

## Страшно бесплатное

Социальные ролики по безопасности на дорогах напугали телевидение.

Победители международных фестивалей, обладатели Гран-при парижского конкурса телерекламы так и не дошли до наших голубых экранов. Руководство наших телеканалов сочло этих "героев" жестокими. Речь идет о социальных роликах на тему безопасности дорожного движения.

Первая социальная реклама, снятая в жанре экшн, показала руководству каналов чрезмерно кровавой, а потому не достойной показа. В ГИБДД считают такую рекламу более эффективной, чем каждодневное вдалбливание банальных истин, что за рулем надо пристегиваться, соблюдать Правила дорожного движения и с уважением относиться к окружающим.

Ночь, дождь, сверкают мигалки припаркованных машин каких-то спецслужб, разбитое лобовое стекло, из которого на капот выпал человек с пробитой головой, в салоне в крови с открытыми глазами безнадежно мертвая девушка, плюшевый медвежонок, которого сжимают чьи-то руки... Камера отъезжает - и в кадре маленькая девочка в детском кресле, сжимающая эту игрушку и смотрящая на мир огромными в пол-лица глазами... Далее в кадре открытые задние двери "скорой помощи", каталка, на которой нечто, завернутое в черный полиэтилен, крупно в кадре руки застегивают последнюю застёжку на носилках.

Слоган: пристегнись, а то пристегнут тебя. Суть этого ролика в том, что если бы родители пристегнулись, то не оставили бы сиротой ребенка. Этот ролик телезрители вряд ли увидят на своих экранах.

Еще один сюжет. Милая девушка, семейная фотография, лифт, в который влетает молодой человек, голос за кадром: "Ты помнишь, как мы встретились, как любили друг друга, как спешили жить..." Следующий кадр: машина, в которой молодой человек отвлекся на девушку, красный свет - и "КАМАЗ" на перекрестке влетает в борт машины. "Ему повезло - он погиб сразу", - вспоминает девушка, которую катит по набережной в инвалидной коляске ее мама. Этот ролик тоже не дошел до телеэфира.

Офисный центр, по коридорам спешат по своим делам люди, девушка начинает толкать плечом мужчину и тут же получает локтем в лицо, падает и теряет сознание. Молодой человек попытался войти в лифт первым, за что получает от другого головой в лицо, а потом еще и ногой, чтоб уж точно не поднялся. Это иллюстрация к тому, как ведут себя люди, садясь за руль.

А вот еще сюжет: мужчина в пальто, целует жену, дочь и выходит из квартиры напрямиком в окно. Пока он летит на встречу с асфальтом, голос за кадром утверждает, что столкновение на скорости 50 км/час - то же самое, что выпасть с пятого этажа.

Надо сказать, что в рамках безопасности дорожного движения было создано два типа социальных роликов: вышеописанные в жанре экшн и забавные мультики от студии "Пилот", где известные герои из "Следствие ведут колобки" с присущим им чувством юмора объясняют, почему надо пристегиваться и уступать дорогу на пешеходном переходе. И те и другие ролики создавались при финансовой поддержке Российского союза автостраховщиков. За счет РСА их даже начали крутить на электронных билбордах и в кинотеатрах. Но ГИБДД посчитало, что эффективней будут те ролики, которые ближе к жизни. РСА с этим не спорил. По словам одного из членов комитета РСА Игоря Иванова, в Европе давно делают ставку на ролики подобного содержания. Расчет на натурализм - самый действенный способ донести информацию. В случае с "Пилотом" посмеялся - и забыл, а эти короткометражки заставляют задуматься. Да, может быть, чересчур натуралистично, но, сев в машину, волей-неволей вспомнишь о ремне безопасности. К тому же посмотрите, что показывают наши центральные телеканалы в прайм-тайм: криминальные новости со всеми кровавыми подробностями или боевики различной степени тяжести ничем не лучше этих роликов.

В департаменте обеспечения безопасности дорожного движения МВД России не согласны с утверждением о жестокости этих роликов: они жесткие. На прошедшем конкурсе, где наши ролики получили Гран-при, англичане представили такой сюжет. Сбитая девочка лежит около дороги и говорит: "Сбейте меня на скорости

40 миль/час, и вероятность того, что выживу, всего 10 процентов, при 30 миль/час есть 80 процентов того, что я останусь жива". Это действительно жестоко, но это работает. А поэтому руководство ГИБДД поднимало вопрос о размещении социальных роликов на Правительственной комиссии по обеспечению безопасности дорожного движения во главе с Игорем Шуваловым и направило письмо в минкомсвязи с просьбой посодействовать в этом вопросе. Наш источник в этом ведомстве считает, что проблема с размещением этих роликов заключается в том, что каналам это попросту невыгодно.

По словам бывшего генерального директора агентства "Естественно", которое и создало эти короткометражки, Первый канал и НТВ не решились пустить их в эфир. Первый канал объяснил свою позицию тем, что сейчас они стараются наполнить эфир позитивным контентом, и данные ролики не вписываются в политику канала. На НТВ опасаются, что за трансляцию этих роликов у канала могут отобрать лицензию. Ведь сюжеты очень неоднозначны и кто-нибудь может посчитать их пропагандой насилия.

В стиле экшн снято всего пять роликов. Лишь два из них были показаны по телевидению на каналах "Россия" и "Вести 24". И то за деньги. Понятие социальная реклама у нас есть, но размещать ее за бесплатно мало кто хочет. Даром ее могут поставить в ночное время, когда толку от нее никакого. А вообще все это отдано на усмотрение самих каналов. Обязать их ставить такую рекламу не может никто. Возможно, эту ситуацию сможет переломить новый закон о социальной рекламе, который пока еще находится на стадии разработки.

Пока писал этот материал, еще раз просмотрел все ролики. И почему-то мне очень не хочется, чтобы мой ребенок увидел это по телевизору. Ведь даже сам режиссер этих сюжетов, который снимал подобные вещи для итальянского телевидения, признался, что российский вариант социальной рекламы оказался чрезвычайно жестоким.

Автор: Владимир Баршев © Российская газета ОБЩЕСТВО, МИР 👁 2569 23.03.2009, 15:47 📌 236

URL: <https://babr24.com/?ADE=51946> Bytes: 5860 / 5860 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

*[email protected]*

## НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [\[email protected\]](#)

## ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [\[email protected\]](#)

## КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [\[email protected\]](#)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [\[email protected\]](#)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [\[email protected\]](#)

Новосибирск: Алина Обская  
Телеграм: @nsk24\_link\_bot  
эл.почта: [email protected]

Томск: Николай Ушайкин  
Телеграм: @tomsk24\_link\_bot  
эл.почта: [email protected]

[Прислать свою новость](#)

#### **ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:**

---

Рекламная группа "Экватор"  
Телеграм: @babrobot\_bot  
эл.почта: [email protected]

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

---

эл.почта: [email protected]

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)