

Reklama se stala každodenní součástí našeho života. Setkáváme se s ní jak ve veřejných prostorech formou billboardů, plakátů, poutačů, tak i v soukromí, kde na nás útočí z obrazovek, rádia, tisku... Reklama je součástí globalizovaného světa a komerční reklama se podílela a podílí na vytváření a fungování konzumní společnosti. Orientace na materiální statky, kterou komerční reklama podporuje, se často děje na úkor statků duchovních, kulturních i sociálních. V poslední době se však i v České republice stále častěji setkáváme s jiným druhem reklamy. Je to tzv. sociální reklama, jejíž cílem není prodej zboží či služeb, ale snaží se v lidech probouzet pocit odpovědnosti za sebe i za druhé. Můžeme sem zařadit reklamy proti diskriminaci, reklamy na podporu neziskových organizací různého zaměření, protikuřácké reklamy a další, které se zabývají tématem prevence nemocí, reklamy věnující se lidskoprávním otázkám či stavu naší planety apod. Většinou se jedná o celospolečenské problémy, o kterých se sociální reklama snaží informovat, případně přimět občany k přispívání na dobročinné účely. Tyto reklamy tedy nejsou orientovány na hmotný zisk, i když o přínos nepřímých ekonomických efektů pro společnost se snaží (eliminace negativních jevů, vzdělanější společnost...). Sociální reklamy jsou zadávány většinou státními a nestátními neziskovými organizacemi. Pokud je zadavatelem takové reklamy soukromá firma, většinou se jedná o přechodový druh sociální reklamy.