

ГОРОД И МЫ

Как разместить социальную рекламу в кризис?

24 февраля в Общественной палате РФ прошел *Круглый стол на тему «Актуальные вопросы размещения социальной рекламы в СМИ и рекламном пространстве современной России»*. Представители СМИ, операторы наружной рекламы и НКО обсудили возможные пути решения взаимодействия некоммерческих организаций и рекламодателей.

Проблема трансляции социальной рекламы в российском рекламном пространстве является одной из наиболее обсуждаемых в последние 10 лет. Но в кризисный период некоммерческим проектам все труднее пробиваться в СМИ. В результате огромный пласт социально-значимой информации не может достичь своей аудитории.

Именно проблеме размещения социальной рекламы в России был посвящен *Круглый стол*, открывший VII Международную конференцию «Повышение эффективности социальной рекламы в России», модераторами которой стали член Общественной палаты РФ, директор АНО «Агентство социальной информации» Елена Тополева-Солдунова и Сергей Пискарев, генеральный директор ООО «Газпром-Медиа», председатель Комитета по предпринимательству в сфере рекламы Торгово-Промышленной палаты РФ. Для поиска путей решения этой давно назревшей проблемы совместными усилиями за столом переговоров собрались как представители некоммерческих организаций, так и рекламодатели, в частности, представители крупнейшего в России медиахолдинга ООО «Газпром-Медиа», группы компаний «Видео Интернешнл» и агентства по продаже рекламы «Эверест-С» (СТС-медиа).

По словам Елены Тополевой-Солдуновой, «такая площадка открытого диалога создана впервые. Не однажды некоммерческие организации поднимали для обсуждения эту проблему, но не хватало мнения второй стороны — СМИ, рекламодателей». Сегодня же мы можем обменяться мнениями с ведущими федеральными телеканалами страны».

Согласно существующему законодательству, до 5% эфира и рекламных площадей должны быть использованы для размещения социальной рекламы. Но прозрачности в этом вопросе нет до сих пор, и зачастую социальные ролики появляются в эфире в



ночное время или им отказывают в размещении. По словам Сергея Пискарева, корень разногласий между рекламодателями и рекламодателями кроется в отсутствии четких дефиниций социальной рекламы и слабой мотивации участников процесса. Несмотря на значительное развитие социальной рекламы за последние 15–20 лет, не существует четкого понимания, какая информация может претендовать на социальную значимость, а какая нет. «НКО не знают, как правильно донести свой месседж, а СМИ не знают, как об этом говорить. И им нужно помочь», — утверждает Дарья Тинбуш, соучредитель фонда «ОЖиви Мечту».

Критическая ситуация сложилась и на рынке размещения наружной рекламы. По словам вице-президента Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) Елены Решетовой, до 90% конструкций могут быть признаны нелегитимными, число площадей сокращается, что приводит к значительному повышению цен на размещение. На этом фоне проблемы в сфере социальной рекламы чувствуются особенно остро: препятствиями являются и отсутствие разграничений между «социальной» и «социально-значимой» рекламой, и продвижение муниципальными органами собственных компаний, и игнорирование федеральных проектов... Кроме того, как призывает Дарья Волкова, руководитель юридического отдела «Эверест-С» (СТС Медиа), не стоит забывать, что, несмотря на свои отличия от коммерческой, социальная реклама также должна

быть добросовестной, достоверной и этичной.

«Долгое время налогообложение являлось камнем преткновения по части рисков, связанных с распространением социальной рекламы, — заявляет Дмитрий Корсаков, управляющий партнер компании «Корсаков&партнеры», — но сегодня, после принятия поправок в налоговое законодательство в 2011 году, в этой сфере не существует неустраняемых препятствий для размещения СМИ социальной рекламы для НКО».

Участники *Круглого стола* сошлись во мнении, что для структурирования и контроля деятельности по распространению социальной рекламы необходим коллективный арбитр и двигатель, который не только установит единые «правила игры», но и будет следить за их соблюдением. Нужно поощрять социальную ответственность медиа, вводя отчетность, рейтинги и антирейтинги. В завершение *Круглого стола* Пюзеллой Николайшвили, директором АНО «Лаборатория социальной рекламы» и руководителем конференции, был озвучен проект резолюции, в котором обозначены рекомендации федеральным телеканалам увеличить присутствие социальной рекламы в рекламных блоках, а также необходимость разработки критериев выбора приоритетных тем для инициации федеральных кампаний по социальной рекламе в России.

