

ИЗ ПОЧТЫ “ОНС”

ЯН КЕ,
Г.Г. НИКОЛАЙШВИЛИ

Китайская и российская социальная реклама в области демографии (Сопоставительный анализ)

В статье представлен опыт сопоставительного исследования китайской и российской социальной рекламы, связанной с демографической проблематикой. Рассмотрены причины возникновения демографических проблем, актуальных для каждой из стран, охарактеризованы меры государственной политики, направленные на решение данных проблем. Представлен анализ конкретного рекламного материала.

Ключевые слова: китайская социальная реклама, российская социальная реклама, снижение рождаемости, повышение рождаемости, демографическая политика, воспроизводство населения, демографический кризис.

This article presents the comparative study of Chinese and Russian PSA related to the demographic issues. The article focuses on the causes of the demographic problems specific to each of two countries, and characterizes state policy measures aimed at solving such problems. The analysis of specific advertising materials is presented.

Keywords: Chinese social advertising, Russian social advertising, birth rate decrease, birth rate increase, demographic policy, population reproduction, demographic crisis.

Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям, на актуализацию проблем общества [Николайшвили, 2008]. Китай и Россия – очень разные страны, каждая со своей историей, культурой, традициями, экономикой и ценностной системой. Естественно, что наряду с общностью вопросов социальной рекламы здесь обнаруживаются и различия в тематике и инструментарии данного жанра. Жителей обеих стран, как и во всем мире, волнуют проблемы распространения наркотиков, СПИДа и т.п. Эти и многие другие темы социальной рекламы в Китае и в России в основном близки: речь идет о вреде курения и употребления наркотиков, о проблемах здорового образа жизни, соблюдении правил дорожного движения, о любви к родине, родному городу, об уважении и заботе по отношению к старикам. Но в данной работе мы в большей степени обратили внимание на вопросы,

Ян Ке – кандидат филологических наук, профессор, заместитель директора Института европейских языков и культур Гуандунского университета иностранных языков и внешней торговли (Китай), руководитель Русского центра (при поддержке Фонда “Русский мир”).

Николайшвили Гюзелла Геннадьевна – кандидат политических наук, доцент Национального исследовательского университета – Высшей школы экономики.

специфичные для каждой из стран, наиболее ярко отражающие своеобразие общественной жизни.

В России и Китае, при всех различиях в численности населения и демографических тенденциях, предпринимаются попытки регулировать воспроизводство населения. У каждой страны в этой области есть свои трудности, которые и обуславливают основные вопросы демографической политики.

Демографическая политика в России и Китае

Россия за свою историю переживала несколько демографических кризисов, и все они пришлись на XX столетие. Впервые критическое снижение численности населения произошло еще в Российской империи. Повышенный уровень смертности и крайне низкий уровень рождаемости были связаны со вступлением России в Первую мировую войну, которая переросла в войну Гражданскую. Однако уже к середине 1920-х гг. жизнь граждан СССР нормализовалась, что привело к повышению рождаемости до довоенного уровня (в среднем 6,80 детей на одну женщину).

Следующий демографический кризис был порожден коллективизацией (1928–1933), спровоцировавшей в стране повсеместный голод 1932–1933 гг. [Мизь, 2012]. Раскулачивание и принудительная коллективизация повлияли на численность населения гораздо больше, чем предшествующие войны и революция, поскольку в этот период рушились прежние семейные ценности и нормы демографического поведения. На демографическую ситуацию также не могли не повлиять массовые репрессии 1930-х гг. В конце 1930-х гг. рождаемость в СССР несколько повысилась, однако ее уровень сильно отличался от 1900-х гг. Статистические данные 1935 г. показывают, что коэффициент суммарной рождаемости Страны Советов был почти на 40% ниже, чем в 1927 г. Однако именно к этому периоду относятся известные слова И. Сталина о том, что “жить стало веселее”, а “рождаемости больше, и чистого прироста получается несравненно больше”. Следующим (и наиболее сильным) потрясением для демографической ситуации в СССР стала Вторая мировая война и связанные с ней военные потери, депортации народов и голод.

