

## **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ОБЩЕСТВЕ**

*Актуальность.* Социальная реклама является признанным во всем мире инструментом формирования общественного самосознания. Интерес общества к ней вызван большим количеством социальных проблем. Данный вид рекламы направлен на изменение поведенческой модели людей и решение актуальных проблем.

*Методология и постановка проблемы.* Наиболее актуальными проблемами общества в Республике Беларусь, которые затрагивает социальная реклама, являются: курение, алкогольная и наркотическая зависимость, предупреждение чрезвычайных ситуаций, насилие в семье, обязанности граждан, семейные и нравственные ценности, безопасность на дорогах и защита окружающей среды.

В любом государстве, которое считает себя правовым, общество стремится свести все социальные проблемы на ее территории к минимуму. Специально для этого разрабатывается особый комплекс мер, которые объединены в социальную политику государства.

Растет сила и влияние СМИ, появляются новые и совершенствуются существующие способы передачи информации. Всё это, совместно с интересом и потребностью государства в целенаправленном воздействии на общество, создает предпосылки для развития и усовершенствования социальной рекламы в Республике Беларусь.

*Анализ фактического материала.* Приоритетом социальной политики Беларуси является защита интересов простых граждан и поддержка людей, находящихся в сложной жизненной ситуации. Данная политика находит отражение в социальной рекламе Республики Беларусь.

Уровень потребности населения в социальной рекламе весьма высок, что свидетельствует о необходимости целенаправленного использования потенциала социорекламной коммуникации во благо, в соответствии с объективно неизбежными целями и задачами социальной и информационной политики государства. Назначение социальной рекламы в современном обществе в привлечении общественного внимания к актуальным, острым социальным проблемам и путям их решения, совершенствование социальной жизни, формирование общественного самосознания, активной жизненной позиции.

Социальная реклама стала одним из инструментов снижения социальной напряженности и решения назревших проблем.

1. *Образ жизни.* Несмотря на усиленные и активные медицинские мероприятия, проблема алкогольной и наркотической зависимостей в современном мире остаётся актуальной.

В Республике Беларусь 17 % смертей от внешних причин происходят вследствие случайных отравлений алкоголем, что составляет 1394 человека по состоянию на 2016 год.

Таблица 1

**Основные показатели, связанные с алкогольной и наркотической зависимостью**

<b>Наименование показателя</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>2014 г.</b>	<b>2015 г.</b>	<b>2016 г.</b>
Заболеваемость населения алкоголизмом и алкогольными психозами, тыс. чел.	27,2	23,7	21,7	20,5	19,5
Заболеваемость населения наркоманией и токсикоманией, тыс.чел.	1,5	1,7	1,5	1,4	1,0
Преступления, связанные с наркотиками, тыс.чел.	4,5	4,2	5,1	7,4	7,3
Преступления, совершенные в состоянии алкогольного опьянения, тыс. чел.	26,9	21,7	19,9	18,3	17,6
Преступления, совершенные в состоянии наркотического опьянения, ед.	1271	1577	1709	2138	2275

Алкогольная и наркотическая зависимость ассоциируется со многими серьезными проблемами общества и развития, включая насилие, безнадзорность детей и жестокое обращение с ними, а также невыход на работу.

Из всех зарегистрированных преступлений в 2016 году 7,5 % связано с наркотиками.

Анализируя данные таблицы, следует отметить, что по показателям, связанным с алкогольной зависимостью, наблюдается тенденция к уменьшению. И это находит свое отражение в социальной рекламе. Так, в последние годы в РБ наблюдается все меньшее количество рекламы, связанной с предупреждением алкогольной зависимости. Однако по большинству показателей относительно наркотической зависимости напротив наблюдается увеличение. В связи с этим социальная реклама касательно борьбы с наркоманией получила большую распространенность.

**2. Правопорядок и законопослушание.** Несмотря на уменьшение общего числа нарушений ПДД и эксплуатации транспортных средств, остается актуальной проблема нетрезвой аварийности.

