

*С.А. Лиханова*

*S.A. Likhanova*

МАОУ СОШ № 136, г. Екатеринбург, Россия

Highschool № 136, Ekaterinburg, Russia

*qazva@yandex.ru*

**Профилактика зависимого поведения подростков  
посредством реализации технологии социальной рекламы  
Prevention of addictive behavior of teenagers by the achievement  
of social advertising technology**

*Аннотация.* В статье рассматривается форма профилактики зависимого поведения подростков социальная реклама, которая применяется для привлечения внимания к острым социальным проблемам, для пропаганды здорового образа жизни.

*Abstract.* The article discusses a form of prevention of addictive behavior of teenagers, and a social advertising High School, which is used to attract attention to the burning social problems, to promote a healthy lifestyle.

*Ключевые слова:* аддиктивное (зависимое) поведение, профилактика зависимостей, технология социальной рекламы, здоровый образ жизни.

*Keywords:* addictive (dependent) behavior, prevention of addictions, social advertising technology, healthy lifestyle.

Гиперконкуренция и быстрое развитие отраслей экономики, политические процессы, происходящие в нашей стране, ставят перед школой новые задачи – раскрытие способностей каждого ученика, воспитание порядочного и патриотичного человека, личности, готовой к жизни в высокотехнологичном и конкурентном мире, осознающего свои обязанности перед семьей, обществом, Отечеством [3]. В школьный период ребенку необходимо научиться, согласно стандартам второго поколения, учиться, осознавать важность образования и самообразования для жизни и деятельности,

самостоятельно действовать и отвечать за свои поступки перед семьей и обществом, быть социально активным [6].

Современному ученику, живущему в информационном потоке, приходится принимать все возрастающее количество решений в единицу времени. Нагрузка (психологическая, эмоциональная, физическая) на системы адаптации очень велика, и ее последствия могут привести к девиантному поведению. В зависимости от возрастных особенностей учащихся формы проявления такого поведения ребенка в учебной и внеучебной деятельности могут быть разными: нервный срыв, снижение иммунитета, переутомление, страх, потеря равновесия и чувства безопасности.

Взрослый человек, сталкиваясь с трудностями, старается или бороться, или приспособливаться к ситуации. А подросток, не имея социального опыта противостояния возникшим проблемам, ищет свой универсальный и слишком односторонний способ выживания – уход от проблем, начиная с невыполнения домашнего задания, прогулов в школе, заполнения досугового времени компьютерными играми. Такое поведение в психологии называют зависимым (аддиктивным), которое отклоняется от общепринятых норм.

Особую опасность развитие зависимого поведения представляет в подростковом возрасте, так как психика молодых людей еще не устойчива, жизненные приоритеты до конца не сформированы, ценностные установки и социальный опыт подвергаются переосмыслению. У подростка пробуждается стремление к независимости и самостоятельности, зачастую сопровождающееся глубоким отрицанием наставничества и помощи взрослых. Данному процессу сопутствуют изменения эмоционально-волевой сферы. На фоне такой перестройки личности возникновение аддиктивного поведения очень вероятно, и результаты его непредсказуемы [9]. Согласно информации, представленной Центральным Екатеринбургским отделом Управления Роспотребнадзора по Свердловской области за период 2014 года, восемь месяцев 2015 года в городе Екатеринбурге отмечается значительный рост

отравлений у подростков лекарственными препаратами, препаратами бытовой химии и газами, а также алкоголем, наркотиками. К сожалению, ведущее место в структуре отравлений подростков занимают наркотические препараты [2;1].

В последнее время общественность серьезно обеспокоена тем, какое количество времени подросток и молодежь тратит в социальных сетях, поскольку интернет-зависимость несет ряд специфических угроз, связанных в первую очередь с нарушениями межличностного общения у зависимых.

Как видно, зависимое поведение – серьезная социальная проблема. Без должного общественного внимания, принятия необходимых мер профилактики данное поведение может привести к весьма негативным последствиям, таким как: отсутствие или утрата работоспособности, возрастающая агрессивность по отношению к окружающим, к самому себе, совершение преступлений.

Поэтому необходимо не только педагогам школы, семье, представителям полиции, но и самим учащимся разных уровней образования своевременно и адекватно предупреждать подростков о различных нарушениях в эмоционально-нравственной, психологической и интеллектуальной сферах развития личности. Кто лучше самих ребят просто и доходчиво сможет объяснить своим сверстникам правила межличностных отношений, нормы и традиции общественного бытия, принятые для обязательного исполнения законы. Понимание и принятие норм поведения, установленных обществом, как раз и происходит личностью в детских объединениях, где подростки совместно решают, оценивают выходы из создавшихся ситуаций.

