

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Войцях Н.М.

аспірант,

Київський національний університет культури і мистецтв

ДЕЯКІ ІСТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНТИТЮТЮНОВИХ КАМПАНІЙ

Актуальність теми боротьби з тютюнопалінням та популяризації здорового способу життя серед молоді зумовлена тим, що за останній час кількість курців серед населення, а особливо серед молодого, зростає. Проблема вживання тютюнових виробів та пропагування активної соціальної позиції, життя без шкідливих звичок стала вагомим поштовхом до аналізу та дослідження для багатьох вітчизняних та зарубіжних експертів з цього питання. Серед вітчизняних дослідників це питання у своїй книжці «Куріння та його профілактика в школі» дуже детально розглянули Александров А.А. та Александрова В.Ю. [1]. Анісімов Л.Н. у праці «Профілактика пияцтва, алкоголізму та наркоманії серед молоді» [2] знайшов дієві засоби профілактики куріння, серед яких автор відводить велику роль і антитютюновим кампаніям в мас-медіа. Білошпицький О., написавши статтю «Світ без тютюну» [3], визначив тютюнопаління ще однією глобальною проблемою людства та запропонував власні методи боротьби з цією проблемою. Поряд із вищеназваними дослідниками важливі наукові розвідки також провели Горяна Л.Г. [4], Закревський В. [6], Зяблова Е. [7], Озерський І.В. [8] та інші.

Серед зарубіжних дослідників, які досягли значних результатів при дослідженні даної проблеми, слід виділити Веллека і Дорфмана [5] і багато інших.

Проте, аналіз джерел показує, що при аналізі сучасних проблем тютюнопаління часто не враховується історичний досвід антитютюнових кампаній.

Тому *метою* даної невеликої роботи є висвітлення деяких історичних особливостей антитютюнових кампаній.

Так, боротьба з тютюнопалінням в Європі була розпочата ще до появи тютюну на континенті. «Тільки диявол може наділити людину здатністю випускати дим з ніздрів», – саме з таким вироком посадили у в'язницю Родріго де Хереза, члена експедиції Колумба.

Наступним проявом боротьби було введення Католицькою церквою заборони куріння у місцях, де проводилися молитви, у 1575 році в Іспанії. Далі, в першій половині вісімнадцятого століття, в Західній Європі бере початок широка пропаганда куріння, адже з цього держава та виробники мали хороший дохід. В цей же час в Росії навпаки була введена заборона на вирощування та куріння тютюну, але скасована вже у 1684 році.

Оприлюднення першої роботи та проведення перших клінічних випробувань, які доводили шкідливий вплив тютюнопаління, відбулося в 1761 році, автором роботи був англійський доктор Джон Хілл. А вже в 1830 році кампанія проти виробів з тютюну в США набуває масового характеру, і

саме в цій країні в 1967 році з метою боротьби з тютюнопалінням була вперше використана антиреклама.

З 31 липня 1967 року під контролем Федеральної комісії зв'язку США тютюнові компанії повинні були оплачувати трансляцію однієї антиреклами на кожні три реклами виробів з тютюну. Згодом, у наслідок того, що бюджет тютюнових компаній відчув значні збитки, виробники тютюну погодилися на прийняття закону, за яким реклама тютюнових виробів була повністю заборонена на телебаченні та радіо.

Ця подія мала значні позитивні результати. Як показали дослідження, завдяки відсутності реклами рівень споживання сигарет на душу населення знизився. Також зменшилась і популярність куріння серед підлітків. Антитютюнова реклама стала ефективнішою за рекламу тютюну в шість разів.

Наразі вагомі наукові розвідки проєктів, які були проведені в Міннесоті та Вермонті (США), доводять потенційну ефективність ЗМІ в інформаційній профілактиці тютюнокуріння, а також в боротьбі з ним. Дані експерименти доводять, що антитютюнові медіа-кампанії разом із заходами такого ж характеру у школах та інших організаціях значно заважають поширенню куріння серед молоді.

До 1988 року простежувалося, що повідомлення антитютюнових кампаній у засобах масової інформації несли в собі рекомендаційний характер і становили собою короткострокову чи безкоштовну соціальну рекламу. У період з 1983–1990 роках Управлінням у справах куріння та здоров'я США було випущено серію антитютюнових телевізійних роликів, спрямованих на молодь.

Однак проблема полягала в тому, що така реклама була небюджетною, а отже, збитково для мовників, які витрачали на неї час ефіру. Рекламна аудиторія була набагато меншою, ніж у комерційних реклам, через те, що її транслиували не у прайм-тайм.

У 1987 стартував проєкт, який профінансував Національний інститут раку США. Цей проєкт полягав у транслюванні антитютюнової реклами на радіо за участі відомого ведучого Кейсі Кассема, але він тривав усього рік.

