Организации, заинтересованные в распространении социальной рекламы в Сети, подписали меморандум о сотрудничестве

В рамках собрания экспертного клуба Национального форума рекламы 29 сентября состоялась торжественная церемония подписания меморандума о социальной рекламе в интернете, разработанного АНО «Институт развития интернета».

Участие в церемонии приняли представители компании «Яндекс», Rambler Group, Mail.ru Group. В числе подписантов и гарантов соблюдения меморандума — Общественная палата РФ и Институт развития интернета.

Меморандум призван улучшить распространение социальной рекламы, наладить взаимодействие участников на основе открытой процедуры отбора проектов, равноправия и уважения друг к другу. По мнению экспертов, соглашение расширит возможности заказчиков и производителей социальных проектов в доведении своего продукта до пользователей, будет стимулировать производство и распространение контента с учетом интересов аудитории и целей общественных организаций и социальных проектов. Важно и то, что меморандум — открытый документ, присоединиться к которому могут и другие площадки распространения информации в интернете.

Елена Тополева-Солдунова, председатель Комиссии Общественной палаты РФ по развитию некоммерческого сектора и поддержке социально ориентированных НКО, напомнила, что решение об объединении интернет-площадок, НКО и других организаций, заинтересованных в распространении социальной рекламы в Сети, было принято неделю назад на заседании Координационного совета при Общественной палате РФ по социальной рекламе и социальным коммуникациям. Участники встречи предложили разработать механизм, с помощью которого крупные интернет-площадки смогут выделять ресурсы для размещения социальной рекламы, рассказала она.

«Почему нужна социальная реклама, особенно ярко показал период пандемии: именно в это непростое время появилась взрывная волна социальных инициатив, интересных проектов, которые были предложены и некоммерческими организациями, в том числе благотворительными фондами, и бизнесом. И именно в это время интернет-площадки протянули руку помощи этим инициативам. Благодаря тому что они объединились, большое количество людей увидело яркие примеры волонтерской помощи, взаимопомощи во время пандемии и смогло присоединиться ко многим этим инициативам. Нам всем стало понятно, что если объединить ресурсы, то эти добрые начинания найдут поддержку. Я приветствую, что за столь короткое время ведущие игроки в сфере интернета договорились о неких правилах игры

и подписании меморандума», — поделилась Елена Тополева-Солдунова.

Подписание меморандума стало логическим шагом для компании, которая не первый год занимается социально ориентированными проектами, считает директор по связям с государственными органами Mail Group Константин Голуб.

«Для нас как участников рынка критически важны понятные правила игры, например, самым сложным будет определить критерии социальной рекламы в интернете, — подчеркнул он. — В целом для нас участие в этом меморандуме будет этапом в развитии социально ориентированных сервисов корпорации».

Своевременным назвал появление меморандума исполнительный директор по медиа Rambler&Co Андрей Цыпер: «Приятно отметить, что хорошее, благое дело начало реализовываться не по принуждению, а по доброй воле всех участников. Надеюсь, что в дальнейшем к нему примкнут все участники рынка, а не только крупные компании».

Директор по взаимодействию с государственными органами «Яндекса» Игорь Алексеев напомнил, что социальные проекты — это не только фонды, социальные институты, институты развития, но и компании, которые в сложные времена, используя свои технологии, помогают реализовывать социальные инициативы.

«В своем взаимодействии с фондами мы часто сталкиваемся с тем, что нет инструментов, не хватает ресурсов, чтобы верифицировать социальные инициативы, понять, насколько они целесообразны и оправданны. Меморандум позволит решить эти задачи, сделает механизмы продвижения социальной повестки более эффективными, прозрачными и правильными», — уверен он.

В том, что со временем к меморандуму присоединится еще большее количество компаний, в том числе иностранных, убежден генеральный директор Института развития интернета Антон Ключкин.

«Мы ожидаем, что результатом будет создание более глобальной инициативы на рынке социальной рекламы в интернете: как вы знаете, на регулирование социальной рекламы текущее законодательство не распространяется, кроме того, немного подвисли в воздухе и стандарты социальной рекламы, социально значимого контента, социальных проектов и т. д. Нам бы хотелось с помощью этого меморандума запустить дискуссию, чтобы определиться с самим понятием этого явления, — поделился Антон Ключкин. — Мы благодарны Общественной палате РФ, нашим коллегам за то, что они пошли навстречу друг другу. Уверен, что теперь многие хорошие, добрые дела смогут достичь аудитории, которая иначе бы их не смогла получить».

Пресс-служба ОП РФ