Советское государство всегда понимало необходимость конкретных мер и системных решений, призванных повлиять на повышение уровня рождаемости. Так, во время кризиса 20-х гг. прошлого века государство регулировало демографическую ситуацию путем запрета абортов, после чего последовал недолговременный подъем рождаемости. К концу войны в 1944 г. был издан указ, повышавший статус зарегистрированного брака и усложнявший его расторжение. Поддерживался престиж материнства с помощью введения правительственных наград многодетным матерям (“Мать-героиня”, “Материнская слава”) и предоставления им ряда льгот (в 1952 г. был введен двухнедельный декретный отпуск).

Резкое падение детской смертности и всплеск естественного прироста населения приходится на послевоенный период. Это связано, в том числе, и с повсеместным распространением антибиотиков. Уже к 1955 г. население страны достигло довоенных показателей. Позитивная демографическая динамика продлилась до 1985 г., поскольку число родившихся превышало число умерших в связи с общим повышением уровня жизни, грамотности, социально-гигиенической культуры населения, а также за счет миграционного притока.

Демографический кризис в России возник в начале 1990-х гг. Это было связано с высоким уровнем смертности мужчин, чья продолжительность жизни на тот момент составляла в среднем 62,8 лет (самый низкий показатель среди 46 европейских и среднеазиатских стран). Причем за 1990-е и этот показатель снизился до 58 лет! В этот же период уровень рождаемости был крайне невысоким по сравнению с предыдущими годами. Это подтверждается данными о том, что в среднем в России на начало 1990-х гг. на одну женщину приходится 1,5 рождения, хотя минимально необходимый для простого воспроизводства населения уровень составляет 2,15 рождения.

По данным Росстата, в 2012 г. в России впервые за долгое время (с 1991 г.) был зарегистрирован естественный прирост населения. Это произошло скорее за счет повышения рождаемости, нежели из-за сокращения смертности (хотя и оно имело место). Но эксперты склонны считать это улучшение временным. Дело в том, что в детородный возраст в 2012 г. вступили женщины, родившиеся в докризисный период, то есть до 1990-х гг., а в ближайшие годы основного детородного возраста достигнут женщины кризисных 1990-х, которых почти в два раза меньше. Прогнозы по изменению численности населения остаются неутешительными.

“Демографический кризис в России – глубокое нарушение воспроизводства населения России, угрожающее его существованию” [Демографический... 1985]. Его причины связаны также с демоэкономическими, социоэкономическими, социомедицинскими и социально-этическими факторами. И руководство России постоянно ищет новые пути выхода из кризиса.

В 2001 г. была принята “Концепция демографического развития Российской Федерации на период до 2015 года” [Концепция...], в которой подчеркивается плачевное демографическое состояние России, сформулированы цели и задачи демографической политики, а в 2007 г. – “Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года” [Концепция...]. Правительство России разработало следующие меры по повышению рождаемости: выплаты при рождении ребенка, пособия, налоговые льготы, кредиты на приобретение жилья, которые списываются при рождении четвертого ребенка.

Семьям стали выплачивать материальные пособия: при рождении детей их родителям предоставляются разовые выплаты. Малообеспеченным семьям на содержание детей полагаются ежемесячные пособия. С 2004 г. их назначение и выплата производятся в соответствии с региональным законодательством. Для этого из федерального бюджета регионам выделяются специальные субвенции.

В послании Федеральному собранию 2006 г. В. Путин сформулировал ряд мер по стимулированию рождаемости, включая крупные выплаты в связи с рождением второго ребенка. В частности, был принят закон о “материнском капитале”, в соответствии с которым семьям (главным образом матерям) выделяются денежные средства, которые могут быть использованы либо для приобретения жилья, либо для оплаты образования, либо как прибавка к пенсионным накоплениям матери [Данишевский, 2006].

