведеного в рамках проекту ЄС
“Розвиток інтегрованих соціальних служб
для вразливих сімей і дітей”
у період з 2005 по 2007 рр.
на замовлення Представництва благодійної
організації
„Кожній дитині” в Україні



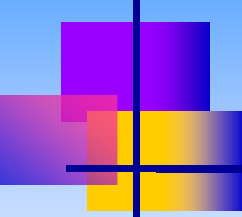
ЕТАПИ ДОСЛІДЖЕННЯ

- I ЕТАП - Розробка і визначення ефективності проведення інформаційної кампанії щодо розвитку інтегрованих соціальних служб, 2005 р.
- II ЕТАП - Рекомендації щодо розробки соціальних рекламно-інформаційних матеріалів для роботи інтегрованих соціальних служб, 2006 р.
- III ЕТАП - Заключна оцінка ефективності проведення рекламно-інформаційної кампанії щодо розвитку інтегрованих соціальних служб у Київській області, 2007 р.



МЕТА І ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ:

вибір та визначення ефективних шляхів впливу на населення Київської області (сімей з дітьми), з метою успішної розробки, організації, проведення, коригування та оцінки соціальної рекламної інформаційної кампанії щодо розвитку інтегрованих соціальних служб у Київській області



МЕТОДИ ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ НА І ЕТАПІ ДОСЛІДЖЕННЯ :

- напівструктуровані інтерв'ю зі спеціалістами;
- стандартизоване опитування громадян Київської області;
- опитування спеціалістів ЗМІ та реклами, спрямоване на визначення перспективних шляхів організації і проведення інформаційної кампанії щодо діяльності інтегрованих соціальних служб.



В ХОДІ І ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ БУЛО:

- визначено рівень зацікавленості громади та державних службовців Київської області у створенні інтегрованих соціальних служб;
- проаналізовано основні проблеми та потреби вразливих сімей з дітьми, шляхи їх вирішення;
- досліджено готовність населення звертатися за послугами до спеціалістів інтегрованих соціальних служб;
- визначено шляхи впливу соціальної реклами та іншої рекламної інформації на формування громадської думки.



МЕТА II ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ:

оцінка пілотних зразків
соціальних рекламних
матеріалів (плакатів та
буклетів)



МЕТОДИ II ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ:

- глибинні інтерв'ю з експертами галузі реклами
- фокус-групи з визначеними цільовими групами



В ХОДІ II ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ БУЛО
ПРОВЕДЕНО ПРЕТЕСТІНГ СОЦІАЛЬНИХ
РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ, СПРЯМОВАНИХ НА:

- створення позитивного іміджу діяльності ІСС;
- інформування населення щодо надання послуг вразливим сім'ям та дітям;
- інформування населення щодо створення прийомних сімей.

ПРИКЛАДИ ДОСЛІДЖУВАНИХ ЗРАЗКІВ ПЛАКАТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Пілотний зразок плакату	Удосконалений макет плакату
 <p>кожній дитині - щасливу родину</p> <p>Ваш малюк постраждав від насильства? Ваш малюк страждає від психологічних травм? Ваш малюк страждає від фізичних травм? Ваш малюк страждає від сексуального насильства? Ваш малюк страждає від експлуатації? Ваш малюк страждає від інших форм насильства?</p> <p>Немає у вас надії на покращення ситуації? Зверніться до нас за допомогою. Ми допоможемо вам знайти рішення. Ми допоможемо вам знайти рішення. Ми допоможемо вам знайти рішення.</p> <p>112</p>	 <p>Через проблеми в сім'ї найчастіше страждають діти</p> <p>Ми - там, де потрібна допомога Зверніться до нас за допомогою. Ми допоможемо вам знайти рішення. Ми допоможемо вам знайти рішення. Ми допоможемо вам знайти рішення.</p> <p>Зберіть родину для дитини!</p> <p>112</p>

ПРИКЛАДИ ДОСЛІДЖУВАНИХ ЗРАЗКІВ ПЛАКАТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Пілотний зразок плакату



Удосконалений макет плакату



ПРИКЛАДИ ДОСЛІДЖУВАНИХ ЗРАЗКІВ ПЛАКАТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Пілотний зразок плакату



Все можна **ЗМІНИТИ**
на **краще!**

Кожна дитина має право на сім'ю,
належну турботу. Діти для турбот
потребували в нас завжди. Ви можете
допомогти дітям, позбавленим
родинного виховання, знайти їм шлях
до щастя і благополуччя.

Дізнайтеся більше про прийомні сім'ї та телефонуйте
на Вас чекають спеціалісти Центру соціальних служб для дітей та молоді
з пошуками по п'ятниці з 10:00 до 18:00
та адресами:

Державна підтримка кожній прийнятій сім'ї.

Удосконалений макет плакату



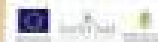
Кожній дитині
потрібна **родина!**



В Україні сьогодні близько
100 тисяч дітей-сиріт і дітей,
позбавлених батьківського піклування.

