

Фірсова І.М.
Аспірантка,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
викладач

Підготовка до рекламно-інформаційної діяльності студентів-майбутніх соціальних педагогів як один із шляхів підвищення ролі соціальної реклами в сучасному українському суспільстві

Соціальна реклама в сучасному українському суспільстві поступово привертає до себе дедалі більше уваги з боку громадськості, політичних організацій та бізнес-структур. Хоча через низку обставин в Україні на соціальну рекламу припадає досить незначний, у порівнянні, наприклад, із західними країнами, відсоток рекламних площ, ефірного часу, фінансових витрат, наразі можна говорити про позитивну динаміку розвитку її в нашій державі вже в найближчий час. «В цілому спостерігається позитивне відношення до соціальної реклами з боку центральних та місцевих органів влади і навіть мають місце певні декларації щодо податкових пільг для рекламодавців соціальної реклами» [1]. В Концепції розвитку в Україні сфери соціальної реклами, розробленому Міністерством праці та соціальної політики нашої держави, одним із завдань визначено започаткувати роботу зусиллями всіх зацікавлених сторін щодо поінформування, навчання та професійного розвитку розробників соціальної реклами [1]. До того ж поступово вже стали традиційними щорічні заходи, пов'язані з презентацією рекламної продукції соціального характеру: фестивалі соціальної реклами, конкурси творчих робіт, студентські олімпіади. Метою проведення даних заходів є привернення уваги суспільства до соціально значущих проблем шляхом залучення широкого кола як професійних рекламистів, художників, дизайнерів так і початківців, аматорів; збільшення кількості та підвищення якості соціальної реклами, пошук нових творчих ідей та дизайнерських рішень.

Все це дає підстави говорити про те, що виникла необхідність підготовки кваліфікованих фахівців, здатних на професійному рівні вирішувати питання, пов'язані зі створенням, виробництвом та розповсюдженням соціальної реклами в різних галузях науки, в тому числі й в галузі соціальної педагогіки.

В Законі України «Про соціальні послуги», в якому закріплено порядок надання соціальних послуг, серед яких – інформаційних. До переліку останніх входять і рекламно-пропагандистські послуги, які передбачають поширення працівниками соціальної сфери об'єктивної інформації про споживчі властивості та види соціальних послуг, формування певних уявлень і ставлення суспільства до соціальних проблем [2].

З огляду на це особливої ваги набуває забезпечення якісної професійної підготовки студентів, в тому числі й майбутніх соціальних педагогів, до рекламно-інформаційної діяльності, яка включає ефективну змістову, теоретичну та практичну складові. Метою даної підготовки є підвищення статусу соціальної реклами в житті сучасного суспільства в цілому та сприяння оволодінню студентами базовими знаннями й вміннями, необхідними для здійснення рекламно-інформаційної діяльності в майбутній професійній діяльності, розвиток їх соціальної активності, творчих вмінь зокрема. В рамках підготовки студентів-майбутніх соціальних педагогів до рекламно-інформаційної діяльності передбачається ознайомлення їх з ключовими історичними етапами розвитку реклами як суспільного явища, законодавчою базою існування рекламного ринку в нашій державі, в тому числі й основними правовими аспектами виготовлення та розміщення соціальної реклами, ознайомлення з базовими термінами й поняттями в галузі реклами, розкриття основних закономірностей функціонування реклами в соціальній сфері, ознайомлення з основними принципами, прийомами, технологіями створення рекламної продукції на соціальну тематику, виконання практичних завдань творчого характеру, пов'язаних зі створенням власних рекламних продуктів.

На думку Олександра Горлова, генерального директора групи компаній «Tabasco», члена правління Всеукраїнської рекламної коаліції, куратора Біржі соціальної реклами, на сьогодні в нашій державі існує підвищений попит на соціальну рекламу, та основними проблемами її залишаються рівень професіоналізму виконання та ефективність впливу на громадськість [3]. Навчання студентів-майбутніх соціальних педагогів основам рекламно-інформаційної діяльності є одним зі шляхів подолання даної проблеми. Воно

має на меті не тільки ознайомлення з теоретичними основами рекламної справи, а й передбачає практичну реалізацію набутих теоретичних знань, цим самим привертаючи увагу до соціальної реклами як до цікавого, захоплюючого, корисного, а головне – важливого суспільного явища не лише учасників навчально-творчого процесу, безпосередньо авторів рекламних продуктів, а й інших споглядачів. Виконання студентами творчих проектних завдань в рамках даного навчального курсу не тільки передбачає отримання їх авторами заохочень у вигляді навчальних балів, а й спонукає до моніторингу та аналізу найактуальніших проблем, що існують у сучасному суспільстві, змушує звернути увагу на існуючі моральні цінності, звернути на них увагу оточуючих.

Отже, науково-творча діяльність в рамках навчання курсу з підготовки студентів-майбутніх соціальних педагогів до особливостей рекламно-інформаційної діяльності соціального педагога є корисною для студентів з огляду на успішність і високу результативність виконання ними в майбутньому своїх професійних обов'язків як фахівців соціальної сфери та сприяє підвищенню ролі соціальної реклами в суспільстві в цілому.

1. Концепція розвитку в Україні сфери соціальної реклами [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://mlsp.kmu.gov.ua>.
2. Про соціальні послуги : Закон України, 19 черв. 2003р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://rada.gov.ua>.
3. Горлов А. Итоги года социальной рекламы в Украине [Електронний ресурс] / Александр Горлов // Рекламастер. – 2009. – Режим доступу : <http://www.reklamaster.com>.