

СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ «ПРОБЛЕМА ВЫГУЛА СОБАК»

Попова А.В., доц., Ясинович В.П., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена актуальная проблема выгула домашних животных в Беларуси, определены цели, актуальность, новизна, проанализированы аналоги по данной теме. Определены рекламные носители и визуально-графическое решение проекта.

Ключевые слова: социальная реклама, социально-экологический проект, плакат, социальный плакат, проблема выгула собак.

Сейчас реклама – это одно из основных и значительных средств формирования общественного сознания, информирования о многоуровневых социальных проблемах. Проходя даже по улицам города, можно найти чаще всего пару билбордов социально-образовательного характера. И людям нужно сообщать важные социальные вещи, их нужно направлять и подсказывать, особенно с такими высокими темпами жизни как сейчас, когда человеку крайне необходимо выделять важную информацию среди прочей другой. Социальные проблемы нужно решать всем обществом и реклама повлияет на то, чтобы люди услышали о проблеме.

Проблема выгула домашних животных – тема, которая в Беларуси только набирает обороты, о проблеме начинают открыто говорить и бороться с ней. Проблема, на которую многие «закрывают глаза», но отрицать ее невозможно. Ведь во многих странах эта тема не новая и ей уделяется должное внимание.

На сегодняшний день согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь об утверждении Правил содержания домашних собак, кошек, а также отлова безнадзорных животных в населенных пунктах Республики Беларусь, владельцы домашних животных обязаны соблюдать правила содержания и выгула, тем самым не допускать загрязнения общедоступных мест. В список также входит запрет на выгул собак на придомовых территориях, выгул в общественных местах. Владельцы обязаны осуществлять выгул в специально отведенных для этих целей местах, установленных местными исполнительными и распорядительными органами. В случае не соблюдения данных правил, владельцы несут административную ответственность, согласно Кодексу Республики Беларусь об Административных Правонарушениях, статья 15.47 «Нарушение правил содержания собак, кошек и (или) хищных животных», предупреждение или наложение штрафа в размере от одной до пятнадцати базовых величин [1].

В итоге получается, что выгуливать можно только в специальных местах, а если там, где запрещено, то необходимо убрать за собакой. Заводя домашнего питомца необходимо понимать, что обязанностей будет много и исполнять их необходимо. К сожалению, многие люди не знают о таких законах или попросту не хотят обращать на это внимание, относятся к данной проблеме безответственно и находят множество причин не убирать за своими собаками. Конечно, нельзя отрицать, что есть уважающие других и себя людей, которые берут с собой пакет и выбрасывают собачьи экскременты в урну. Однако от владельцев можно также услышать, что у них небольшой выбор, где можно гулять со своим питомцем. Количество площадок не так уж и много, а некоторые из них совсем не обустроены. Поэтому приходится выгуливать собаку в ближайшем сквере.

Проблема заключается не только в том, что все это выглядит неприятно, можно испачкать обувь, особенно когда тает снег – все это безобидно. Опаснее, что за этим скрывается, куда большая проблема, такая как наличие паразитов и вирусов в экскрементах. Ведь именно не убрав за собакой, хозяин создает источник возможного заражения. И это может быть, как другая собака, так и сам человек. Особенно опасно, когда выгуливают собак рядом с детскими площадки.

Тема «Проблема выгула собак» поднимается впервые в качестве социально-экологического проекта с подобным направлением в Беларуси. Поэтому новизна заключается в исследовании его непривычного содержания для белорусского населения в

принципе. Но многие отдельные организации, личности заинтересованы в разработке таких социальных рекламных носителей. Активно проводят программы по уборке за собаками, устанавливают таблички в парках и дворах. Современные развивающиеся районы столицы пытаются устанавливать ящики с пакетами и урнами для выброса собачьих экскрементов.

