



*В доме волнение, шум, удивление,
Это не сказка, а быль.
Где-то за городом очень недорого
Папа купил автомобиль.
О. Мілявський*

«Автомобіль — не розкіш, а засіб пересування», як говорив Остап Бендер у своїй промові на мітингу в місті Удоеві (фільм «Золоте теля»). Дійсно, автомобілі багато в чому спростили пересування людей у просторі, скоротили час їхніх поїздок на великі та малі відстані, додали комфорту. Щоправда, за таку технічну послугу прогресу людству довелося й чимало заплатити. З появою та розвитком автомобільної промисловості у світі поступово збільшилася й кількість автокатастроф, в яких гинуть люди. Причому дивує те, що люди сьогодні найбільше бояться літати літаками, їздити в потягах. Їхній страх пов'язаний з аваріями. Сьогодні в автокатастрофах гине більше 1,2 млн. чоловік на рік. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, кожні 30(!) секунд у світі гине людина в автокатастрофі. Більшість автопригод на шляхах трапляються саме з вини водія: відволікся на телефон, перехожого, заговорився з пасажиром і т.п. Добре, що не всі водії порушують правила безпеки. Адже якщо людина живе у цьому світі в ладах із собою, і в ній домінують такі поняття, як людяність, доброта, честь, то вона й на дорозі залишається людиною. Водій за кермом знаходиться на такій же важливій роботі, як і в будь-якій іншій відповідальній професії. Адже водій, передусім, відповідає за життя інших людей!

Громадськість у різні способи намагається запобігти численним автокатастрофам. Наприклад, на тематику про порушення правил дорожнього руху знято безліч соціальних роликів. В Інтернеті на цю тему також матеріалу досить багато — як вітчизняного, так і західного, як професійно відзнятих соціальних роликів, так і любительського відео. Але після перегляду бодай декількох соціальних роликів враження від них залишиється важке, гнітюче, навіть з'являється панічний страх знову сідати за кермо автівки. **То яку ж мету насправді переслідують ці короткі та залякуючі водіїв ролики?**

Чому можуть навчити або чого допоможуть уникнути такі відеоматеріали, якщо майже усі вони прищеплюють негативне ставлення до автомобілів і поїздок на них, провокують людину боятися і записують на нашу підсвідомість жахливі сцени аварій? А всі негативні емоції і сцени, як доведено психологами, ведуть саме до притягування в життя людини тих ситуацій, які були нею побачені.

В багатьох роликах використовуються жахливі картини наслідків аварій. Навіть описувати тут їх не хочеться — надто вже реалістичні сюжети. Але сценарій більшості соціальних роликів такий: водій відволікається, аварія, страх, і як резюме — напис: «Будьте уважні на дорозі!». З одного боку, автор намагається показати, що саме може трапитися з кожним при недбалому керуванні автомобілем. З іншого боку він породжує в людині страх, показуючи негативні картини. Після перегляду на людину звалюється шквал негативних думок, пов'язаних з автомобілями та й з життям в цілому. А думка, як відомо, матеріальна, і те, чого ми найбільше боїмося, найчастіше з нами й трапляється. Людина боїться, і цим страхом породжує безліч інших проблем. **Адже якщо в людині переважає позитивне мислення, то і ставлення до життя у неї буде іншим, а отже, й за кермом вона їздитиме спокійно і нікуди не поспішатиме. Добрі думки кожній людині дають шанс змінити своє життя на краще — і цим самим захистити себе та своїх близьких від лиха. А увага і зосередженість на дорозі при домінації таких думок допомагають досягти максимальної безпеки на автошляху.**

Перегляд негативних роликів, реклам, фільмів, що нагнітають страх, відводять людину від мирного життя і творчої роботи над собою, змушує людину жити в постійному страху щодо завтрашнього дня.

Ще дуже дивує реклама на щитах міста: «Випив? За кермо не сідай!». Тобто, пити алкогольні напої — це нормально?! Завжди хотілося дописати нижче: «А краще не пий!». Тож суспільству такими ось, на перший погляд, нешкідливими рекламами нав'язують певну модель поведінки. Повернімося до відеороликів. У одному з них молодий чоловік, випивши у барі, демонстративно полишає ідею сідати за кермо, а в ході певних обставин знайомиться з дівчиною, і вони закохуються. І яка ж логіка цього ролика? Поки не вип'єш — долю не зустрінеш? Тут вочевидь насаджують фальшиву ідею про те, що з алкоголем життя прекрасне — тільки не треба сідати за кермо. Алкоголь робить з людини тварину. **Але ж в людині стільки всього прекрасного, цікавого і доброго!** Та все це закривається наглухо потужним засувом — спиртним. І що для людини цікавіше — алкогольні ілюзії чи багатий внутрішній світ — вирішувати тільки їй самій.

Порадувало те, що є й сюжети, які з таким же успіхом нагадують про безпеку за кермом і, разом з цим, несуть в собі багато позитиву. Наприклад, ролик про те, як чоловік вдома на стільці зображує, ніби він їде на автомобілі, поруч сидять його дружина і дитина, які підіграють йому. Він із захопленням веде уявний автомобіль. Тут його погляд змінюється, показуючи тривогу і небезпеку, тіло напружується. З усього видно, що уявне авто з людиною потрапило в складну дорожню ситуацію і може розбитися. Жінка і дитина кидаються до чоловіка на допомогу, обіймають його своїми руками, створюючи таким чином ремінь безпеки. Гарно знято, емоційно. І головне — це змушує замислитися про те, що, сідаючи за кермо, слід пам'ятати про ремінь безпеки. Чи ролик, коли дівчина мчить на шаленій швидкості, і тут раптом на пасажирському сидінні з'являється ангел і починає співати: «Їдь поповільніше — це так просто!» Подив, захват і висока пильність за кермом — суть цього кліпу. Тож, як бачимо, все-таки можна знімати хороше та налаштувати глядачів на позитив!

На мій погляд, якщо збільшити кількість хороших сюжетів у соціальних рекламах, щоб позитивні емоції домінували над негативними, тоді аварії на дорогах траплятимуться рідше. Герой відомого роману Михайла Булгакова говорив: «Цеглина на голову ніколи нікому просто так не падає», і додам: це — наслідок наших неконтрольованих думок. **Тож давайте думати позитивно, створювати позитивні соціальні ролики і творити добро!**

І не треба чекати, поки хтось це зробить за нас. Можна почати створювати своє відео тут і зараз! Адже це доступно кожному, було б тільки бажання. Змінюється Людина — змінюється і світ довкола неї. Людина-творець покращує і світ навколо себе. Буває так, що гарний кадр про Добро, знятий на мобільний телефон і просто розміщений в Інтернеті, допомагає іншій людині вирішити своє питання, змінює її життя, нагадує про доброту і любов у цьому світі. Адже добрі справи, що йдуть від щирого серця і з величезним бажанням, є невичерпним джерелом душевної сили для кожної людини. Нехай ваші кадри про Добро, сценарії соціальних роликів, які, сподіваюся, з'являться в найближчому майбутньому, дадуть надію тим, хто зневірився, і збільшать кількість посмішок та позитиву у світі.

Доброго шляху!

P.S. МГО «ЛАГОДА» продовжує конкурс сценаріїв на кращий соціальний ролик «ДоброТи». Подобиці на сторінці <http://lagoda.org/uk/projects/social>

Олександр Васильєв, м. Київ