

SIRE

STICHTING IDEËLE RECLAME

Vernieuwde SIRE-campagne 'De maatschappij. Dat ben jij.' zet aan tot participatie

Amsterdam, 8 november - Vanaf vandaag verschijnen in diverse dag-en weekbladen drie nieuwe advertenties van de SIRE-campagne 'De maatschappij. Dat ben jij.' Samen met de bioscoopcommercial, die sinds 4 november te zien is in theaters door heel Nederland, vormen deze advertenties de eerste uitingen van een nieuwe fase in de 'paraplu'-campagne van SIRE (Stichting Ideële Reclame). Met deze campagne wil SIRE het belang van maatschappelijke betrokkenheid onder een breed publiek onder de aandacht brengen.

Participatie

In de eerste fase van de campagne, die op 12 maart 1998 van start ging, lag het accent op signalering van maatschappelijke issues zoals geweld op straat, vereenzaming en vervuiling.

In de tweede fase spreekt SIRE het publiek nadrukkelijker aan op de eigen verantwoordelijkheid. Onder het motto 'Wie is hier nu eigenlijk de baas?' schetst SIRE het gevaar van een geïndividualiseerde maatschappij waarin de zorg voor de samenleving is uitbesteed aan officiële instanties. Daarbij wordt specifiek aandacht gevraagd voor de vraag 'wat kan ik daar nou aan doen?'. Uit diverse onderzoeken (NSS, SCP) blijkt namelijk dat de meeste mensen zich wel zorgen maken over zaken als individualisering, verharding van de maatschappij, normvervaging en toenemend geweld, maar dat veel minder mensen daar werkelijk iets aan doen. Vooral onder jongeren is de actiebereidheid laag.

Daarom heeft SIRE, in samenwerking met de Nederlandse Organisatie Vrijwilligerswerk (NOV) en het Instituut voor Publiek en Politiek (IPP) een advertentie ontwikkeld die de mensen op indringende wijze aanspoort om zich aan te melden als vrijwilliger. NOV en IPP verzamelen alle aanmeldingen en brengen deze mensen in contact met de plaatselijke afdeling van een vrijwilligersorganisatie of belangenvereniging.

Tegelijkertijd is er in tal van bioscopen een bijzondere commercial te zien, die het publiek letterlijk en figuurlijk weet te pakken. Verder is er nog een aantal activiteiten in voorbereiding voor volgend jaar, waaronder een televisiecommercial.

SIRE

De Stichting Ideële Reclame SIRE is dertig jaar geleden opgericht door mensen uit de praktijk van het communicatievak. Zij brengt, dankzij de belangeloze medewerking van bureaus en bedrijven, ideële onderwerpen onder de aandacht waarvoor geen andere fondsen beschikbaar zijn. Naast de overkoepelende campagne, 'De maatschappij. Dat ben jij.' voert SIRE regelmatig thematische campagnes, zoals recentelijk over rouwverwerking, taalgebruik, vaderschap en vuurwerk.