



С днем рождения, Югра!

10 декабря Ханты-Мансийский автономный округ – Югра отмечает свое 87-летие. Главные торжества проходят в Ханты-Мансийске, куда съехались представители городов и поселков Югры, гости из России и зарубежных стран. Центральным событием праздника стал торжественный вечер, который прошел 8 декабря в концертно-театральном комплексе «Югра-Классик». Губернатор **Наталья Комарова** вручила югорчанам государственные награды Российской Федерации, награды и почетные звания Ханты-Мансийского автономного округа. Затем состоялся концерт «Рожденные в Югре». В этот же день в выставочном центре «Югра-Экспо» открылась XXII окружная выставка-форум «Товары земли югорской». Сургутяне могут отметить день рождения округа в городском культурном центре, там 10 декабря развернется выставка социально-бытовой атрибутики XX века на тему: «СССР – Сургут. Созидание. Семья. Родина», а ветераны представят горожанам свои творческие номера. Напомним, история Ханты-Мансийского автономного округа как административно-территориального образования берет начало с 10 декабря 1930 года, когда был образован Остяко-Вогульский национальный округ с центром в селе Самарово. 23 октября 1940 года округ был переименован в Ханты-Мансийский. С 1978 года он стал называться Ханты-Мансийским автономным округом. В 2003 году по указу Президента РФ ХМАО получил свое нынешнее название «Ханты-Мансийский автономный округ – Югра».

Фото Игоря Есманна



СКРОМНОЕ ОБАЯНИЕ

СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Открывая форум, замглавы города, председатель Координационного совета по социальной рекламе **Александр Пелевин** заметил: «Мы рады, что Сургут при поддержке округа в очередной раз стал площадкой для столь уважаемого собрания. Самые активные граждане, те, кто всерьез и надолго влюбился в социальную рекламу и занимается ей, действительно делают нашу жизнь лучше и красочнее, пытаются донести какие-то болевые точки, на которые годами не обращают внимание власть и гражданское общество».

– Этот форум позволяет нам подняться на ступеньку вверх в качестве координации и понимания того, что мы видим в потенциале развития региона. Наш департамент обрел такую структуру, как отдел маркетинга и брендинга, ведь сейчас стоит большая задача в продвижении нашего региона, – сказал **Константин Репин**, первый заместитель директора Департамента общественных и внешних связей Югры. – Я думаю, что молодым людям форум подкинет

6 декабря в Сургуте прошел окружной форум социальной рекламы, уже в седьмой раз объединяющий студентов, представителей некоммерческих организаций, соцработников и экспертов в области социальных дисциплин. В этом году форум был посвящен Югре и поиску идентичности в современной России.

некие новые, свежие идеи. Они смогут снимать более качественный контент, более качественную рекламу, которую мы будем размещать в наших муниципальных образованиях, в региональных медиаисточниках.

От рекламы к коммуникации

Все новости и новинки в области социальной рекламы и проектов привезла в Сургут доцент Высшей школы экономики, директор «Лаборатории социальной рекламы» **Гюзелла Николайшвили**. «Думаю, в настоящее время нужно переходить от термина «социальная реклама» к понятию «социальная коммуникация». Сейчас социальная реклама из философского

понятия становится инструментом решения социальных задач. В комплексные проекты включены элементы социального пиара, социального маркетинга. Как пример можно привести корабль, который ходит по Волге, на борту которого плакат с детским телефоном доверия. Или в столице проходят семейные спортивные соревнования и квесты, посвященные какой-то социальной проблеме. Включенность участников и зрителей дает запоминание, возможность изменения поведения гораздо быстрее и гораздо эффективнее, чем просто пассивная социальная реклама», – уверена Гюзелла Геннадьевна.

Продолжение на стр.

17

Новогодняя столица России

Ханты-Мансийск, который в этом году выбран официальной новогодней столицей России, вступает в эти дни в свои права. 8 декабря в городе открылся Всероссийский съезд Дедов Морозов и Снегурочек, фестиваль экстремальных технических видов спорта, зимний фестиваль ростовых кукол, другие мероприятия. Съезд Дедов Морозов собрал на одной площадке новогодних волшебников со всех уголков России во главе с главным Дедом Морозом России из Великого Устюга. Во время церемонии открытия съезда царица Зима со свитой Снежинок и помощниками – Снеговиком и Олененком подняли флаг Новогодней столицы России. 9 декабря в КВЦ «Югра-Экспо» открывается конкурс участников съезда – Деда Морозы и Снегурочки покажут лучшие творческие номера, расскажут зимние истории, проведут игры и конкурсы для детей и взрослых. 10 декабря все Деда Морозы соберутся в природном парке «Долина Ручьев», чтобы поиграть в активные игры, провести импровизированные соревнования и развлекательную программу «У костра». Ханты-Мансийск активно боролся за право стать главной площадкой России в зимние праздники с 2013 года. Тогда он реализовал собственный проект «Ханты-Мансийск – Новогодняя столица Югры», направленный на развитие туризма в регионе.

ЭКОНОМИКА

2



Бюджет сверстан

ГОРОД

16



Будет где поиграть

ОБЩЕСТВО

31



Детство под опекой

СКРОМНОЕ ОБАЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Продолжение. Начало на стр. 1

Иван Чурилин, директор «ABC show» в России, представил свою коллекцию лучших рекламных роликов и самых креативных печатных работ, ставших победителями ведущих мировых рекламных фестивалей. В коротких роликах отражались многие проблемы, связанные не только с решением сиюминутных задач, но и с поиском смысла жизни, выбора профессии, взаимоотношений детей, родителей и людей друг с другом.

Очень динамичны ролики канадского музея естественной истории Science World. Занимательные факты (к примеру, то, что



оптимисты меньше чувствуют боль, человек может спать с открытыми глазами), дополненные ярким видеорядом, объединены слоганом «Мы можем объяснить».