По материалам *Круглого стола* в Общественной палате РФ

ОТ РЕДАКЦИИ. В числе СМИ, принимавших участие в работе *Круглого стола*, был и представитель редакции газеты «Персей». И, хотя наибольшая часть выступлений касалась проблем размещения социальной рекламы на каналах центрального телевидения России, на своем опыте мы можем утверждать, что постоянная поддержка в районных СМИ социально значимых инициатив, выдвигаемых НКО, различными общественными объединениями и местными энтузиастами, приносит большую пользу. Подробные статьи, в отличие от промелькнувших на ТВ социальных роликов, больше помогают людям проникнуться идеями благотворительности, подвижничества и пополнить ряды волонтеров, которые сегодня участвуют в решении важных социальных задач общества. В течение 20 лет наша редакция является информационным спонсором Парартийского центра «Иван да Марья» (рук. М. М. Веселовская-Томаш) и МООИ «На Сумском» (рук. Т. Ф. Коровина) — организаций, которые занимаются творческой реабилитацией инвалидов, и не только. Мы не раз рассказывали о деятельности благотворительного фонда «Поверь в мечту» (рук. С. Небянская), поддерживающего детей с онкозаболеваниями. На страницах газеты выступали местные энтузиасты с идеями, как сделать лучше окружающую жизнь. И эти публикации находят отклик в сердцах наших читателей. А значит, девиз журналистского конкурса «Люди для людей», лауреатами которого не раз становились корреспонденты газеты «Персей», будет по-прежнему воплощаться в добрых делах, рассказать о которых наша газета всегда найдет возможность.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Российский патриотизм нуждается в прочном правовом фундаменте

Единственно возможная национальная идея для России — патриотизм. Об этом 3 февраля заявил Президент РФ Владимир Путин, выступая на встрече «Клуба лидеров».

По словам Президента, эта идея не идеологизирована, не связана с деятельностью какой-то партии, а наоборот, является общим объединяющим началом. «У нас нет никакой, и не может быть другой объединяющей идеи, кроме патриотизма», — подчеркнул глава государства. Ранее он отмечал, что патриотизм должен быть нравственным ориентиром для подростков.

Полностью поддерживаю Президента РФ, потому что именно патриотизм сегодня призван стать основой и движущей силой для развития России как сильного и независимого государства. В этом направле-

нии нами ведется серьезная работа. Недавно я провел очередную встречу с представителями ветеранских организаций города Москвы, на которой обсуждалась важность формирования патриотического духа у молодого поколения и необходимость создания правового фундамента в виде Федерального закона «О патриотическом воспитании в Российской Федерации».

Я считаю, что стране необходима нормативно-правовая база, регулирующая патриотическое воспитание. Кроме того, закон обяжет органы исполнительной власти в обязательном порядке проводить работу по патриотическому воспитанию



молодежи. Это крайне важно, потому что патриотизм не заложен в нас генетически и не передается по наследству, а формируется на протяжении всей жизни. Особое значение для патриотического духа нации имеют военные победы России. Именно эти исторические события вызывают у современной молодежи наибольший патриотический подъем.

Анатолий Выборный,
депутат Госдумы РФ

Избрать достойных кандидатов в депутаты



11 февраля партией «Единая Россия» был дан старт проведению предварительного голосования по отбору кандидатов на выборы в Госдуму РФ седьмого созыва (праймериз).

Для чего же предназначены праймериз, которые состоятся 22 мая 2016 года? Тем, кто намерен в них участвовать, будет предоставлена возможность проявить себя во время различных агитационных мероприятий и дебатов, участие в которых будет обязательным для всех, а затем выйти на открытое рейтинговое голосование, в ходе которого их ждет реальная оценка рядовыми избирателями.

Согласно Положению, предусмотрено только самовыдвиже-

ние участников. Основные требования к самовыдвиженцам — возраст от 21 года, отсутствие судимости, в том числе погашенной, отсутствие финансовых активов за рубежом, членство в «Единой России» или беспартийность.

Вся подготовка к праймериз будет проходить открыто. На сайте pg.er.ru будет размещаться вся информация о зарегистрированных участниках предварительного голосования по выборам в Государственную Думу РФ, избирательных участках и т. д.

При этом для всех желающих принять участие в праймериз работает образовательный проект «Кандидат» (candidate.pg.er.ru). Портал содержит материалы, которые помогут потенциальным кандидатам правильно выстроить тактику и стратегию ведения предвыборной кампании.

Все это поможет сделать весь процесс по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ прозрачным, понятным, легитимным, интересным и открытым для избирателей.

Уважаемые москвичи!

15 февраля я подал документы в Московское отделение партии «Единая Россия» для регистрации в качестве участника предварительного голосования. В границы моего избирательного округа входят Черганово Центральное, Черганово Южное, Ясенево, Северное Бутово, Южное Бутово.

Жителей этих районов, которым безразлична судьба нашего города и страны, приглашаю в свою команду агитаторов для участия в кампании по предварительному голосованию по выборам кандидатов в Государственную Думу VII созыва.

Нам вместе предстоит большая и очень интересная работа, рассчитываю на вашу поддержку. Агитатором может стать любой гражданин Российской Федерации старше 18 лет. **Записаться в команду можно в моей общественной приемной,**



которая находится по адресу: ул. Академика Арцимовича, д. 9, к. 1.
Справки — по телефону: 8-800-555-7835.

Анатолий ВЫБОРНЫЙ,
депутат Госдумы РФ