Известно, что в Китае проводится политика ограничения рождаемости. На страну с огромным населением в 1,4 млрд человек, что составляет почти 25% численности населения Земного шара, приходится лишь 7% общемировой площади пахотных земель, в связи с чем остро не хватает природных ресурсов. Правительство было вынуждено в 1970-х гг. законодательно ограничить размер семьи, сдержать рост рождаемости, повысить качество человеческих ресурсов. Центральный принцип семейного права Китая – планирование деторождения, ставшее одним из основных положений государственной политики. Принцип планового деторождения призван обеспечить снижение скорости роста численности населения, повысить материально-культурный уровень жизни. Принцип “Один ребенок на одну семью” (или “Одна семья – один ребенок”) – вот основа демографической политики Китая. Гражданам КНР обычно разрешают иметь не больше одного ребенка в семье (исключая многоплодные роды) или двух детей в одной семье в сельской местности (при условии, что первый ребенок – девочка). Применялись меры принудительной стерилизации.

Политика ограничения рождаемости зависит от провинции, от региона (например, у жителей Пекина есть возможность иметь двух детей, если каждый из родителей был единственным ребенком в своей семье). Кроме того, ограничение рождаемости не так строго в отношении национальных меньшинств. Их представителям разрешается иметь двух детей в городе и трех в сельской местности. Для народов численностью меньше 100 тыс. человек никаких ограничений по количеству детей нет [Одна...].

Рекламные кампании по планированию рождаемости в Китае и в России

Начнем с того, что рекламные слоганы на тему планирования рождаемости, которые можно увидеть почти на каждом шагу и в каждом уголке Китая, нередко вызывают у иностранцев и у русских, в частности, недоумение. Вот несколько примеров: “Меньше рожать детей, больше сажать деревьев, меньше рожать детей, больше держать свиней!” – рекламный слоган в пригороде Пекина, “Перекройте маточную трубу, чтобы перестать быть бедным, чтобы быть богатым” – рекламный слоган в провинции Хунань и многие другие. Поскольку рекламные слоганы на тему планирования рождаемости столь многочисленны и разнообразны, что их анализ не уместится в рамках одной статьи, мы будем опираться на “Слоганы новой эпохи, рекомендуемые Национальной переписью населения и Комиссией по планированию семьи Китая”, обнародованные в 2007 г.

Слоганы распределены по 12 темам: 1) пропаганда нового “Решения”; 2) комплексное решение проблем народонаселения; 3) стремление сделать все возможное, чтобы стабилизировать низкий уровень рождаемости; 4) значительное улучшение качества родов; 5) комплексное регулирование соотношения полов; 6) постоянное совершенствование системы управления миграцией и обслуживания мигрирующего населения; 7) активное реагирование на старение населения; 8) планирование семьи и строительство нового села; 9) дальнейшая популяризация нового стиля поведения в сфере брака и деторождения; 10) всестороннее усиление заботы о девочках; 11) введение наград и поощрений в системе поддержки проекта низкой рождаемости и быстрого повышения качества жизни; 12) ведение работы по планированию семьи в соответствии с законом. Общее количество слоганов – 190 [Слоганы...].

В качестве примера рассмотрим рекламные лозунги, призывающие к ликвидации дискриминации по признаку пола.

Появление ребенка в китайской семье всегда было желанным, но появление мальчика – насущная потребность, всегда событие куда более значительное, чем рождение девочки. Рождение мальчика означало продолжение рода, сын наследовал фамилию и имущество. Предусматривалось получение земельного надела, который закреплялся за семьей. Это было и повышением статуса женщины, родившей мальчика. Женщина, родившая сына, приобретала право голоса в семье. Особенно важным рождение мальчика было в деревне.

В связи с политикой ограничения рождаемости в стране многие семьи по традиции хотят, чтобы у них родился именно мальчик. Это обостряет различные проблемы в китайском обществе: гендерные диспропорции, преобладание среди abortируемых эмбрионов девочек и др. Соотношение новорожденных мальчиков и девочек в КНР на 10 процентных пунктов выше нормального показателя. В условиях политики ограничения рождаемости это привело к тому, что семьи стали отказываться от рождения девочек. Наметился серьезный перекос в половозрастной структуре населения, и демографы спрогнозировали, что к 2020 г. в Китае будет перевес мужского населения над женским на 40 млн человек.