З 1988 року істотно змінюється вектор використання ЗМІ у боротьбі з тютюнопалінням. У цьому році в Каліфорнії був прийнятий закон, за яким податки на сигарети значно збільшувалися. Далі заходи такого ж характеру проводилися в Массачусетсі (1992), Арізоні (1994), Орегоні (1996). У Міннесоті (1986) та Мічегані (1994) боротьба також набирала обертів: за рахунок отриманих коштів були проведені широкомасштабні антитютюнові кампанії.

Рекламні кампанії у вищезгаданих штатах мали неабиякі результати. Рівень споживання тютюну знизився на тривалий строк. За підрахунками дослідників вплив даних кампаній дорівнював 21%.

Отже, врахування історичних особливостей антитютюнових кампаній в різні епохи і в різних країнах сприятиме підвищенню ефективності таких заходів в Україні в наш час. Антитютюнові кампанії в мас-медіа можуть стати потужною силою для боротьби зі споживанням сигарет та популяризації здорового способу життя серед молоді. Перспективи подальших досліджень даної проблеми полягають у деталізації пошуку конкретних факторів, які впливають на ефективність антитютюнових кампаній в мас-медіа.

Список використаних джерел:

1. Александров А.А. Куріння та його профілактика в школі / А.А. Александров, В. Ю. Александрова. – М.: Медіа Сфера, 1996. – 96 с.

2. Анісімов Л.Н. Профілактика пияцтва, алкоголізму та наркоманії серед молоді / Л. Н. Анісімов. – М.: Юрид. літ., 1988. – 173 с.
3. Білошпицький О. Світ без тютюну / О. Білошпицький // День. – 2002. – 23 листопада. – С. 6-7.
4. Горяна Л. Г. Методичні рекомендації до викладання теми «Шкідливий вплив тютюнокуріння на організм людини»: 31 травня – Міжнародний день боротьби з тютюнокурінням / Л. Г. Горяна // Безпека життєдіяльності. – 2005. – № 5. – с. 34-41.
5. Дорфман Л. Реклама здоров'я: у разі зустрічних оголошень / Л. Дорфман, Л. Веллек // Група суспільної охорони здоров'я. – 1993. – С. 26-716.
6. Закревський В. Алкоголізм – руйнівник підростаючого покоління / В. Закревський // Позакласний час. – 2005. – № 17. – с. 87–89.
7. Зяблова Е. Курити чи не курити? / Е. Горяна // Хімія в школі. – 2002. – № 7. – С. 83-86.
8. Озерський І. В. Проблеми наркоманії та алкоголізму в підлітковому віці та шляхи їх попередження / І. В. Озерський // Економіка. Фінанси. Право. – 2004. – № 5. – С. 33-37.

Смирнова М.В.

аспірант,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРОЦЕС СТИГМАТИЗАЦІЇ ТА РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В НЬОМУ

Вивчення процесу стигматизації (від «стигма» – клеймо раба у Стародавній Греції) в науці має свою історію. Зокрема, Г. Бекером, І. Гофманом, К. Еріксоном, А. Фінзенем, а також сучасними науковцями О.О. Александровим, Р.І. Білобривкою, С.Я. Броніним, О.О. Власовою, І.Я. Гуровичем, М.М. Кабановим, Г.М. Кравченковою, Т.П. Липай, Л.П. Тушинцевою, В.О. Янчуком та ін. проаналізовано походження стигматизації, досліджено вплив стигматизації на ідентичність, розкрито важливі соціально-психологічні аспекти явища стигматизації у суспільному житті, показано вплив стигматизації на особистість. Проте проблеми значення засобів масової інформації в процесі стигматизації та ролі ЗМІ в заходах, спрямованих на дестигматизацію, досліджені недостатньо.

Терміном «стигма», який в науковий обіг ввів у 1963 році Ірвінг Гофман, позначались такі типи характеристик, що викликають стигматизацію, як наявність фізичного дефекту, недоліки характеру (слабка воля, емоційність, нечесність та ін.) та родова стигма (національність, віросповідання, раса та ін.) [2].

Завдяки роботам швейцарського психіатра Асмуса Фінзена, який стверджував, що розвиток стигми відрізняється залежно від того, чи маємо ми справу з вродженою стигмою чи зі стигмою, що з'явилася протягом життя, і тому виділив дещо інші види стигм (вроджену стигму, стигму внаслідок хвороби, стигму приналежності до меншості). майже одночасно поняття «стигма» почало використовуватися в медицині [5, с. 34-37].

Процес стигматизації виступає як соціально-психологічне явище, що полягає в навішуванні негативних ярликів, що дискредитують індивіда в очах оточуючих і викликають їх стійку соціальну ізоляцію та відсутність готовності взаємодіяти з ним на рівних [6, с. 689].