**Социальная реклама - один из путей социализации**

Баронова Мария Юрьевна,

учитель русского языка и литературы

МБОУ СОШ №4 г. Полярные Зори

Любое общество существует лишь при условии, если его члены следуют принятым в нем ценностям и нормам поведения. Человек становится личностью в процессе социализации, благодаря которой он обретает способность выполнять социальные функции.

Как известно, наше образование направлено на социальное ориентирование обучающихся. Социальная реклама выступает в данном случае как один из способов достижения этой цели. Сущность социальной рекламы - идея, которая должна обладать определённой социальной ценностью. Цель данного типа рекламы - изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в перспективе - создать новые социальные ценности.

Официально история социальной рекламы начинается с начала XX века. В 1906 году общественная организация "Американская гражданская ассоциация" создала первую социальную рекламу, призывающую защитить Ниагарский водопад от вреда, наносимого энергетическими компаниями. В 1942 году в Америке был создан Рекламный совет по решению социальных проблем.

В последнее время социальная реклама становится всё более популярной и в России. Развитие общественной коммуникации показывает, что специалисты всёё чаще обращаются к данному виду рекламы. Формальное отражение этого - проведение конкурсов социальной рекламы.

Во всем мире социальная реклама - важная составляющая мировоззрения и нравственного здоровья общества. Термин "социальная реклама", являющийся дословным переводом с английского public advertising используется только в странах СНГ. А во всем мире ему соответствует понятие "некоммерческая реклама" и "общественная реклама". Социальная реклама несёт в себе информацию, представленную в сжатой, художественно выраженной форме. Профессионалы создают её бесплатно, место и время в СМИ также предоставляются на некоммерческой основе. В идеале социальная реклама всегда вне политики.

Задачи социальной рекламы формулируются следующим образом: формирование общественного мнения, привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни, активизация действий по их решению, укрепление социально значимых институтов гражданского общества, формирование новых типов общественных отношений, изменение поведенческой модели общества.

Таким образом, социальная реклама - это вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества и его нравственным ценностям. [[1]](#footnote-2)

Поведение и восприятие человеком окружающей информации постоянно меняется. Чтобы оказать на поведение человека определённое воздействие, необходимо привлечь его внимание. Привлечение внимания - первое звено в цепи механизма воздействие социальной рекламы. Именно внимание сопровождает такие процессы, как восприятие реципиентом (получающим) рекламной информации, переработки е в сознании.

 Социальная реклама - это один из наиболее активных инструментов быстрого реагирования и целевого воздействия в решении социальных проблем, она способствует социальной поддержке населения, восстановлению гуманистических отношений между людьми, влияет на нравственные ценности молодёжи, расставляет приоритеты. Она обращена ко всем и к каждому.

Учитывая особенности социальной рекламы и желание положительно повлиять на социум через видеоролик (буктрейлер, например ), мы воспользовались возможностями факультативного курса по ФГОС "Час чтения" в 5 классе, где применялся УМК по литературе "Вокруг тебя - Мир...".

Идея создания пособия "Вокруг тебя - Мир..." принадлежит Международному комитету Красного Креста. Одной из важнейших задач деятельности движения Красного Креста и Красного Полумесяца является распространение идей гуманности, солидарности и взаимного уважения. Разрабатывался материал преподавателями Московского педагогического государственного университета кандидатами педагогических наук В.Ю.Выборновой и М.Р.Соловьевой.

Материалы "Книги для ученика" содержат специально подобранные для реализации гуманитарных идей тексты (многие из них интересны и в художественном отношении), удачно взаимодействуют с основным курсом литературы, ориентируют учащихся на самостоятельную творческую деятельность. Методические рекомендации для учителя в целом отвечают современным требованиям к преподаванию литературы, имеют четкую структуру, продуманную систему заданий для учащихся, развивающих их мышление и творчество, расширяющих кругозор, формирующих нравственную жизненную позицию. Особенно важно, что вопросы опираются на социальный опыт детей, на их видение мира, помогают ориентироваться в этом мире. Кроме того, УМК "Вокруг тебя - Мир..." может оказать большую помощь молодым педагогам в планировании материала и моделировании урока литературы вообще.

Таким образом, данное пособие представляет удачную научно-методическую разработку, которую необходимо использовать в школьной практике.[[2]](#footnote-3)

Изучая материал пособия, обучающийся (под руководством учителя) приходит к мысли о том, что жизнь людей на Земле - и взрослых, и детей - на протяжении всей истории человечества не была простой, безоблачной. Мы готовим детей к деятельному состраданию с детства. Из этого вытекает уважительное отношение к порядкам, правилам, законам, по которым строятся взаимоотношения и взаимопонимание не только отдельных людей между собой, но и целых государст.

Особое внимание хочется обратить на два занятия, проведённые нами по теме "Милосердие - нашей души усердие". Цели занятий - формирование умений и навыков комментированного чтения текста, обучения умениям анализировать текст, сопостовлять несколько текстов друг другу; воспитание в детях чувства сострадания и милосердия к ближнему, развитие творческого потенциала обучающихся.

В работе по данной теме мы использовали рассказ Александра Куприна "Чудесный доктор" и текст "Анри Дюнан - основатель Красного Креста".

В процессе работы дети приобрели навыки комментировнанного чтения текста, произвели сопоставительный анализ двух текстов, поразмышляли о том, что такое милосердие, почему люди помогают друг другу.

Результатом проделанной работы является создание рисунков, стихов, высказываний, которые впоследствии помогли при оформлении выставочного стенда. А также вся проделанная работа дала возможность созданию видеоролика социальной рекламы. Дети самостоятельно придумывали сюжет ролика, активно помогали в его создании.

**Список источников**

1. Белянин А.Б. Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления. - М., 2005-373с.

2. Доссе Т.Г. "Об использовании нового учебно-методического комплекта по литературе "Вокруг тебя - Мир...". 5 класс".

3. Городской семинар. Сборник информационно-методических материалов по итогам городского семинара "Роль внеурочной деятельности в повышении качества образования в условиях введения ФГОС второго поколения"-г.Полярные Зори, 2011.-46с.

4. Программа предмета "Вокруг тебя - Мир..." на 5,6 класс по ФГОС. сайт https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2015/09/18/rabochaya-programma-vokrug-tebya-mir

5. Половникова И.А. Социальная реклама как форма работы с детьми. сайт https://nsportal.ru/shkola/sotsialnaya-pedagogika/library/2015/07/11/sotsialnaya-reklama-kak-forma-raboty-s-detmi

1. Белянин А.Б. Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления. - М., 2005-373с. [↑](#footnote-ref-2)
2. Доссе Т.Г. "Об использовании нового учебно-методического комплекта по литературе "Вокруг тебя - Мир...". 5 класс". [↑](#footnote-ref-3)