В 2002 г. правительство Китая пошло на изменение политики. Было объявлено, что лозунг “Одна семья – один ребенок” слишком упрощенный и не учитывает сложившихся условий. Семьям с первой родившейся девочкой было предоставлено право родить второго ребенка, а также были приняты законы против ограничений рождаемости девочек.

Как уже упоминалось, серьезная демографическая проблема Китая – значительное преобладание мужского населения над женским: на каждые 120 мальчиков здесь рождаются всего 100 девочек [Овчинников...]. В условиях современной демографической политики родители часто идут на хитрость. Они заранее узнают у врачей пол еще не родившегося ребенка, и если пол оказывается женским, то прерывают беременность.

Теперь понятно, почему два (пятый и десятый) из 12 тематических блоков слоганов непосредственно посвящены проблеме сексизма (дискриминации по признаку пола), в них 29 слоганов. Приведем несколько примеров:

– хороши и мальчик, и девочка, а гармония в их соотношении еще лучше;

- ликвидировать дискриминацию по признаку пола, способствовать гармонии в семье;
- пол ребенка зависит от природы, искусственный выбор вреден обществу;
- гендерная идентификация плода без медицинской потребности и искусственное прерывание беременности для выбора пола строго запрещены;
- будет мальчик или девочка, пусть определит природа;
- баланс Неба и Земли приносит мир и покой в природе, гендерный баланс гарантирует благосостояние государства и процветание нации.

Во многих местах можно встретить яркие рекламные плакаты, призывающие жителей: “Рожайте меньше, рожайте лучших, и вы будете счастливы всю жизнь”. При планировании рождаемости политика государства сочетается с принципом убеждения масс в ее целесообразности, а отсюда – добровольность следования предложенным правилам. Главным содержанием планирования рождаемости являются поощрение поздних браков и позднего рождения ребенка, ограничение числа детей с установкой на улучшение качества нации, призыв к тому, чтобы супружеская пара имела только одного ребенка.

В настоящее время происходят существенные изменения во взглядах китайцев на брак, детей и семью. Желательность поздних браков, позднего рождения ребенка, ограничение числа детей с целью обеспечения здоровья и благополучия следующего поколения уже вошли в массовое сознание китайцев. В молодых семьях одинаково рады мальчику и девочке. Создание счастливой и гармоничной маленькой семьи, научно обоснованный и цивилизованный образ жизни постепенно становятся общественной нормой. В то же время плановое деторождение позволяет китайским женщинам избавиться от патриархальных традиций многодетности и тяжести домашних забот, а это существенно влияет на повышение общественной роли женщины, уровня здоровья матери и ребенка (<http://www.china-voyage.com/>).

* * *

Будучи в командировке в Москве, один из авторов этой статьи обратил внимание в московском метро на плакат “Стране нужны ваши рекорды!”, пропагандирующий многодетность. На нем изображена мама с тремя малышами. Слоган плаката произвел на нашего китайского коллегу большое впечатление с оттенком легкой зависти.

Можно привести и другие примеры российских рекламных слоганов:

- любовь к Родине начинается с семьи;
- чудеса случаются трижды;
- ваши инвестиции в будущее – это дети;
- детей много не бывает;
- большая семья – большая радость!
- с прибавлением! (изображение семьи с новорожденным, с тремя детьми) (Москва, 2007);
- они родились третьими... (Волгоград, 2008).

В мае 2011 г. в Москве и Омске стартовал совместный проект ОТП Банка и Благотворительного фонда защиты семьи, материнства и детства “Они родились третьими”. Идея проекта – в распространении позитивной информации о многодетных семьях с помощью наружной социальной рекламы. За основу были взяты изображения знаменитых людей России, которые родились третьими в своих семьях. В их числе – А. Чехов, Ю. Гагарин, А. Ахматова, Н. Некрасов, И. Ильин, К. Брюллов и многие другие. Эта информационно-рекламная кампания продолжилась и в других регионах. Так бизнес и общественные организации вносят реальный вклад в преодоление демографического кризиса в России. Вот еще несколько примеров рекламных слоганов. Такая реклама работает именно со стереотипом “Дети из многодетных семей могут быть очень успешными”.