В усіх містах і районах України діють спеціалізовані центральні служби для дітей,
дітей та молоді. Ми пошукаємо діти з діями, допоможемо їм знайти свою
родину. Також ми можемо надати інформацію про спеціалізовані центральні служби
кожної дитини.

Звертайтеся до центрів соціальних служб для
сімей, дітей та молоді у своєму районі чи місті.





МЕТА ІІІ ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ:

визначення ефективності
реалізованої в рамках проекту ЄС
«Розвиток інтегрованих соціальних
служб для вразливих сімей і дітей»
соціально-рекламно-інформаційної
кампанії „Кожній дитині потрібна
родина!” у Київській області



МЕТОДИ ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ ІІІ ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ:

- фокус-групи з директорами соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді (проміжна оцінка);
- аналіз звітних форм центрів СССДМ, охоплених проектом;
- вуличне опитування громадян з приводу розуміння ними послання соціальних рекламних матеріалів та їх досяжності цільової аудиторії;
- стандартизоване опитування громадян Київської області, фокус-група з кандидатами у прийомні батьки.

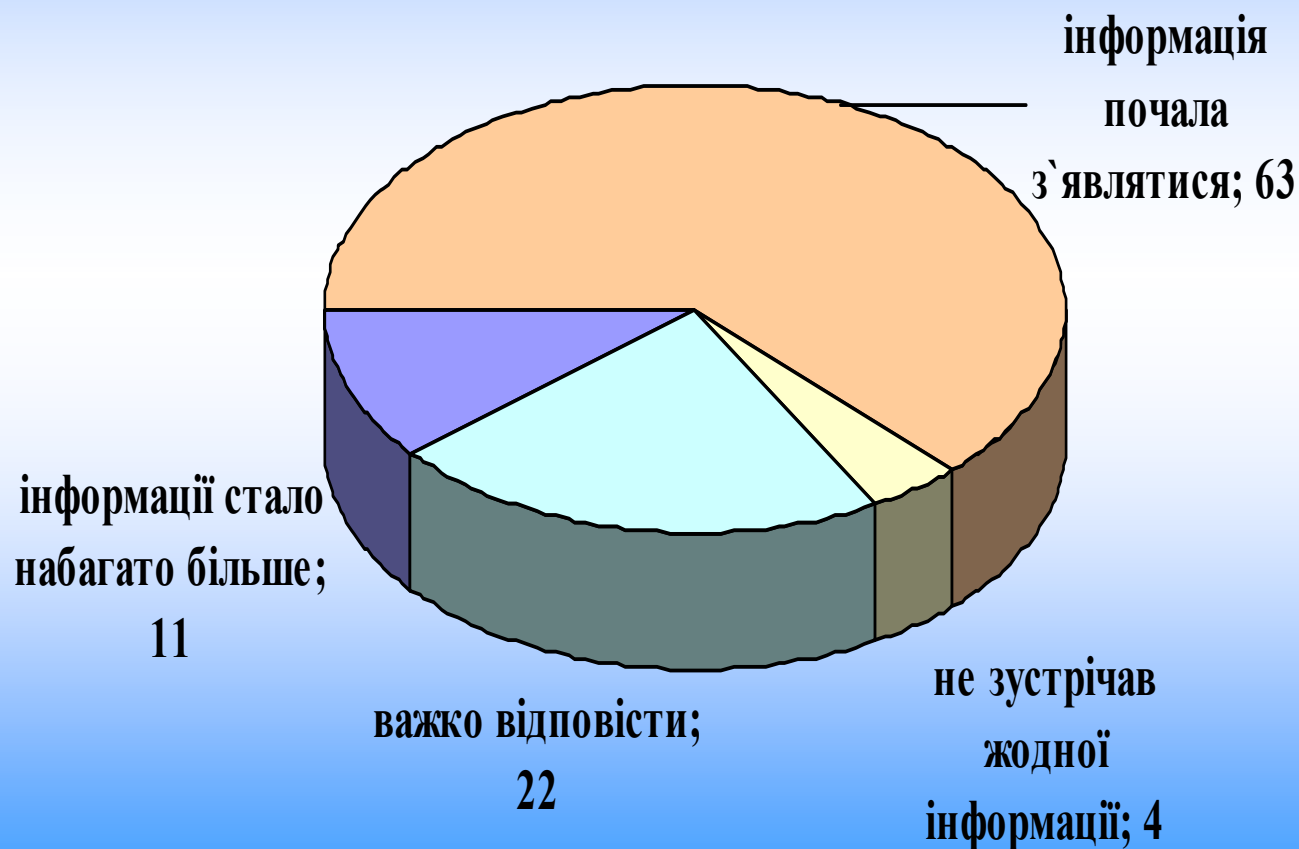


В ХОДІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІІІ ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ БУЛО:

