

Anotace

Diplomová práce *Možnosti sociální reklamy v oblasti praxe české sociální práce* pojednává o relativně novém žánru v naší společnosti - sociální reklamě - a o tom, jak sociální pracovník dnes může využít tento druh reklamy ve své činnosti. Jedná se o vymezení pojmů sociální reklamy, o historii jejího vzniku a úrovně rozvoje v některých zemích, o tom, kým a k čemu je hlavně používána. Důraz je kladen na hledání odpovědí, zda může sociální reklama být považována za jeden z nástrojů sociální práce, pomoci kterého máme možnost zaměřit pozornost veřejnosti na existující společenské problémy, najít prostředky k jejich řešení a zabránit vzniku nových patologických jevů. Práce se také zaměřuje i na sociální marketing, který úzce souvisí se sociální reklamou a také může a musí být používán pro úspěch jakékoliv sociální kampaně, na popis nových trendů v činnosti komerčních organizací. Tyto trendy jsou označeny jako společenská odpovědnost firem. Závěrečný text je věnován problematickým aspektům rozvoje sociální reklamy, jejímu uplatňování v sociální práci a opatřením, která mohou být implementována pro prosazení sociální reklamy v České republice obecně i v praxi sociálního pracovníka. Obrazová příloha ilustruje některé realizované sociální reklamy uvedené v textu.