

# ВАЖНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ИСПРАВЛЕНИИ ДОМАШНЕГО НАСИЛИЯ

*Эзозахон Ахророва Акмаловна Магистрант  
Национального Университета Узбекистана*

**Аннотация:** В данной статье определяется понятие домашнего насилия и освещаются различные аспекты преступления против женщин и домашнего насилия. Обсуждается понятие социальной рекламы и значение социальной рекламы в преодолении домашнего насилия, приводятся примеры социальной рекламы по нескольким темам.

**Ключевые слова:** Насилие, насилие в семье, социальная реклама.

## IMPORTANT ASPECTS OF SOCIAL ADVERTISING IN CORRECTING DOMESTIC VIOLENCE

*Ezozahon Akhrorova Akmalovna Master student  
of the National University of Uzbekistan*

**Annotation:** This article defines the concept of domestic violence and highlights various aspects of the crime against women and domestic violence. The concept of social advertising and the importance of social advertising in overcoming domestic violence are discussed, examples of social advertising on several topics are given.

**Key words:** Violence, domestic violence, social advertising.

Насилие — недостаток человеческой природы. Неспособность человека контролировать свои эмоции, или его неспособность контролировать себя, является одной из причин, по которой он становится зависимым от насилия. Насилие означает не то, что человек силен, а то, что он слаб и безволен. Одной из самых распространенных проблем на сегодняшний день является насилие в семье. Можно с уверенностью сказать, что эта проблема существует во всех обществах, даже в самых развитых странах.

Межведомственная рабочая группа Организации Объединенных Наций по вопросам насилия в отношении женщин провела исследование распространенности насилия в отношении женщин в 161 стране и регионе в период с 2000 по 2018 год. Анализ показывает, что почти каждая третья или 30% женщин во всем мире подвергается насилию в течение своей жизни.[1]

В определении домашнего насилия это физическое, психическое, сексуальное или финансовое насилие над супругом или другим лицом, находящимся в близких отношениях с другим человеком. Как правило, этот вид насилия предполагает попытку одной стороны контролировать жизнь других членов семьи. Жертвами домашнего насилия чаще всего становятся женщины или маленькие дети, но есть жертвы и среди мужчин и пожилых людей.

Понятие домашнего насилия является новым термином, входящим в узбекский язык в качестве юридического термина. Но можно с уверенностью сказать, что сама проблема давно известна нашему народу. Это один из скрытых пороков, пронизывающих жизнь общества и умы некоторых людей на основе патриархального понимания. Основываясь на нездоровом представлении о превосходстве мужчин над женщинами, женщина всегда должна быть ниже своего мужа и тихо склонять голову, бьет ли он ее или оскорбляет, не задумываясь. Такой взгляд даже стал для некоторых жизненным убеждением.

Следует отметить, что существует большая разница между преступлениями против женщин и насилием в семье. Давайте посмотрим на Буффара как на случай умеренных телесных повреждений. Если женщине причиняет физический вред кто-то, кто ей не близок (человек, не входящий в ее семью), все знают, что это неправильно, и что полиция примет немедленные меры против человека, который ее ударил. Очевидно, что пострадавший сначала обратится в полицию. Общество также решительно осуждает нападавшего и требует его наказания.

Теперь предположим, что ту же работу проделал муж в семье. Если муж бьет жену, общественность рассматривает это как внутреннее и личное дело семьи. Поскольку преступление обычно совершается в помещении, свидетелей инцидента очень мало.

Во-вторых, под давлением общественного мнения и давления мужа женщина часто не жалуется в полицию. В конце концов, он может баллотироваться в районный совет. Во многих случаях они также пытаются урегулировать конфликт в семье. Муж, не чувствуя ответственности за свое насилие, продолжает оказывать давление на жену в семье. Если мы посмотрим на случаи жертв, которые стали инвалидами или погибли в результате домашнего насилия, то большинство из них заявило, что домашнее насилие продолжается, и, зная об этом, и общественность, и правоохранительные органы, получается, что он не вовремя принял соответствующие меры. В результате уязвимые женщины даже кончают жизнь самоубийством.

