

В качестве канала распространения предполагается использовать рекламные щиты, которые охватывают широкую аудиторию, имеют длительное воздействие, высокую частоту повторных контактов и слабую конкуренцию в плане завоевания внимания зрителей. Основные требования в наружной рекламе – это наглядность и краткость. Этим критериям должны отвечать все составляющие рекламного сообщения, в том числе и слоган.

Рекламный слоган должен отобразить основную мысль сообщения: если у ребенка нет родителя в полном смысле этого слова – любящего, заботящегося о нем, то он одинок, а одинокий ребенок – это сирота. В форме математической формулы слоган нагляден и краток: «Детство – родители = сиротство».

На данный момент приоритетной для нас является работа над когнитивной, эмоциональной и поведенческой составляющими рекламных сообщений, которые должны не просто привлечь внимание окружающих на проблему социального сиротства, но и вызвать определенные эмоции и побудить их к действию. Но необходимо учитывать, что воздействие на аудиторию эффективно лишь при комплексном подходе.

Говоря о проблеме социального сиротства нельзя оставлять без внимания и другие проблемы, неразрывно связанные с ней и нуждающиеся в социальной рекламе: детская наркомания, проблема контрацепции и аборт, образовательные проблемы и др.

В.Д.Ширшов

Знаки фасцинации в социальной работе

Со знака и знаковых систем начинается научное познание. Под знаком мы понимаем пометку, изображение, предмет или явление, которыми отмечаются, обобщаются какие-либо чувственно воспринимаемые, материальные объекты. Знаки выполняют различные функции: познавательную, экспрессивную, управляющую, контактоустанавливающую, аппелятивную или призывающую, конативную, волюнтаривную и т.д.

В последние годы появилась и активно обсуждается в науке еще одна функция – фасцинационная. Фасцинация (лат.) – очарование, обольщение, колдовство, магия, обман, манипуляция. Нам представляется, что знаки фасцинации появились и развивались в длительном эволюционном процессе сначала в виде невербалики у животных и человека, например, сигналы опасности или предупреждающие о предстоящем нападении, а уж потом закрепились в речи и письме человека.

Фасцинация, как сигнал, который не оставляет равнодушным, пробивает любые фильтры и захватывает мозг и нервную систему всех животных и человека.

Фасцинация широко используется в политике, в рекламе, в праздниках и т. д. Она используется путем манипуляции сознанием, чувствами и волей, что происходит и в общении социального работника с клиентом, однако используется она, как правило, на интуитивном уровне и зависит от мастерства конкретного специалиста. Появление новой науки «фасцинология» открывает еще малоизученные перспективы теоретического осмысления и практического использования приемов манипулирования сознанием, подсознанием, сверхсознанием и поведением людей главным образом через их эмоциональную сферу.

Фасцинация ярко проявляется в невербалике: кинесике, проксемике и такесике. Эти элементы пока еще слабо изучены и мало используются в практической социальной работе.

Научные исследования показывают, что способность улыбаться – врожденное качество. Это установлено при изучении слепых и глухих людей. Но отдельные элементы улыбки поддаются тренировке. Отсюда совет социальным работникам: «Ищите свою самую лучшую улыбку и чаще улыбайтесь!»

Фасцинационными свойствами обладает и речь социальных работников и социальных педагогов. Смешной вопрос, «прозрачный» анекдот, крепкое слово, но без «мата», упоминание об отдельных частях тела (ножки, животик, задница и т. д.) при общении создают благожелательную обстановку, позволяют перейти к более трудным проблемам клиента. Мы любим тех, кто шутит, использует неожиданные сравнения, меткие словечки, каламбурчики, проявляет артистические способности. Все это семантические (смысловые) и прагматические (ценностные) знаки фасциации.

Будущим социальным работникам и социальным педагогам нужно знать и уметь применять приемы фасциации, что лучше их к подготовит к практической профессиональной деятельности.

Е.Р.Ярская-Смирнова

Гендерно-чувствительный подход к социальной работе

Проблемы социальной работы и гендера тесно взаимосвязаны. На протяжении всей своей жизни мужчины и женщины сталкиваются с различными испытаниями, исполняют разные роли, получают различное вознаграждение и приобретают различные статусы. Разнообразные факторы приводят к статистически значимым различиям между мужчиной и