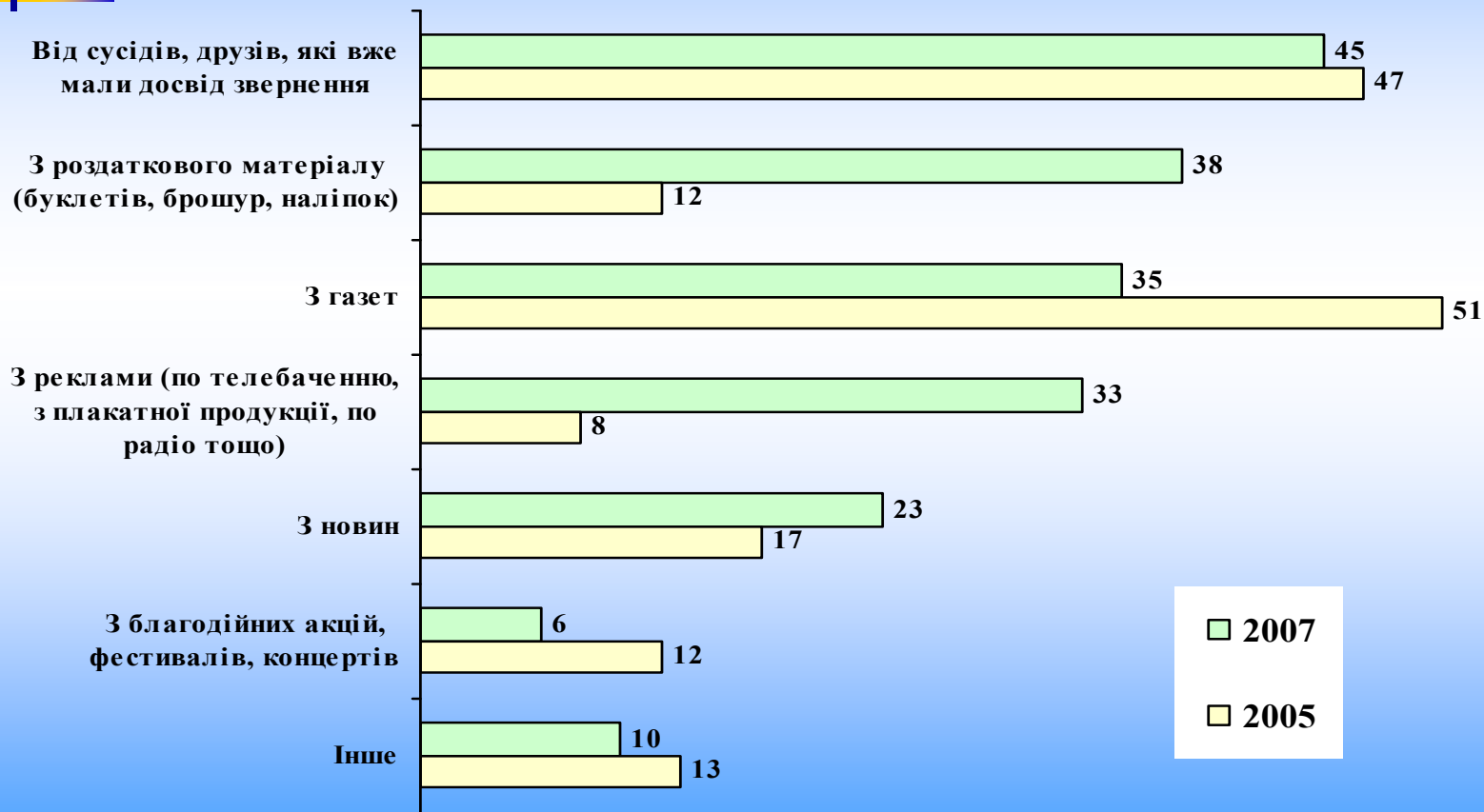
- проведено оцінку ефективності реалізації медіа-плану соціальної-рекламно-інформаційної кампанії;
- визначено рівень поінформованості громадян Київської області щодо діяльності інтегрованих соціальних служб;
- досліджено готовність сімей звертатися за допомогою до спеціалістів інтегрованих соціальних служб;
- визначено вплив соціальної реклами на рівень поінформованості громадян щодо діяльності інтегрованих соціальних служб.

ОЦІНКА РЕСПОНДЕНТАМИ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО ПРИЙОМНИХ СІМЕЙ ЗА ОСТАННІЙ РІК

(Відповідь на запитання: " На Вашу думку, чи більше стало інформації щодо прийомних сімей за останній рік»)



ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ЩОДО ПРО РОБОТУ УСТАНОВ І ОРГАНІЗАЦІЙ, ЯКІ НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ У КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ





ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

Стрелковська Анна Леонідівна

канд. пед. наук, керівник центру молодіжної
політики ДІРСМ,

Тел.: 8(097)93-000-61

E-mail: anna_strelkov@mail.ru