

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ МЕХАНІЗМІВ ПОПЕРЕДНЬОГО ІНФОРМУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ЩОДО НАЛЕЖНОЇ ПОВЕДІНКИ У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

В.О. Шведун, к.е.н., доцент кафедри Соціальної інформатики Харківського національного університету радіоелектроніки

На сучасному етапі ефективні системи захисту населення і територій від можливих надзвичайних ситуацій природного, техногенного та військового походження здатні забезпечити належний рівень якості життя людей і суспільства, а також різнохарактерних об'єктів інфраструктури у випадку їх виникнення.

При цьому слід зазначити, що, за результатами попереднього аналізу наукових праць стосовно вказаної предметної галузі, досить поглиблено здійснено дослідження стосовно таких питань, як: конкретизація цілей та функцій державного управління в сфері цивільного захисту, вдосконалення відповідних організаційних структур, коригування загальної системи органів виконавчої влади та розширення нормативно-правової бази щодо зазначеної сфери.

Центральні і місцеві органи виконавчої влади надають населенню оперативну і достовірну інформацію щодо стану захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій, про виникнення надзвичайних ситуацій, методи і способи захисту від надзвичайних ситуацій, вживання необхідних заходів для забезпечення належного рівня безпеки.

Проте майже відсутні механізми попереднього інформування населення відносно алгоритму поведінки у випадку виникнення різнохарактерних надзвичайних ситуацій за допомогою засобів масової інформації.

Виходячи з цього, на даному етапі існує реальна потреба формування якісних механізмів державного управління в сфері цивільного захисту з точки зору надання населенню необхідної інформації стосовно належної реакції на надзвичайні ситуації різнохарактерного походження.

У зв'язку з викладеним вище, суттєвої значущості з теоретичної та практичної точки зору набуває комплексне наукове розроблення державного механізму попереднього інформування населення щодо його навчання діям у можливих надзвичайних ситуаціях.

Подібні механізми можуть ґрунтуватися на соціальній рекламі. Зокрема, доцільно розроблення системи попереднього інформування населення, яка традиційно розглядалася б як зв'язок між суб'єктами й об'єктами.

В якості суб'єктів цієї системи виступатимуть органи виконавчої влади. До об'єктів системи попереднього інформування населення за допомогою соціальної реклами щодо реакції на виникнення надзвичайних ситуацій відносяться суб'єкти рекламної діяльності: рекламодавець (держава), розповсюджувач реклами (засоби масової інформації) та споживачі реклами (населення).

Матеріали, які складатимуть основу подібної соціальної реклами, можуть бути класифіковані відповідно до категорій надзвичайних ситуацій та повинні відповідати територіальним характеристикам.

В рекламних матеріалах обов'язково повинні міститися докладні описи необхідних заходів, яких потрібно вжити у випадках виникнення тієї чи іншої надзвичайної ситуації.

Найбільш прийнятним засобом розповсюдження подібної соціальної реклами слід вважати телебачення враховуючи його широту охоплення та ступінь впливу на населення.

Враховуючи цей факт, рекомендується здійснювати попереднє інформування населення стосовно належної реакції на виникнення надзвичайних ситуацій за допомогою як загальнонаціональних, так і місцевих телеканалів.

Зокрема, загальнонаціональні телеканали повинні інформувати населення щодо необхідних методів і способів захисту в різнохарактерних надзвичайних ситуаціях, які можуть становити погрозу на загальнодержавному рівні. Місцеві телеканали, в свою чергу, повинні здійснювати відповідне інформування на рівні регіонів.

Запропонований механізм навчання населення діям у надзвичайних ситуаціях різного характеру дозволить підвищити загальний рівень якості аварійно-рятувальних робіт та зменшити можливі негативні наслідки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Микитенко, Л. А. Державний контроль рекламної діяльності в Україні [Текст] : монографія / Л. А. Микитенко. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2011. – 142 с.
2. Ромат, Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю в перехідних умовах [Текст] : монографія / Є. В. Ромат. – К. : Вид-во НАДУ, 2003. – 380 с.
3. Жукова, Л. А. Державне управління у сфері цивільного захисту в Україні: функціонально-структурний аспект [Текст] : дис... кандидата наук з державного управління : 25.00.02 / Л. А. Жукова. – К., 2007. – 21 с.