Исследования свидетельствуют о том, что состояние алкогольного опьянения существенно снижает реакцию водителя и повышает вероятность совершения ДТП в 55 раз. Поэтому Беларусь в течение 10 последних лет идет по пути ужесточения наказания в отношении нетрезвых водителей.

Из общего числа погибших в результате ДТП в 2016 году 18,7 % погибло по вине водителей в состоянии алкогольного опьянения.

Число погибших в результате дорожно-транспортных происшествий по вине водителей в состоянии алкогольного опьянения с 2015 по 2016 год

увеличилось на 21,6 %. Данная статистика нашла отражение в социальной рекламе Республики Беларусь, которая связана с предупреждением вождения в нетрезвом виде и других нарушений правил дорожного движения.

Таблица 2

**Основные показатели, связанные с дорожно-транспортными происшествиями**

Наименование показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Число нарушение правил дорожного движения или эксплуатации транспортных средств, ед.	1541	1430	1165	1156	1054
Число погибших в результате дорожно-транспортных происшествий, чел.	1200	1039	894	757	664
Число погибших детей в результате дорожно-транспортных происшествий, чел.	592	463	442	434	372
Число погибших в результате дорожно-транспортных происшествий по вине водителей в состоянии алкогольного опьянения, чел.	226	181	135	102	124

3. *Семейные и нравственные ценности.* Семья, как основной элемент общества, была и остается хранительницей человеческих ценностей, культуры и исторической преемственности поколений, фактором стабильности и развития. Благодаря семье крепнет и развивается государство, растет благосостояние народа.

Таблица 3

**Основные показатели, связанные с семейными и нравственными ценностями**

Наименование показателя	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Число браков, ед.	86785	76245	87127	83942	82030
Число разводов, ед.	38584	39034	36105	34864	32984
Число родившихся, чел.	109147	115893	117997	118534	119028
Число родившихся у женщин, не состоявших в зарегистрированном браке, чел.	20734	21075	19006	17679	16463
Число аборт, ед.	32000	28600	31200	30000	29200

В 2011 году была принята «Национальная программа демографической безопасности Республики Беларусь на 2011–2015 годы». Одна из

основных задач Национальной программы – укрепление духовно-нравственных основ семьи, возрождение и пропаганда семейных ценностей и традиций. Принятие программы свидетельствует об озабоченности государства состоянием семейных отношений в стране [3].

Данная программа показала положительные результаты. Количество разводов с 2012 по 2016 год снизилось на 14,5 %, число родившихся за этот же период увеличилось на 9 %. Наблюдается уменьшение количества детей, родившихся вне брака на 20,6 %, а также числа абортующих на 8,8 %.

Но, несмотря на это, обществу всё ещё есть о чём беспокоиться. Количество браков с 2015 по 2016 год сократилось почти на 2000, а число разводов за 2016 год составляет 40,2 % от количества браков за этот же период. Среди расторгнутых браков наибольший удельный вес более 40 % приходится на возраст 25–34 года, то есть на наиболее репродуктивный возраст.

Национальная статистика подтверждает международную: каждая третья женщина в стране страдает от физического насилия в семье, из них лишь 29,2 % обращаются за помощью. В 2015 году только по статье УК 9.1 КоАП ч. 2 – нанесение побоев, не повлекших причинения телесных повреждений, умышенное причинение боли, физических или психических страданий, совершенные в отношении близкого родственника либо члена семьи – в стране было привлечено 25 676 правонарушителей. По статистике, за свою жизнь 77 % женщин сталкиваются с одной или несколькими формами партнерского насилия. Каждое четвертое женское самоубийство в Беларуси – следствие насилия в семье.

По оценкам экспертов, существующее положение подкрепляется рядом системных причин. Одна из них – нехватка эффективного, в том числе и превентивного информирования граждан о гендерном насилии. Эти темы не получали систематического и глубокого освещения в СМИ и образовательных программах: оказываясь в ситуации насилия, женщины часто не имели процессуальных знаний, которые позволили бы им получить помощь правоохранительных органов.

