УДК 316.32:339.138

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В БЕЛАРУСИ

Студ. Миклушова Е.П., ст. преп. Субботин А.А.
Витебский государственный технологический университет

Социальная реклама в Беларуси вызывает много вопросов. Её уровень нельзя назвать современным, хотя государство и уделяет ей большое внимание. Проблема отечественной социальной рекламы заключается в её незрелости. В отличие от коммерческой рекламы, которую создают команды профессионалов, большинство социальных роликов производятся кустарным способом. В Беларуси нет ни одного рекламного агентства, которое занималось бы сугубо «социалкой».

Ещё низкий уровень социальной рекламы в Беларуси объясняется тем, что не многие агентства соглашаются создавать свои проекты за те малые деньги, которые им готовы предложить.

Социальная реклама почти не обновляется. С недавнего времени, как утверждают специалисты, средства массовой информации пытались разнообразить социальные темы, однако в большинстве случаев таковые являются устаревшими либо затрагивают одни и те же проблемы ежегодно. Среди самых распространённых примеров можно назвать социальную рекламу, связанную с безопасностью на дорогах.

С целью улучшения состояния социальной рекламы в Беларуси 10 июля 2013 г. был создан Межведомственный совет по рекламе, который должен защищать общество от ненадлежащей рекламы, регулировать рекламную деятельность, оценивать качество социальной рекламы. Ещё одна важная задача Межведомственного совета – регулировать потоки однотипной социальной рекламы. Например, следить, чтобы повсеместно в городах не было однообразных билбордов и не создавалось впечатление, что других социальных тем у на нет. Не смотря на такие эффективные меры, социальная реклама в Беларуси оставляет желать лучшего и попрежнему ждёт своего качественного обновления.

УДК 7.035

ПУТЬ К СВОБОДЕ ЧЕРЕЗ КРАСОТУ: ФИЛОСОФИЯ И ЭСТЕТИКА РОМАНТИЗМА

Студ. Кожуховский В.В., ст. преп. Исаченко А.В.
Витебский государственный технологический университет

Романтизм – это великая эпоха в истории культуры. Это явление европейской культуры XVIII – XIX веков. Зародился в Германии. Характеризуется утверждением самоценности духовно-творческой жизни личности. Это направление распространилось на различные сферы деятельности человека.

Категория возвышенного, центральная для романтизма, сформулирована И. Кантом в работе «Критика способности суждения». По Канту, есть позитивное наслаждение прекрасным, выражающееся в спокойном созерцании, и есть негативное наслаждение возвышенным, бесформенным, бесконечным, вызывающее не радость, а изумление и осмысление. С возвышением возвышенного связан интерес романтизма к злу, его облагораживание и диалектика добра и зла.