«Як майбутні рекламістки за безпечне кохання боролися»

Упродовж 4-х місяців студентки 3-го курсу факультету журналістики напрямку «Реклама та зв`язки з громадськістю» Запорізького національного університету при підтримці студради факультету журналістики та профільного викладача Тетяни Олександрівни Іванець розгортали масштабну соціальну рекламну кампанію «Небезпечна популярність». При цьому відпрацьовувався конкретний **хештег** #небезпечнапопулярність, який об’єднав усіх небайдужих. Головним слоганом проекту став девіз «Виділяйся – одягайся».

Її метою стало призвати молодь піклуватися не тільки про власне здоров’я, а й здоров’я своєї половинки. Таке кохання і турбота, на думку дівчат, мають проявлятися у користуванні контрацептивами, дотриманні правил особистої гігієни та відвідуванні гінеколога та венеролога.

Довгих 4 місяці, зо дня у день, активістки закликали українців кохатися безпечно: розповсюджували засоби контрацепції та фірмові стікери «Небезпечна популярність» в обмін за благодійні внески, а також проводили численні ПР-заходи. За період проведення кампанії було зібрано 986 гривень, які були передані на лікування онкохворому студенту факультету соціальної педагогіки та психології ЗНУ.

Масштаби рекламної кампанії сягнули усієї України. 18 листопада на 12 Всеукраїнському студентському фестивалі **реклами** «Рекламний полігон» дівчата посіли 2 та 3 місця у номінаціях «Друкована реклама» та «Рекламна кампанія», який проходив **на базі Київського національного торговельно-економічного університету**. Детальніше на офіційному сайті фестивалю:[www.studfestival.com.ua](http://www.studfestival.com.ua) .

Невдовзі «Перша Всеукраїнська Радіостанція» звернулася із проханням до організатора узяти інтерв`ю. 19 листопада Іванець Т.О. прозвучала в прямому ефірі та розповіла про концепцію кампанії усій Україні.

## Як все починалося?

4 вересня у Всесвітній день сексуального здоров’я креативна команда майбутніх рекламістів ЗНУ зібралася у стінах рідного університету та провела мозковий штурм під керівництвом профільного викладача Іванець Т.О.

Темою дня №1 стала нагальна проблема незахищеного сексу та його наслідків: небажаної вагітності, розповсюдження інфекцій, венеричних захворювань та СНІДу. Переглянувши «лякаючу» статистику та усвідомивши у якому стані знаходиться сексуальне здоров’я української нації, дівчата твердо вирішили докласти максимум зусиль аби змінити цю ситуацію на краще.

Узгодивши концепцію рекламної кампанії, команда розробила фірмовий стиль та логотип, а також знайшла партнерів та спонсора засобів контрацепції для проведення ПР-акцій.

Головною інформаційною та матеріальною підтримкою стали «Клініка, дружня до молоді» <https://vk.com/caremed> , яка постійно у своїй діяльності використовує розроблену рекламістами продукцію (рекламні макети на відповідну тематику); виробник засобів контрацепції «Dolphi» http://dolphi.in.ua. Погодився допомогти дівчатам і Запорізький жіночий клуб «Стрекоза» <https://vk.com/strekozazp>.

## Детальніше про головне

Загальними зусиллями під дбайливим наглядом доцента Тетяни Олександрівни, у рамках рекламної кампанії було проведено ряд ПР-акцій, дебати на тему бажаної та небажаної вагітності та яка має бути супроводжуюча реклама, благодійний концерт та виставки тематичних авторських постерів. Небайдужимидівчатамибуло створено офіційністорінкирекламноїкампанії у соціальних мережах Вконтакті та Instagram та розроблено контент-план публікацій на час проведеннякампанії.

25 вересня відбулася виставка авторських постерів до Міжнародного дня контрацепції. Дівчата проявили максимум креативу у висвітленні такої делікатної проблеми як інтимне життя. Через призму незвичайного погляду на звичайні предмети, їм вдалося звернутися до аудиторії через яскраві постери!

19 жовтня активістки розпочали акцію «Безпечний подарунок». Такий собі взаємовигідний обмін авторських стікерів та презервативів Dolphiна благодійний внесок. Акція отримала чималий відгук від студентів! Вже за перший день проведення було значну суму!

26 жовтня було проведено дебатний клуб «Боротьба за життя». За участю експертів Клініки дружньої до молоді, а саме директора Бобкової Ольги Вікторівни та психолога Войлової Надії Анатоліївни, дівчата вели активну дискусію на предмет, яка має бути реклама – м’яка чи жорстка та порівнювали із зарубіжною рекламою; наводили аргументи з приводу бажаної та небажаної вагітності, презентували приклади рекламних кампаній сексуального характеру в інших країнах та представили власну рекламу на цю тематику.

Вже наступного дня відбувся благодійний концерт «Боротьба за життя» у кафе «Amsterdam» за участю музичного гурту «Покоління вічність» та Stand-up «Каліфорнія». За вечір було зібрано 384 гривні.

17 листопада до Міжнародного дня студента пройшла оригінальна акція «Покажи студентський квиток – отримай презерватив». Студенти ЗНУ, і не тільки, були приємно несподівані такими подарунками!

Не оминули організатори і Міжнародний день дитини 20 листопада. У цей день було проведено виставку авторських постерів у стінах рідного університету.

1 грудня у Міжнародний день боротьби із СНІДом дівчата завершили рекламну кампанію яскравим заходом та приємним розіграшом корисних та безпечних подарунків, закріпивши успішний результат соціальної кампанії. Поза увагою не залишився ніхто!

Слідкувати за проектом можна за посиланням: https://vk.com/nebezpechnapopulyarnist