



REKLAMA – ĮRANKIS, TEIGIAMAM VISUOMENĖS POVEIKIUI KURTI

Viktorija Samėnaitė
dr. Inga Valentinienė (*vadovas*)
Kauno kolegijos Menų akademija

Tyrimo tikslas. Pasiūlyti rekomendacijas teisingo lošimo punktų reklamos pateikimui vaikų atžvilgiu ir suaugusių žmonių auditorijai, kurie bus atsargesni patikint ne šimtaprocentinės sėkmės reklamomis ir privers susimąstyti apie lošimo pasekmes.

Reikšminiai žodžiai: azartas, internetas, lošimas, pinigai, pralošimas, priklausomybė, reklama, vaikai.

Tyrimo metodai. Mokslinės literatūros analizės metu išanalizuoti lošimo reklamų tipai, išryškinti neigiamo poveikio visuomenei aspektai bei išanalizuotos lošimo reklamų skatinimo lošti motyvai. Atlikta palyginamoji skirtingų tipų reklamos poveikio analizė.

Rezultatai ir / arba išvados.

Įvairiose medijose bei televizijoje dažnai galima išvysti reklamą apie azartinius žaidimus. Reklamos idėja – pritraukti kuo daugiau žmonių, siekiančių lengvai prieinamų pinigų. Tokia reklama dažniausiai talpinama internete, kuriame kasdien lankosi dauguma vaikų ir jaunuolių, kuriuos ypač lengva paveikti, panaudojant žaidybinius metodus pritraukti lošimams bei kurių psichika itin lengvai pažeidžiama. Toks poveikis sukelia patologinį sutrikimą – priklausomybę azartiniams lošimams, o to pasekmėje ir potraukį nusikalstamai veiklai. Taigi, reklama daro tiek tiesioginį, tiek pasąmoninį poveikį žmogui, kurie įtakoja materialinės bei visavertės gerovės praradimus.

Reklamuojant azartinius lošimus, reikia atsižvelgti į tam tikras taisykles, kurių privaloma laikytis. Reklamą reikia pateikti aiškiai, neapgaulingai, teikiant tikslią ir nedviprasmišką informaciją. Jos vaizdavimas negali būti keliamas vaikams lengvai prieinamoje vietoje. Pateikus reklamą taip, kad ji parodytų, jog ne visiems žmonėms pasiseka laimėti tam tikrą pinigų sumas, sustabdytų daugelį žmonių nuo priklausomybės ir azarto lošti. Kvietimas negali reprezentuoti šimtaprocentinės sėkmės, toks reklamos ištransliavimas neatitinka tikrovės. Laisvai reklamuoti tam tikrą lošimo punktą ir pan. galima tik lošimų organizatorių sukurtose svetainėse.

Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas. Ši tema nėra nauja, bet dar vis kurianti skaudžias pasekmes visuomenei. Daugelis lošiančių žmonių tampa priklausomi nuo azartinių žaidimų, ypač vaikai. Atsižvelgiant į įstatymus, reklamos neturėtų skatinti priklausomybės azartiniams lošimams, kurie pakenktų žmonių gerovei. Pagal tyrimo metu sudarytas rekomendacijas, teisingai sukurta lošimo punkto reklama, nebus patalpinta į nemokamai prieinamas socialinio tinklo vietas, taip pat nesukels neigiamo poveikio vaikams ir privers pagalvoti suaugusių žmonių auditoriją, apie lošimo pasekmes.