



ВІННИЦЬКА МІСЬКА РАДА

Р І Ш Е Н Н Я

Від 26.02.2021 № 223
м. Вінниця

6 сесія 8 скликання

**Про хід виконання у 2020 році Програми
використання соціальної реклами
для інформування громадськості та
профілактики негативних явищ
у суспільстві на 2017-2020 роки,
затвердженої рішенням міської ради
№ 271 від 27.05.2016 року (зі змінами)**

Програма використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2017-2020 роки спрямована на гуманізацію суспільних відносин, профілактику негативних явищ в суспільстві, інформування про соціально важливі проекти для Вінницької міської об'єднаної територіальної громади.

Соціальна реклама з-поміж усіх наявних типів комунікації посідає одне із важливих місць серед засобів впливу на стереотипи поведінки та вибір способу життя. Тому завданням Програми є максимальне охоплення визначених нею напрямків соціальної реклами; створення та розповсюдження аудіо- та телевізійних роликів, виготовлення та розміщення соціальної реклами на зовнішніх рекламних носіях, соціальної реклами у вигляді друкованої продукції тощо.

Враховуючи ці завдання, департаментом у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю, відповідно до пропозицій департаментів та відділів міської ради, було сформовано річний план соціальної реклами на 2020 рік, який був затверджений Експертною радою з питань соціальної реклами.

Протягом 2020 року в рамках виконання заходів Програми було виготовлено та розміщено соціальну рекламу на різні соціально важливі теми, які були передбачені в Календарному плані соціальної реклами на 2020 рік. Разом з тим, протягом року відбувались суттєві коригування планів, оскільки з лютого 2020 року в Україні було впроваджено низку протиепідемічних заходів у зв'язку із стрімким поширенням хвороби COVID-19. Враховуючи ці обставини, навесні 2020 року через різні канали комунікації поширювалась інформація про коронавірус та шляхи уникнення інфікування. В рамках цієї кампанії було виготовлено та розміщено 70 постерів на зупинках «Захистіть себе від вірусу», виготовлено чотири аудіоролики, які транслювались на вулицях через загальноміську систему оповіщення та в радіоефірі ФМ-станцій. Радіокомпанія «Місто над Бугом» започаткувала проект «Антипандемія», також тема пандемії

постійно обговорювалась із гостями в студії, в тому числі і в програмі «Час змін». МКП-ІТА «ВІТА» було виготовлено 9 роликів у форматі інфографіки, які транслювались в ефірі телеканалу та поширювались соціальними мережами, а також три відеоролики соціальної реклами. Крім того, в ефірі телеканалу впродовж кількох місяців тривала масштабна інформаційна кампанія щодо боротьби з COVID-19. Виготовлені розгорнуті сюжети в «Новинах», спецрепортажі, інфографіки, ефіри в студії телеканалу.

Ще однією актуальною темою у період пандемії став дефіцит донорської крові. Для поширення цієї інформації працівниками департаменту було написано три пресрелізи, які поширенні серед ЗМІ, на телеканалі «ВІТА» транслювалась інформація у вигляді сюжетів в новинах та рухомої стрічки.

Для підтримки вінничан різних категорій у період пандемії Вінницька міська рада ухвалила Програму «Вінничани важливі», яка містила три блоки: «Щомісячна муніципальна доплата», «Підготовка до другої хвилі пандемії COVID-19», «Пільги для підприємців». В рамках інформаційної підтримки цього соціально важливого документу було виготовлено та розміщено 60 постерів на зупинках громадського транспорту, виготовлено 5 відеороликів.

У 2020 році продовжилась реалізація Програми «Бюджет громадських ініціатив» (БГІ). Інформування вінничан щодо етапів проведення конкурсу відбувалось в рамках двох інформаційних кампаній. У зв'язку із епідемією коронавірусу, було скориговано канали комунікації під час інформаційної кампанії у березні 2020 року, яка стосувалась етапу подачі проєктів для участі в конкурсі «Бюджет громадських ініціатив». В результаті інформація поширювалась винятково електронними ЗМІ. У вересні 2020 року для інформування вінничан про початок голосування за проєкти БГІ було виготовлено та розміщено 28 постерів на зупинках. Соціальна реклама на дану тематику супроводжувалась інформаційною підтримкою через місцеві мас-медіа.

