

Максименко І.В.

студентка,

науковий керівник —

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Роль та значення візуального контенту в освітленні соціальних проблем

Актуальність дослідження даної теми обумовлена тим, що сьогодні візуальний контент набуває все більшого значення, як спосіб впливу на цільову аудиторію, формування цінностей, тенденцій, зміни старих і створення нових поведінкових практик та стереотипів. Ріст та частота використання візуального контенту в діяльності з вирішення соціальних проблем обумовлені тим, що такий вид передачі інформації сприймається легше і дозволяє швидше та ефективніше донести до аудиторії комунікативне повідомлення.

Візуальний контент — це візуальна інформація, яка супроводжує текст чи публікується окремо. Її використання інструментів візуалізації — не тільки сучасний тренд, але й можливість привернути увагу до важливих питань.

Численні дослідження в області психології та соціології свідчать про те, що фізіологічно сприйняття візуальної інформації є основним для людини, яку вона обробляє значно швидше, ніж, наприклад, текстову інформацію. Однак далеко не всі розуміють роль візуального контенту в діяльності з інформування та освітлення соціальних проблем або не використовують цей метод достатньо ефективно.

Соціальні проблеми можуть носити глобальний характер і зачіпати інтереси як значної частини населення, так і окремих груп. Проте, не дивлячись на різноманітні ситуації, кожна проблема потребує підвищеної уваги громадськості та викликає великий суспільний резонанс.

В сучасному світі соціальні проблеми активно освітлюються різними засобами інформації. А робота над їх вирішенням — це важка діяльність, яка вимагає значної кількості часу та сил, а також креативності. Саме тому однією з

найефективніших форм впливу на суспільство є соціальна реклама, тобто вид комунікації, який орієнтується на привернення уваги аудиторії до проблем і моральних цінностей суспільства. До її задач можна віднести:

1. Привернення уваги до «гострих» проблем громадського життя і спонукання населення до їх вирішення.
2. Формування суспільної думки
3. Створення позитивного ставлення
4. Зміцнення соціально значущих інститутів громадського суспільства
5. Зміна поведінкової моделі суспільства
6. Формування життєвих цінностей та пріоритетів.

Отже, соціальна реклама не лише виконує інформаційну та виховну функції, але й відстоює інтереси уразливих груп населення і суспільства в цілому. Вона дозволяє проливати світло на негативні аспекти, знайомити людей з соціальними проблемами, а також усувати і запобігати їх повторній появі, тим самим покращуючи життя суспільства.

Таким чином головна мета візуального контенту не просто освітлювати та вирішувати соціальні проблеми, але й напрацювати нову систему цінностей, за допомогою якої можна досягнути суспільної згоди та змінити світ на краще.