- Мама, не делай аборт!
- Подумайте сердцем! Не обрывайте жизнь поколений!

- Сохрани дитя! Последствия аборта непоправимы.
- Что может быть печальнее на свете, чем когда мамам не нужны их дети...
- Если я появлюсь на свет, я буду помогать тебе!
- Позволь мне родиться, я буду любить тебя!

На сегодняшний день проблема демографии в России – одна из приоритетных, и повышению рождаемости российские власти уделяют большое внимание. Однако приходится признать, что меры для улучшения демографических показателей носят лишь временный характер, а прогнозы остаются удручающими. К сожалению, общество пока не готово воспринимать всерьез отрицательные показатели демографии как реальную угрозу. Активные действия властей по решению этих проблем, бурно обсуждаемые в СМИ, создают иллюзию близости решения, успокаивая тем самым россиян. Но от внимания граждан ускользает тот факт, что пока мы видим лишь попытки обеспечения благоприятных условий для населения России со стороны государства. Пока они, к прискорбию, не стали успешными и не могут обеспечить “возрождение России”. Выход из демографического кризиса возможен лишь на путях продуманной политики, направленной на всестороннее укрепление семьи с детьми, на улучшение условий жизни. Кроме того, необходимо грамотное информационное сопровождение проводимой государством демографической политики, с тем чтобы люди осознали проблемы нынешней демографической ситуации России, их возможных последствий. Инструментом такой политики может стать, в частности, и социальная реклама.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Данишевский К. Демографический кризис в России: оптимальные пути преодоления // Демоскоп. 2006 (<http://demoscope.ru/weekly/2007/0305/analit05.php>).
- Демографический энциклопедический словарь. М., 1985.
- Концепция демографического развития Российской Федерации на период до 2015 г. (<http://www.bestpravo.ru/federalnoje/hj-gosudarstvo/t3w.htm>).
- Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г. (<http://www.bestpravo.ru/federalnoje/xg-normy/u6r.htm>).
- Мизь О.А. Демографический кризис в Российской Федерации. Сумы, 2012 (http://revolution.allbest.ru/sociology/00226916_0.html).
- Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики // Регионология. 2008. № 2 (<http://regionsar.ru/node/94>).
- Овчинников В. Если бы не ограничения рождаемости, население Китая сегодня составило бы 1740 миллионов (<http://www.rg.ru/2011/08/18/kitay.html>).
- Одна семья – один ребенок (http://ru.wikipedia.org/wiki/%CE%E4%ED%E0_%F1%E5%EC%FC%FF_%97_%EE%E4%E8%ED_%F0%E5%E1%B8%ED%EE%EA).
- Слоганы новой эпохи, рекомендуемые Национальной переписью населения и Комиссией по планированию семьи Китая (<http://www.chinanews.com/gn/news/2007/08-04/994668.shtml>).

© Ян Ке, Г. Николайшвили, 2015

Сдано в набор 22.12.2014	Подписано к печати 20.02.2015	Дата выхода в свет 20.03.2015 г.
Формат 70 × 100 ¹ / ₁₆	Цифровая печать	Усл. печ.л. 14,3
Уч.-изд.л. 18,4	Бум.л. 5,5	Тираж 244 экз.
		Зак. 1006
		Цена свободная

Учредители: Российская академия наук, Президиум РАН

Адрес редакции: Мароновский пер., д. 26, Москва, 119049
 Издатель: Российская академия наук. Издательство “Наука”, Профсоюзная ул., д. 90, Москва, 117997
 Оригинал-макет подготовлен издательством “Наука” РАН
 Отпечатано в ППП «Типография “Наука”», Шубинский пер., д. 6, Москва, 121099