

Председатель жюри, первый заместитель председателя Москомархитектуры, главный художник Москвы Игорь Воскресенский уделил в своем выступлении особое внимание проблеме интеграции визуальной информации в городскую среду.

В свою очередь, президент общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга и Ленинградской области Сергей Пилатов посвятил свой доклад назначению социальной рекламы. "Как известно, - заявил он, - основная цель социальной рекламы – привлечь общественное мнение к проблемам общества. А смысл? У общественности и так хватает своих проблем, поэтому, я считаю, нужно изменить формулировку задач социальной рекламы. Призвание рекламистов – это воспитание толерантности и приучение людей к культуре. Мы должны показывать не проблемы, а путь выхода из них".

Председатель Московской рекламной гильдии при Московской торгово-промышленной палате Ирина Матысяк поведала о программах, разрабатываемых городским Комитетом рекламы совместно с московским рекламным сообществом. По её мнению, "эффективное взаимодействие рекламных агентств, рекламного сообщества и властных структур напрямую влияет на уровень социальной рекламы".

О воспитательном аспекте последней шла речь в докладе заместителя мэра по вопросам межрегионального сотрудничества, массовых коммуникаций и спорта в Правительстве Москвы Валерия Виноградова. "Социальная реклама обязана формировать добрые чувства, добрые отношения, она должна не только говорить об опасности, но и предупреждать её возникновение", - подчеркнул г-н Виноградов.

Президент российского отделения Международной рекламной ассоциации (IAA), главный редактор журнала "Советник" [Борис Еремин](#) обозначил свое видение основных задач социальной рекламы – формирование толерантности социума.

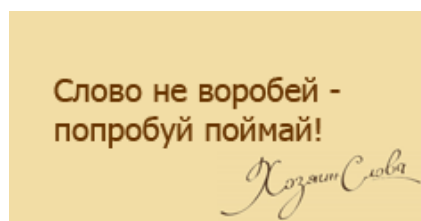
Начальник информационно-аналитического отдела администрации Уфы Марат Газизов посвятил свое выступление воздействию СМИ и рекламы на умы людей. По его словам, сегодня оно таково, что "приводит к снижению интеллектуального уровня общества в целом. Если мы хотим сохранить нравственный облик нашей страны, то социальная реклама может стать одним из действенных инструментов на этом пути".

Завершился круглый стол мастер-классом Дитера Ханса Хильбига, декана факультета дизайна Дортмунского университета (Германия). Он познакомил участников с проблемами, которые решает социальная реклама в Германии, и продемонстрировал работы своих учеников.

Анастасия Коцеруба

[Оставить свой комментарий](#)

Укажите рейтинг статьи



Сообщите свою новость

-- О проекте || Аудитория портала || Рекламодателю || Наши баннеры || Письмо редактору || Подписка на новости --



Сервер разработан IT-отделом Портала Sovetnik.ru совместно с ArtStyle Group

Сервер работает на технологии CMS ContentRight

Внимание!

Содержание этой и других страниц сайта www.sovetnik.ru является интеллектуальной собственностью редакции Портала Sovetnik.ru, журнала "Советник" и компании "Дельта-Маркет М" и охраняется Законом об авторском праве. Перепечатка, воспроизведение и

"Роль корпоративных медиа в продвижении КСО"

20 июня 2006 г.

Кадровые изменения в АПЭК

20 июня 2006 г.

"ИМА-консалтинг" займется продвижением торговой сети "Лента" в Сибирском федеральном округе

предыдущие 10

следующие 10

Вы можете подписаться на новости или отказаться от рассылки.

Логин:

Пароль:



Банк идей

распространение в любом объеме информации, размещенной на этой и других страницах, возможна только с согласия собственника и при условии ссылок на него. © **Sovetnik.ru 2000-2008**;

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № **ФС 77-20555**;
ISSN 1607-5455