Актуальность данной темы заключается в том, что, беря во внимание все утвержденные запреты о выгуле домашних животных в неподобающих местах, установленные штрафы, владельцы собак по-прежнему не знают о своих ключевых обязанностях и отказываются убирать за питомцем, ввиду отсутствия культуры и общественного давления, что такое поведение неправильное. Поэтому необходимо вывести проблему на более высокий уровень, довести информацию до масс, чтобы у людей сложилось правильное представление о корне проблемы. Показать, что небольшое ежедневное действие, как уборка за собакой, способно решить экологическую проблему, повлиять на опрятность улиц, скверов, дворов. Социальная реклама должна относиться ко всему обществу и государству, а не конкретно к владельцам собак. Именно социальная реклама используется как инструмент донесения информации до общества и выполняет информативную, образовательную и воспитательную функцию. Сформируя тем самым модель поведения у людей и побуждая участвовать в общественных процессах. Социальная реклама такого характера должна вызывать у людей чувство ответственности, закладывать в сознание людей основные действия, улучшающие качество жизни каждого человека и сохраняющие порядок в обществе.

Цель проекта – исследовать социальную тему «Проблема выгула собак», понять корень проблемы и отношение общества к этому.

Задачей является показать людям, что это некультурно оставлять собачьи экскременты, что это неэстетично и это не постыдно убирать за питомцами.

Целевой аудиторией являются владельцы собак и те, кто их выгуливает, всех возрастов и социального статуса.

На данном этапе проекта проанализирована главная проблема, то как реагируют люди на уборку за собаками, какие способы решения имеются на сегодняшний день. Проанализировано каким образом решают проблему в других странах, а также выявлено основное средство информированности людей – плакат. Так как данная тема социальная, то плакат является идеальным приемом призывать людей убирать за своими собаками. Также в дополнение к плакатам идут таблички, которые устанавливают в местах выгула питомцев и возможные стикеры, в качестве напоминаний.

Результатом данного проекта станет разработка социальных рекламных носителей, в особенности плакатов, которые будут способствовать осознанию людей данной проблемы, напоминать о правилах выгула собак, обязанностях убирать за ними, призывать каждого решать проблему поддержания чистоты в Республике Беларусь.

В постерах могут использоваться фотографии с аналогией, гиперболизация, метафора. Не исключается иллюстрация, шокирующая социальная реклама, яркие слоганы. Проанализировав тренды, можно сказать, что яркие цвета отлично подойдут для данной проблемы и при этом будут иметь современный вид.

На рисунке 1 представлены варианты концепций для данного проекта. Первая концепция – это яркие цвета и вызывающие отвращения изображения, которые так и «кричат»: «На сколько нужно быть заметным, чтобы ты увидел проблему и начал убирать за своей собакой?». Такие плакаты должны врезаться моментально в глаза людей. Контрастные цвета добавляют современности, пытаются сразу отвлечь от самих изображений. Вторая концепция – это игривый и милый посыл собак, с просьбой убрать за ними. Используются забавные фотографии собак, цвета легкие, не сильно яркие. У третьей концепции, основной посыл, что не убрав за собакой, вы можете испортить любой момент, например, пикник в парке. Здесь используются фотография-ситуация в черно-белом цвете и слоган, который наводит на мысли.



Рисунок 1 – Варианты концепций по проекту

Выводы такие: так как в данном проекте социальный плакат является главным, идея в нем должна быть четко выражена и исполнена, многозначность смыслов и образов в данном случае недопустима. У зрителя в голове должен остаться конкретный образ и мысли, «ударить» по его восприятию, говорить, напоминать о проблеме и побуждать решить ее.

Список использованных источников

1. Официальный сайт «Зялены партал». – Режим доступа: <http://greenbelarus.info>. – Дата доступа: 21.04.2019 г.
2. Официальный сайт «JustMedia». – Режим доступа: <http://www.justmedia.ru>. – Дата доступа: 21.04.2019 г.
3. Официальный сайт библиотеки им. В.Г. Белинского. – Режим доступа: <http://book.uraic.ru>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
4. Официальный сайт «БГУ». – Режим доступа: <https://elib.belstu.by>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
5. Кириллова, И. Л., Проектирование визуальной поддержки для торгово-развлекательного центра «ТриО» / И. Л. Кириллова, А. А. Терлеева; И. Л. Кириллова, А. А. Терлеева // Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура», Гжель, 21 ноября 2018 г. / сборник научных статей / под общ. ред. проф. Б. В. Илькевича; отв. ред. Н. В. Осипова. – Гжель : ГГУ, 2019. – 1009 с. // ГГУ – Библиогр.: с. 58.