Для предотвращения и устранения таких проблемных ситуаций необходимо акцентировать внимание людей на текущей проблеме, выявлять такие негативные ситуации у людей как болевые точки общества, а именно сейчас кто-то является жертвой насилия. важно сформировать представление о происходящем. Для решения этих задач следует использовать социальную рекламу. Если говорить о социальной рекламе, то многие исследователи считают, что социальная реклама является важнейшим инструментом в обществе, который служит для формирования ценностей, сохранения существующих ценностей и изменения общественно опасных аспектов поведения.[2] Социальная реклама – вид рекламной коммуникации, целью которой является донесение до населения информации, имеющей общественное значение, направленной на формирование и преобразование социальных представлений, социальных норм и моделей поведения. Кроме того, важнейшей задачей этого диалога является вовлечение членов сообщества в решение социальных проблем.

Тему домашнего насилия часто поднимают крупные рекламные компании и СМИ. Цель социальных рекламных кампаний — популяризировать проблему и вселить надежду на то, что у женщин, подвергшихся насилию, есть выход. Рассмотрим на нескольких примерах, как организаторы различных социальных рекламных кампаний пытаются помочь решить проблему.

### **Примеры социальной рекламы против домашнего насилия**

«Если ваш супруг окажется хулиганом» — новый слоган социальной рекламы швейцарской организации Frauenzentrale Zürich. В 2015 году в рамках кампании «16 дней против насилия» были созданы плакаты с изображением оригинальной «парочки». Рядом с обычной женщиной стоит известный исторический герой, известный своей жестокостью. «Тиран в доме» (использованы образы Муаммара Каддафи, Саддама Хусейна, Иосифа Сталина), возможно, стал причиной смерти его жены. Активисты отмечают, что каждые две недели в Швейцарии умирает одна женщина, и что такие трагедии случаются в семьях с разным достатком и социальным статусом.

Другие печальные оправдания для женщин, которые страдают от физического насилия в семье, включают «удары в дверной косяк, холодильник, стол», чтобы скрыть насилие. Колумбийское PSA «судит» двери и столы за их «преступления».

Во Франкфурте для рекламы был использован интересный прием бесплатной раздачи товаров: женщинам были розданы тысячи коробок с пудрой в рамках социальной кампании против насилия. Для женщины, ставшей жертвой сексуального и домашнего насилия, пудреница иногда становится средством скрыть не только синяки под глазами, но и неприятную правду. На таких «пассивных жертв» направлено общественное движение Франкфуртской горячей линии для жертв сексуального и домашнего насилия. По городу было разбросано несколько тысяч коробок с пудрой, в их окнах «отражались» избитая женщина и номер телефона горячей линии. [3]

На практике социальная реклама используется в коммерческих и политических целях. Это приводит к снижению доверия людей к нему. В настоящее время наблюдается интерес граждан к проблемам общества, которые требуют увеличения объема социальной рекламы и охвата более широкой аудитории.

Задача социальной рекламы – изменить модель общества к лучшему. Поэтому оно должно постоянно информировать население о социальных и общественных событиях, поощрять гражданскую активность, способствовать благотворительной деятельности и помогать людям преодолевать те или иные жизненные трудности.

### **Список использованной литературы**

1. Violence against women Prevalence Estimates, 2018. Global, regional and national prevalence estimates for intimate partner violence against women and global and regional prevalence estimates for non-partner sexual violence against women. WHO: Geneva, 2021
2. Влияние социальной рекламы на молодежь. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/3mTY-GuKOEI/3.html>.
3. Фото и комментарии Дарьи Акатовой, редактора [www.1soc.ru](http://www.1soc.ru)