

Социальная реклама как инструмент противодействия коррупции

Научный руководитель – Попова Наталья Юрьевна

Соловьева Людмила Витальевна

Студент (бакалавр)

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

E-mail: Olgochka5@yandex.ru

В условиях развития современного общества возрастает внимание к исследованию проблем, связанных с определением значимости массовой коммуникации как фактора регулирования общественных отношений. Средства массовой информации играют роль важного социального института, который оказывает огромное влияние на ценностные ориентиры и установки общества, а также основательно меняет социальное взаимодействие. Среди всех инструментов массовой коммуникации особое место должно быть отведено социальной рекламе.

Социальная реклама несет в себе сжатую информацию в художественно выраженной форме. Реклама способна проникать в сознание людей и привлекать внимание к наиболее важным аспектам существующих проблем. Например, последние 10 лет в Западной Европе, социальная реклама привлекала общественное внимание к проблеме жестокого обращения с животными, в частности в цирках. Агентство «Partners Lisboa», Португалия представили плакат с названием «Животные не клоуны», который призывает людей уважительно относиться к животным. Под давлением общественного мнения, более 45 стран уже приняли законы о запрете использования животных в индустрии развлечений. Подобным образом социальная реклама может работать и с другими проблемами общества, через создание общественного мнения и общественной нетерпимости к подобным явлениям.

Для нашей страны важнейшей социальной проблемой является коррупция, которая не только способствует сокрытию преступлений, но и крайне негативно сказывается на всей экономике.

Коррупция - это преступление, заключающееся в прямом использовании должностным лицом прав, предоставленных ему по должности, в целях личного обогащения. Коррупцией называют также подкуп должностных лиц, их продажность. Такое деяние карается уголовным наказанием, согласно статье 290 УК РФ. Взяткой может считаться любая переданная в качестве дара денежная сумма или любой презент, переданный одним лицом (взяткодателем) взамен совершения каких-то действий с принимающей стороны (взяткополучателя).

Одним из эффективных инструментов для предотвращения подобных преступлений может быть социальная реклама. Многие страны оценили потенциальную эффективность этого инструмента. Например, в Латвии была проведена акция против коррупции в медицине, которую развернуло местное антикоррупционное бюро (KNAB). По инициативе организаторов кампании, в больницах были размещены двуязычные плакаты, на которых изображены медицинские манипуляции со слоганом «Услуга уже оплачена». Из-за большого числа русскоязычных жителей специалисты использовали оба языка.

Для кампании «Индия против коррупции» был выбран слоган: «Не проповедуй, а говори». Социальная реклама с текстом: «Не каждая рупия, выделенная на образование (медицину, инфраструктуру, жилье), идет в образование (медицину, инфраструктуру, жилье)» призывали людей раскрывать коррупционеров и передавать сведения надлежущим органам.

В России тоже существуют примеры удачного использования средств социальной рекламы в борьбе с коррупцией. Например, прокуратура Брянской области выпустила видеоролик со следующим слоганом: «Считаешь, что взятка изменит твою жизнь? Мечтаешь о новой машине, красивом доме? Твоя мечта обязательно сбудется». Все это обещают чиновники. Ролик содержит полицейскую машину, колючую проволоку и тюремную камеру с надписью «и выглядеть она будет так».

В Тюмени были вывешены рекламные щиты с изображением людей разных профессий с ценниками вместо головы. Это символизирует взяточничество в любой профессии. Нельзя обойти стороной и видеоролик из Чувашии, который демонстрирует взятки в вузах, полиции и больницах. В конце клипа были четко прописаны санкции для берущего и дающего взятку человека, а также для посредника. Видеоролик показывает всю трагичность ситуации. Ведь если глобально рассматривать ее, то можно выявить, что все завязано на деньгах, любая сфера деятельности.

На современном этапе нельзя говорить о том, что социальная реклама самый эффективный инструмент решения социальных проблем. Это связано и с отношением общества и с качеством самой рекламы. Для повышения её эффективности необходимо правильно определять целевую аудиторию (нужно точно знать, кто или что является причиной данной проблемы и кто действительно может ее устранить). Наравне с основательными маркетинговыми исследованиями, во время разработки любой концепции рекламного сообщения, необходимо провести ряд социологических исследований, которые позволят проанализировать целевую аудиторию, конкретизировать её и вычленив из «общей массы».

Формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению осуществляется посредством организации воспитательной, образовательной и просветительской деятельности, направленной на укрепление доверия к власти. Данная деятельность включает не только создание, но и использование социальных плакатов, видеороликов. Зачастую, работы представленные на различные конкурсы антикоррупционной социальной рекламы, остаются достоянием только жюри и зрителей конкурса не получают должного внимания со стороны общества.

Подводя итог, можно сделать вывод, что противодействие коррупции с использованием механизмов антикоррупционной пропаганды является одним из важных инструментов национальной, региональной, ведомственной и муниципальной антикоррупционной политики. Использование социальной рекламы как эффективного инструмента борьбы с коррупцией возможно при условии поддержки государственными органами и муниципальной властью.

Источники и литература

- 1) Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики / Г.Г. Николайшвили / *Общественные науки и современность*. - 2009. - №1. - С. 101-109.
- 2) Попова, Н.Ю. Шокирующая социальная реклама: проблема этичности и эффективности [Текст] / Н.Ю. Попова // *Современная стратегия противодействия наркомафии, алкоголизму и иным асоциальным явлениям: сб. материалов межд. науч.-практ. конф.* - Воронеж: РИТМ, 2016. - С. 506-510