Национальный идеал семьи – это идеал большой, многодетной крепкой семьи, отношения в которой построены на христианских ценностях веры, надежды и любви. Именно этот идеал нашёл своё отражение в социальной рекламе Республики Беларусь. В последние годы наблюдается увеличение пропаганды семейных ценностей и традиций, а также информирования граждан о гендерном насилии посредством социальной рекламы [2].

Не смотря на то, что основные социально значимые показатели в последние годы имеют положительную тенденцию, нет основания утверждать, что этот результат обеспечен эффективной социальной рекламой.

Социальная реклама в Беларуси создается непрофессионально, многие белорусы считают ее бестактной, серой и неинтересной. Одной из причин является несовершенство законодательной базы, а именно Закон «О рекла-

ме», согласно которому в городе не должно быть пустующих рекламных конструкций, из-за чего искусственно увеличивается потребность в социальной рекламе, тем самым повышая ее количество и снижая качество [4].

Также в Законе «О рекламе» указано, что социальная реклама не должна носить коммерческого характера. Это означает, что в социальной рекламе не могут упоминаться коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, а также конкретные товары, продукция, работы, услуги, производимые или реализуемые ими. Тем самым ограничивается участие коммерческих организаций в финансировании разработок социальной рекламы [1].

Исходя из выявленных проблем, для повышения эффективности социальной рекламы необходимо внести некоторые коррективы в законодательство.

Прежде всего, все кампании по социальной рекламе должны в равной степени спонсироваться некоммерческими организациями, бизнесом, частными лицами или правительственными структурами. Это позволит увеличить финансовые вложения в разработку и размещение социальной рекламы. Однако для привлечения спонсоров необходимо разрешить упоминание организаций или частных лиц в социальной рекламе. Самому упоминанию не должно отводиться более 7 % площади кадра. При распространении рекламы другими способами, данная информация не должна занимать более 5 % рекламного пространства. Данные изменения повысят заинтересованность сторонних организаций в спонсировании социальной рекламы.

Причиной отсутствия креатива, интересной подачи в социальной рекламе РБ не является дефицит профессиональных кадров. Беларусь входит в топ стран по числу побед молодых рекламистов на Каннском фестивале рекламы в конкурсе «Young Cannes Lions». Также в Беларуси проходит Международный Фестиваль рекламы и маркетинга «Белый Квадрат», в котором есть отдельная секция, посвященная социальной рекламе. В фестивале ежегодно участвует большое количество талантливой молодежи, однако их работы не находят широкого распространения, так как это не предусмотрено в рамках призового фонда. Соответственно, возникает актуальное предложение использовать в качестве приза возможность размещения лучших работ на улицах города.

Современное общество в настоящее время находится в процессе активной трансформации. Становление рыночной экономики, гражданского, информационного общества, трансформация сознания большей части населения – всё это непосредственным образом влияет на социальную жизнь нашего государства. Поэтому особо остро стоит задача совершенствования всех сторон общественной жизни, особое значение получает такой вид воздействия на массовую аудиторию, как социальная реклама – один из важнейших коммуникационных каналов управления процессом становления принципиально иной системы ценностей в массовом сознании.

Приходит понимание, что социальной рекламой должно и может заниматься не только государство, но и бизнес и общество. Развиваясь, социальная реклама осваивает разные сферы информационного пространства и естественно становится одним из новейших инструментов влияния на группы общества.

### **Список источников**

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3 [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – URL: <http://www.pravo.by> – Дата доступа: 27.04.2017.
2. Здоровье, семья и материальное благополучие - важнейшие приоритеты современной белорусской молодежи // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: [iac.gov.by/nfiles/8000023\\_862243.pdf](http://iac.gov.by/nfiles/8000023_862243.pdf). – Дата доступа: 29.04.2017.
3. Национальная программа демографической безопасности Республики Беларусь на 2011–2015 годы / Министерство здравоохранения Республики Беларусь. – Минск, 2011.
4. Почему социальная реклама не будоражит сознание белорусов. Интервью с экспертами С. Скороходом, Н. Олифинович и др. [Электронный ресурс]. – URL: <http://medusa.com.by/articles/0020300.html>. – Дата доступа: 29.04.17.
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2016.