В Календарному плані соціальної реклами на 2020 рік було передбачено виготовлення інформаційних матеріалів та промопродукції до загальноміських свят: День Європи, День міста та новорічно-різдвяні свята. Проте, у зв'язку із пандемією коронавірусу та скасування усіх масових загальноміських заходів, план був скоригований, тож друкована продукція, відео- та аудіоролики і зовнішня реклама не розміщувались.

Разом з тим, зовнішня реклама виготовлялась та розміщувалась до Дня пам'яті та примирення і Дня Перемоги у кількості 10 постерів на зупинках, 5 сітілайтів, 7 відеобордів.

Значна увага протягом року приділялась тематиці щодо популяризації занять спортом та фізичною культурою. Зокрема, було виготовлено та розміщено 10 сітілайтів та відеоролик на 7 відеобордах з інформацією про вінницьких спортсменів, які досягли успіху на європейських та світових спортивних аренах. У вересні 2020 року було виготовлено та розміщено 53 постера на тему «Обери свій спорт», на яких було розташовано QR-коди з посиланнями на вебсторінки усіх спортивних шкіл Вінниці.

Для привернення уваги мешканців Вінницької міської об'єднаної територіальної громади до питання усиновлення, створення прийомних та патронатних сімей в ефірі МКП-ІТА «ВІТА» транслювались відеоролики з інфографікою, в яких окремо приділено увагу різним формам сімейного

виховання. На тему «Наставництво» спільно із Центром соціальних служб було розміщено 10 постерів на зупинках громадського транспорту.

В 2020 році також було виготовлено та розміщено соціальну рекламу на теми: «Зупини насилля» у кількості 10 постерів на зупинках громадського транспорту; «Протидія торгівлі людьми» у кількості 20 постерів на зупинках; «Сходи до мамолога – рання діагностика рятує життя» – 10 постерів на зупинках; «ВІЛ і СНІД – що варто знати» – 20 постерів на зупинках; «Культурний код твого міста» – 25 постерів на зупинках.

Для підтримки інформаційних кампаній, які реалізовували громадські організації та інші установи, департамент у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю сприяв поширенню їхніх інформаційних матеріалів. Зокрема на зупинках громадського транспорту було розміщено 15 постерів на тему «Розірви коло насилля», 10 постерів з інформацією щодо допомоги безхатченкам, 30 постерів на тему «Гіпоглікемія», 10 постерів з інформацією щодо допомоги людям із різними залежностями, 22 постери про запровадження е-квитка, 10 постерів на тему «Поліція проти домашнього насилля».

Загалом впродовж 2020 року на виготовлення соціальної реклами з бюджету Вінницької міської об'єднаної територіальної громади було спрямовано 93,098 тис.грн.

Враховуючи вищевикладене, керуючись пунктом 22 частини 1 статті 26, частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Інформацію директора департаменту у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю «Про хід виконання у 2020 році Програми використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2017-2020 роки, затвердженої рішенням міської ради №271 від 27.05.2016 року (зі змінами)», взяти до відома.
2. Визнати таким, що втратило чинність рішення міської ради від 27.05.2016 року №271 «Про затвердження Програми використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2017-2020 роки» (зі змінами).
3. Виконавчим органам міської ради забезпечити виконання заходів Програми використання соціальної реклами для інформування громадськості та профілактики негативних явищ у суспільстві на 2021-2025 роки, затвердженої рішенням міської ради від 26.06.2020 року №2302.
4. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійну комісію міської ради з питань законності, депутатської діяльності і етики (С.Василюк).

Міський голова

С.Моргунов

