

КОНКУРС СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ У ОБУЧАЮЩИХСЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Ходакова Ю. С.

государственное бюджетное учреждение Воронежской области «Центр психолого-педагогической поддержки и развития детей», г. Воронеж

В соответствии с Концепцией профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде на период до 2025 года, утвержденной Министерством просвещения Российской Федерации 15 июня 2021 года, первичная профилактика является приоритетным направлением превентивной деятельности в образовательной среде и реализуется преимущественно в рамках работы образовательных организаций. Основой содержания первичной профилактики является формирование и развитие у обучающихся личностных ресурсов, повышающих их устойчивость к негативным влияниям среды.

Возможности образовательной организации в профилактике употребления психоактивных веществ во многом превосходят другие социальные институты, включая возможности профилактики в семье. Система образования имеет профессиональный, организационный ресурс, а сфера ее социального влияния позволяет обеспечивать комплексное, системное воздействие на целый ряд социальных групп, прежде всего несовершеннолетних и молодежь. Таким образом образовательные организации вносят существенный вклад в формирование культуры здорового и безопасного образа жизни у обучающихся.

Реализация творческих проектов в формате социальной рекламы является действенным методом профилактической работы. Этот подход обладает значительным потенциалом для формирования ценностных установок, популяризации культуры здорового и безопасного образа жизни, а также профилактики зависимого поведения среди обучающихся. Творческие проекты в формате социальной рекламы, благодаря своей доступности, эмоциональной

насыщенности и краткости, эффективно доносят до аудитории как актуальные социальные проблемы, так и возможные пути их разрешения.

Под понятием «социальная реклама» понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (пункт 11 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

С целью повышения эффективности формирования и распространения культуры здорового и безопасного образа жизни среди детей и подростков; внедрения современных форм и методов просвещения с целью популяризации здорового и безопасного образа жизни; обновление наглядно-методического инструментария профилактической деятельности; повышение воспитательного потенциала образовательных организаций с 2018 года федеральным государственным бюджетным учреждением «Центр защиты прав и интересов детей» (является подведомственным учреждением Министерства просвещения Российской Федерации) проводится Всероссийский конкурс социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни обучающихся «Стиль жизни – здоровье!».

Участие подростков в конкурсе социальной рекламы является средством реализации педагогических технологий профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде на основе активной включенности обучающегося в социально значимую деятельность, и имеет существенный формирующий эффект, основанный на реализации методологических принципов системно-деятельностного подхода в педагогике и методов педагогики сотрудничества в образовании.

Конкурс социальной рекламы является эффективным инструментом для решения ряда важных задач в сфере профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде:

- в первую очередь, он способствует привлечению внимания обучающихся к актуальным социальным проблемам, пропагандирует принципы здорового образа жизни и просвещает детей и подростков в вопросах его формирования;

- создаёт условия для открытого диалога и саморазвития обучающихся;

- обеспечивает поддержку творческой активности обучающихся, давая им возможность высказать свое мнение по важнейшим социальным проблемам современности и предложить пути их решения;

- способствует распространению опыта в области формирования культуры здорового образа жизни и профилактики вредных привычек среди обучающихся, а также обогащает банк социально ориентированной рекламной продукции для детей и подростков.

На базе государственного бюджетного учреждения Воронежской области «Центр психолого-педагогической поддержки и развития детей» проводится региональный этап Всероссийского конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни – здоровье!». В мероприятии могут принять участие обучающиеся в возрасте от 8 до 18 лет включительно (или коллективы обучающихся) образовательных организаций Воронежской области. Для участия в федеральном этапе Всероссийского конкурса направляются конкурсные работы Лауреатов, которые заняли первое место. Ежегодно обучающиеся образовательных организаций Воронежской области активно принимают участие в конкурсе социальной рекламы и занимают призовые места на федеральном этапе конкурса.

Для участия в конкурсе создаются и представляются видеоролики или плакаты (буклеты) рекламного характера, содержание которых отражает побуждение детей и подростков сделать выбор в пользу здорового образа жизни, отражает ценности физического, психического, социального и духовного здоровья всех участников образовательного процесса, позицию осознанного отказа от употребления психоактивных веществ.

В социальной рекламе должна быть отражена идея решения той или иной социальной проблемы, предложены альтернативные способы самореализации

обучающихся. Важно наглядно продемонстрировать нормативную модель поведения, которая пропагандируется средствами социальной рекламы.

При разработке социальной рекламы, направленной на популяризацию здорового и безопасного образа жизни среди обучающихся, необходимо соблюдать ряд принципов и не допускать:

- использование элементов запугивания, поскольку подобная информация может негативно сказаться на психическом здоровье и развитии детей (например, демонстрация последствий употребления алкоголя, табака, наркотических веществ);

- изображение атрибутов, ассоциирующихся с зависимым поведением и угрозой для жизни (шприцы, сигареты, бутылки, кровь и т.д.);

- преувеличение негативных последствий, связанных с зависимым поведением, а также предоставление недостоверной информации;

- использование многозначных образов или смысловых конструкций, допускающих различную интерпретацию.

Социальная реклама должна избегать создания депрессивного настроения у целевой аудитории; напротив, её цель заключается в формировании позитивного имиджа, к которому хочется стремиться. При разработке конкурсного проекта следует сосредоточиться на развитии просоциальных навыков и личностных качеств обучающихся, а также на продвижении культуры безопасного и здорового образа жизни.

При подведении итогов конкурса «Стиль жизни – здоровье!» преимущественно обладают конкурсные работы, которые имеют позитивную направленность, отражают коллективную активную жизненную позицию авторов относительно сохранения и укрепления здоровья, формирования безопасной образовательной среды.

Важно подчеркнуть, что при создании видеороликов в учебном процессе неизбежно встречаются обучающиеся, не желающие участвовать в съемках. Поэтому педагогическая задача заключается в вовлечении всех детей в проект, предоставив им возможность проявить себя не только как актеры, но и в качестве

сценаристов, декораторов, операторов, визажистов, костюмеров и т.д. Таким образом, весь класс может быть задействован в проекте социальной рекламы. Следовательно, помимо получения готового продукта – видеоролика или печатного материала для конкурса, который впоследствии можно использовать в качестве социальной рекламы, реализуется также раскрытие творческого потенциала обучающихся.

Социальная реклама играет важную роль в формировании у обучающихся представлений о здоровом и безопасном образе жизни. Она способствует всестороннему развитию личности подростка, гармонично сочетая общественно значимые ценности с личными интересами в пропаганде здорового образа жизни. В современном обществе социальная реклама выступает как ключевой фактор регуляции поведения и формирования ответственных жизненных позиций.

Список литературы и источников

1. Латышев О. Ю. Организация и проведение учебных интернет- проектов и конкурсов // Школьные технологии. 2006. № 1.

2. Лев И.А. Методические рекомендации для проекта «Повышение эффективности социальной рекламы в России» с использованием гранта Президента Российской Федерации, предоставленного Фондом президентских грантов. М: Фонд президентских грантов. – 2022. – URL: <https://files.oprf.ru/storage/documents/metod-rekomen-trening-trenerov-socreklama.pdf>

3. Лоскутова Э.А. Роль современной школы в формировании здорового образа жизни обучающихся [Электронный ресурс] // Поволжский педагогический поиск journal-ppp.ulspu.ru 2020. No 1. URL: <https://journal-ppp.ulspu.ru/wp-content/uploads/2020/04/1.31.36.pdf> (дата обращения: 17.01.2025).