

---

## РАЗДЕЛ 5. СТАТЬИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

---

**А.В. Логиновская**

*Алтайский государственный университет  
log-a-v2014@yandex.ru*

### **КОМИКС КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ**

#### **Аннотация**

Продвижение социальных проектов нуждается в поиске новых способов продвижения. Комикс как маркетинговый способ продвижения является многофункциональным. В статье представлен пример продвижения детского телефона доверия. Рассмотрены преимущества использования комикса как инструмента продвижения.

**Ключевые слова:** комикс, рекламный комикс, социальный проект.

#### **Постановка проблемы**

В настоящее время социальный сектор переходит в стадию жесткой конкуренции. Так, к примеру, на 2021 год в Алтайском крае зарегистрировано свыше 2500 некоммерческих организаций, а в Барнауле — 1200 организаций [1]. Наиболее актуальные направления, в которых преобладает конкурентная борьба, связана с оказанием помощи животным, детям, помощи людям, оказавшимся в тяжелых жизненных ситуациях, и решением экологических проблем.

В отличие от коммерческих компаний, организации третьего сектора ограничены в финансировании, поэтому помимо конкуренции ежедневно сталкиваются с проблемой продвижения. НКО приходится искать новые способы для привлечения внимания населения к социальным проблемам.

У социальных проектов нет цели получить коммерческую выгоду. Их основная задача — привлечение внимания общественности и государственных органов власти к решению или предупреждению проблем в различных областях, улучшение качества жизни населения, а также снижение социальной напряженности.

В связи с этим нами был разработан проект, который помог в продвижении детского телефона доверия. «Детский телефон доверия с единым общероссийским номером 8 800 2000 122 уже 10 лет работает для детей, подростков и родителей в трудных жизненных ситуациях» [2]. Нами было предложено разработать комикс, который бы наглядно демонстрировал выход из сложных ситуаций, и продвигал детский телефон доверия.

Комикс – это хороший литературный жанр донесения больших и сложных объемов данных до читателя. Особенно данный способ будет хорошо работать, если целевой аудиторией выступают дети. Ни для кого не секрет, что дети воспринимают информацию образами, а если эти образы будут структурированы и нести в себе четкую эмоциональную нагрузку, то информация привлечет внимание и запомнится намного быстрее [3].

Понятие «комикс» на данный момент можно трактовать как: 1) серия изображений с сопроводительным текстом, создающее комплексное повествование; 2) выстроенные последовательные изображения для передачи информации; 3) небольшая, наполненная иллюстрациями книга, обычно приключенческого содержания [4].

Комикс можно рассматривать как определенную медиатеchnологию, которая несет в себе новые способы упаковки смыслов и их доставки.

Комикс как маркетинговый инструмент активно начинает входить в арсенал российских PR-специалистов. Это сравнительно недорогой способ продвижения. Его преимущества заключаются в том, что создается контент, который можно поставлять целевой аудитории через разные каналы коммуникации: размещение комикса на сайте организации и представительствах в социальных сетях, а также других социальных медиа; материал для видеоролика и медийных билбордах; для размещения на наружных носителях; печатной продукции (журнал, листовка).

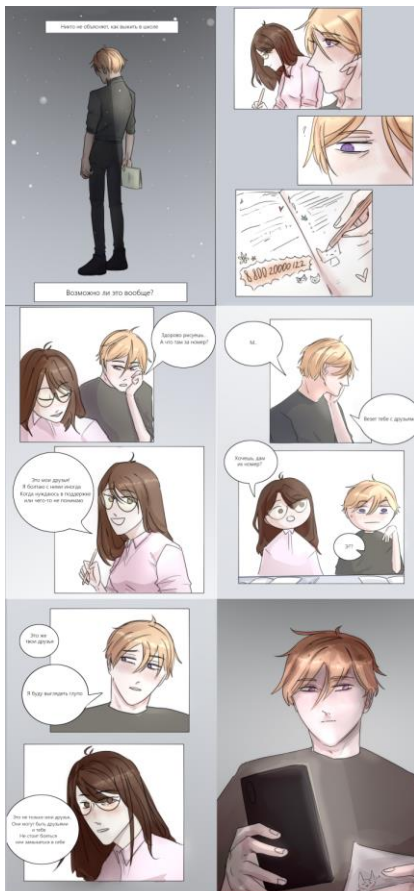


Рисунок 1. Пример комикса для продвижения детского телефона доверия

### Литература

1. «Хочу помочь» — проект о людях «третьего сектора» [Электронный ресурс]. URL: [https://rekportal.ru/works/socialnaya\\_reklama/xochu-pomoch-proekt-o-lyudyax-tretego-sektora/](https://rekportal.ru/works/socialnaya_reklama/xochu-pomoch-proekt-o-lyudyax-tretego-sektora/) (дата обращения: 16.10.2021).
2. КГБУСО Краевой кризисный центр для мужчин [Электронный ресурс]. URL: <http://www.criscentr.ru/> (дата обращения: 16.10.2021).
3. Кабалова Д.А., Марусева И.В. Комикс как антикризисный ресурс для «бумажной» рекламы // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2014. №2. С. 112–124.
4. Ванчугов А. А. Комикс как рекламный жанр // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы II Международн. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 18–20 апреля 2016 г.: в 2-х т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. Т. 2. С. 93–96.

**A.V. Loginovskaya**

**Altai State University**

#### **COMICS AS A WAY TO PROMOTE SOCIAL PROJECTS**

The promotion of social projects needs to find new ways of promotion. Comics as a marketing way of promotion is multifunctional. The article presents an example of promoting the children's helpline. The advantages of using a comic strip as a promotional tool are considered.

**Key words:** comic strip, advertising comic strip, social project.