Запомнился сюжет о парижском проекте «Не играй со смертью». На пешеходных переходах включали звук резкого торможения, когда кто-то переходил улицу на красный свет. Испуганные и охваченные ужасом лица тут же выводились на стоящий рядом экран. Думаю, после такого потрясения нарушать Правила дорожного движения больше не захочется.

Многие ролики сняты на средства коммерческих предприятий и в общем являются рекламой брендов. Например, из чего сделаны девчонки, рассказал «Найк», к экологическим проблемам привлекал внимание «Киа Ниро», а страховая компания рассказала о мечте испанского мальчика из бедных кварталов стать танцором. Но сняты эти сюжеты настолько ярко, а проблемы, поднимаемые в них, настолько человечны, что реклама воспринимается именно как социальная.

Сургутские проекты

Сургут также не чужд социальной рекламе. Начиная с 2012 года проводится городской конкурс «Простые правила», который организует Администрация Сургута. В конкурсе участвуют как профессионалы, так и любители в области дизайна и рекламы. В этом году конкурсная комиссия получила работы 120 авторов из Сургута, Югорска, Пыть-Яха, Ханты-Мансийска, Таганрога.

По итогам конкурса лучшие проекты участников реализуются за счет муниципального бюджета. Традиционно изготавливаются социальные плакаты, обеспечивается прокат аудио-, видеороликов в эфире местных телерадиокомпаний, размещается наружная реклама. На эти цели ежегодно из городского бюджета выделяется от 300 до 500 тысяч рублей.

«Конечно, работы пока далеки от высокого уровня лучших мировых образцов. Но на наш взгляд, основная цель проведения этого конкурса – формирование активной



гражданской позиции, участие в решении городских проблем», – отметила **Алина Филиппова**, главный специалист управления по связям с общественностью и СМИ Администрации города.

Активно использует возможности социальных коммуникаций общественное движение помощи бездомным животным «Дай лапу». Первый опыт – проект «Не важно, кто ты, если ты мой друг» победил в конкурсе



«Простые правила». Множество положительных эмоций у горожан вызвали стикеры «Возьми кота»: «Просыпаешь на работу? Возьми кота», «Много бед – один ответ» и другие.

«Если сравнивать с 2012-2013 годами, то на вопрос, откуда берутся бездомные домашние животные, отвечали так: «Ну, они где-то рождаются, их надо куда-то увезти».



Теперь на встречах со школьниками, студентами, взрослыми людьми подавляющее большинство отвечает, что причина в людях», – рассказала **Александра Нуриева**, председатель общественного движения «Дай лапу».

В этом году международный образовательный центр «Лингва» начал реализацию проекта «Общество равных возможностей». «Мы хотим предоставлять возможности образования для детей с ограниченными возможностями здоровья при помощи виртуальных очков. Эта новейшая технология позволит

дать базовый уровень английского языка, а главное, решается вопрос социализации», – поделилась генеральный директор «Лингва» **Раиса Журавлева**. Организатор форума **Владимир Бебех** поведал о перспективах: «Мы хотим получить возможность, некий инструментарий, который позволит нам влиять на ситуацию, на то, чтобы специалисты оставались здесь, в округе, чтобы люди росли, развивались, делали карьеру; чтобы оставались специалисты, которые заканчивают вузы, чтобы наш край процветал». Кстати, в 2018 году Владимир Анатольевич станет экспертом-преподавателем федерального проекта «Традиционное повышение ликвидности социальной рекламы в регионах России».

Как найти свое место

Александр Согомонов, ведущий научный сотрудник РАН России, рассказал об искусстве найти себя и найти место проживания. По его мнению, в начале 21 века произошла «тихая революция»: человек перестал перемещаться по миру в поисках работы. Теперь он ищет место, где он хочет жить, а уже потом находит, чем ему там заниматься. Современный мир стремится к глобализации, которая предполагает свободное перемещение трех потоков: денег, информации и людей.

«На сегодняшний день Россия – страна городов. У нас 90% стратегий городов были заказаны рекламным агентствам, которые готовы написать что угодно, нарисовать любые планы, но как стать городу самим собой, они не напишут. Нужно осознать три вещи: есть городская элита, есть городское сообщество и есть городская власть. Если этот треугольник будет неравносторонним, идею себе вы не родите, и за вас вам ее никто не родит», – пояснил Александр Юрьевич.

Что есть город? Нужно выбрать один из четырех вариантов: среда, люди, услуга, которую он предоставляет, или товар, который производит. Конечно, город – это все вместе, но развитие города зависит от того, на что делаешь акцент. «Ответьте, есть ли у Сургута устойчивый имидж? Внятная стратегия? Понятный бренд?» – спрашивал аудиторию Согомонов.

Существует два вида городов – брендовый и брендинговый. Брендовые – это уже известные, раскрученные города, жизнь в

которых движется по инерции. Они не могут себя изменить. У брендинговых городов ничего такого нет. Но у них есть возможность создать свой образ. Причем, по мнению Александра Согомонова, брендовую концепцию можно придумать какую угодно, беря за основу одну – максимум две яркие идеи. Но обязательными условиями для



успешного города должны быть привлекательная работа, баланс стоимости жизни и доходов, качественное и доступное жилье, удобная инфраструктура и общественный транспорт, хорошие образовательная и культурно-досуговая сфера, и еще большое значение имеют природные условия.

«Главным должен быть образ жизнестойкости, индивидуальности и неповторимости места. Нужно лишь определить свои критерии успеха», – выразил уверенность Александр Согомонов.

■ **Юлия ГИРИЧ**
Фото Игоря ЕСМАНА и Рамила НУРИЕВА