Участие школьников в конкурсах городского уровня по созданию видео-роликов, слайд-фильмов, плакатов привело к идее использования в образовательном процессе социальной рекламы, поскольку она имеет широкий спектр воздействия на разные целевые аудитории, в том числе и на подростков. Социальная реклама - это единственная разновидность рекламы, которая ничего не продает [4, с. 54]. Это пропаганда взаимоотношений между людьми -

в семье, в коллективе, в обществе. Это побуждение соблюдать законы и творить добро, беречь здоровье и не падать духом.

Больше всего человек боится того, что не знает и не понимает. Поэтому социальная реклама призвана вести разъяснительную деятельность. Она должна через объяснение проблем, которые стоят перед обществом, вести к совершенствованию самого общества [7].

В образовательном учреждении детским общественным объединением «Перловка» реализуется социальный проект «Здоров будешь – всё добудешь!» (в рамках профилактики зависимого поведения подростков), основными задачами которого являются:

- разработка и внедрение комплекса мероприятий по профилактике девиантного поведения с применением социальной рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения подростка;

- развитие у учащихся социально-значимых навыков – коммуникативность, неконфликтность, способность эффективно решать проблемы (индивидуальные, коллективные), устойчивость к негативному социальному влиянию;

- формирование средствами творческой активности здоровый образ жизни, положительные устремления личности.

Проект направлен на создание и использование членами детского общественного объединения «Перловка» особого вида рекламы некоммерческого характера – социальной рекламы, которая применяется для привлечения внимания к острым социальным проблемам, для пропаганды здорового образа жизни.

Научно-методическую основу проекта составляют основные положения рекламной технологии (Н.И. Казакова, К.А. Рыжова), культурологической концепции рекламы (В.В. Ученова, Н.В. Старых) [8], практико-ориентированного и дифференцированного подходов в обучении.

Участники проекта: учащиеся 1-11 классов на добровольной основе, педагоги-добровольцы, выпускники прошлых лет, специалисты органов здравоохранения, представители правопорядка, родительская общественность.

При создании и применении социальной рекламы в проекте учитываются возрастные категории учащихся. Младший школьник должен быть готов к осознанию, а возможно, и к решению тех или иных социальных проблем. Их можно представлять в виде образов – предупреждения, обучения, исследования, послушания. Социальная реклама на данном уровне направлена на формирование положительного образа, прививая ребенку «правильные» социальные нормы и установки. Основной формой работы является рекламный плакат по темам «Вредные привычки», «Здоровый стиль жизни», «Правильное питание», «Игровая зависимость», «Режим дня», а также проекты, направленные на формирование здорового образа жизни. Примером такой формы является проект «Игры наших родителей», который реализуется на школьных переменах среди учащихся начальной школы.

На уровне основного и общего образования социальная реклама применяется с целью максимально возможной «вне негативной» социальной адаптации, включая этико-правовую культуру, толерантность. Умение общаться и находить друзей, вести здоровый образ жизни. Поэтому рамки рекламного проекта для старшеклассников расширены и представлены в форме предметного спектакля, тематического концерта, конкурса плакатов, выпуска школьной газеты, спортивного праздника, фотовыставки, видеороликов, видеофильмов, копирайт-игры, рекламных проспектов и др.

Возможно создание социальной рекламы учащимися разного возраста, где одни выступают в роли «проводника», другие - в роли «учеников», например рекламный плакат «Значимое общение», а также совместное творчество учащихся и выпускников школы, детей и родителей (рекламный ролик, например, «Футбол – командная игра?», буклет «Зачем человеку соблюдать правила безопасности?»).

Таким образом, использование технологии социальной рекламы направлено на предупреждение и нейтрализацию аддиктивного поведения подростков, овладение обучающимися умением культивировать положительную самооценку, развитие социально значимых навыков.

#### **Список литературы.**

1. Глухов А. За 8 месяцев в Свердловской области смертность от отравления наркотиками выросла в 2 раза // Областная газета. 18.09.2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oblgazeta.ru/news/8157/>, (дата доступа март 2016).
2. Информационное письмо Центрального Екатеринбургского отдела Управления Роспотребнадзора по Свердловской области «О ситуации с острыми отравлениями в быту за 2014 год» от 25.01.2015.
3. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mosmethod.ru>, (дата доступа апрель 2016).
4. Курганский С.М. Профилактика зависимого поведения посредством социальной рекламы // Справочник педагога-психолога, 2013 № 12, С. 54.
5. Постановление Администрации города Екатеринбурга от 15.12.2011 № 5362 «Об утверждении новой редакции стратегического проекта «Городская школа – стандарт пять звезд на 2011-220 гг.». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=1433192>, (дата доступа апрель 2016).
6. Федеральный государственный стандарт основного общего образования, утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.12.2010 г. № 1897. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.edu.ru>, (дата доступа апрель 2016).
7. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, (дата доступа 2016).
8. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002. 304 с.
9. Шабалина В.В. Зависимое поведение школьников. Психологическое консультирование школьников и их родителей по проблеме зависимого поведения.- СПб: Медицинский пресс, 2001. 176 с.