



ИНИЦИАТИВА

всем обо всём

Апрель 2013

Спецвыпуск к городскому конкурсу социальной рекламы
«Новое пространство России»

Infonew's

Городской конкурс социальной рекламы (СР) «Новое пространство России» впервые проводится в Ярославле. Но он уже не один год проходит в различных городах и округах нашей страны и является национальным конкурсом. Мы рады, что и ярославские школьники включились в создание продуктов социальной рекламы, а что еще важнее—задумываются и стремятся изменить общество и жизнь к лучшему!

Конкурс проходил по восьми темам, трем номинациям (листовка, статья, нестандартный медианоситель) и трем возрастным группам. К сожалению, не все предложенные темы были освещены в работах. Мало листовок СР представили на темы «Зеленый свет», «Гармония в разнообразии», «Живи реально». Отсутствовали конкурсные работы, затрагивающие тему «Формула здоровья». Наибольшее число работ - на темы «Зоошанс» и «Будущее планеты».

Социальную активность проявили ребята из школ №49, 62, 66, 68, 70, 97, 80, 18, ЦДТ «Витязь» и ЦВР «Глория»



В ЭТОМ ВЫПУСКЕ:

Новости! Новости!	1
Школьники о СР Наш опрос	1
Социальная реклама: создать - как? Советы специалиста	2
Педагогам	2
Острые вопросы: Почувствуй себя героем	3
Антиобщество	4
От нас : творите..	4

Школьники о социальной рекламе

В последние годы в конкурсах, акциях и мероприятиях всё чаще звучат слова «социальное проектирование», «социальная реклама», «социальная акция». Все эти термины характеризуют новое пространство России. Но знаем ли мы, школьники, что кроется за этими словами? Ребят, участвующих в конкурсе социальной рекламы, мы просили поразмышлять и ответить на вопросы: что такое социальная реклама? Нужна ли она? Встречали ли вы её в Ярославле? Кто-то откровенно высказал своё мнение, кто-то изучил рекламное законодательство и юридические основы СР. С лучшими ответами мы хотим ознакомить наших читателей.

Социальная реклама - это реклама

«...направленная на благо общества»
(Бабеев Роман., Бороздкина Даша, Евдокимов Миша, СОШ №70)

«... о здоровом образе жизни, о чистой природе» (Жуков Егор, Болотова Даша, Берестевич Катя, СОШ №70)

«...некоммерческая, рассчитанная на широкий круг людей, стремящаяся заставить людей задуматься о будущем» (Лобузова Эльвира, СОШ №97)

«...некоммерческая, направленная на изменение моделей общественного поведения» (Гвазава Валерия, СОШ №97)

«... рассказывающая о проблемах, существующих в обществе и необходимости их решения» (Ермолин Алексей, СОШ №97)

«...направленная на решение проблем, выхода из затруднительной ситуации, призывающая измениться в лучшую сторону» (Хомутова Яна, СОШ №16)

В Ярославле я видел социальную рекламу

«Календари с телефонами доверия, на котором изображен маленький мальчик с грустными глазами, смотрящий в окно и ожидающий, когда за ним придёт мама» (Смирнова Вика, СОШ №97)

«Помню рекламу: «Будь бдителен на дорогах, которые делали наши ребята из студии» (Бороздкина Даша, Евдокимов Миша, СОШ №70)

«Не видела в Ярославле социальной рекламы» (Хомутова Яна, СОШ №16)



ПЛАКАТ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА МОСКОВСКОМ ПРОСПЕКТЕ (ФОТО ИЗ АРХИВА РЕДАКЦИИ)

«На Красной площади есть большой рекламный щит, на котором постоянно транслируют правила поведения на воде, с огнем и т.д. Реклама МЧС»
Ермолин Алексей, СОШ №97)

«На телевидении стали появляться ролики об отношении к людям с ограниченными физическими возможностями. Очень много плакатов о борьбе с наркотиками: «Сообщил, где торгуют смертью!» (Лобузова Эльвира, СОШ №97)

«К нам в школу приходили из инспекции по делам несовершеннолетних, рассказывали о вреде курения. Они оставили профилактические календари и плакаты» (Гвазава Валерия, СОШ №97)

«У бассейна вывеска: «Давайте вместе бороться со СПИДом и наркотиками»» (Бабеев Роман, СОШ №70)



Социальная реклама: создать—как?

Создание продуктов социальной рекламы (далее—СР) - это новый вид деятельности не только для участников образовательного процесса, но и для российского общества в целом.

Это связано с тем, что СР официально существует в нашей стране чуть более десяти лет. И это качественно новая информационная технология изменения социального сознания, секреты создания которой исследователями еще раскрыты не до конца.

Бытует мнение, что СР будет успешна, если в ней использовать технологии продвижения коммерческой рекламы. Это не так. Главным образом потому, что у коммерческой и социальной рекламы различные цели: продать товар или изменить общественное сознание. Что сложнее?

При создании эффективной СР необходимо проработать её составляющие компоненты:

**когнитивной,
аффективный,
конативный.**

Когнитивный компонент включает в себя:

- способность рекламы привлечь внимание, ее понятность;
- запоминаемость;
- ясность и конкретность формулировки проблемы и того, как можно поучаствовать в ее решении;
- способность сделать вопрос, освещенный в рекламе, актуальным для аудитории;
- легкость восприятия рекламы;
- однозначное и быстрое считывание основной мысли рекламного сообщения;
- оригинальность исполнения рекламного продукта.

Конативный компонент рекламы включает в себя:

- создание мотивации у респондентов к действию, провоцируемому рекламой;
- побуждение к конкретным действиям;
- создание условий для формирования или сдвига установок;
- профессионализм исполнения рекламного ролика.

Аффективный компонент содержит в себе:

- способность рекламы вызвать адекватную эмоциональную реакцию целевой аудитории;
- создание у человека чувства сопричастности к обществу (избегая её блокирование такими чувствами и состояниями, как одиночество, отчужденность, фрустрация).

Какое эмоциональное воздействие лучше использовать в СР: негативное или позитивное?

Единого мнения по данному вопросу нет. Но стоит помнить, что положительные эмоции стимулируют субъект достичь цели, отрицательные – избегать объектов, вызывающих неприятные состояния.

Известно, что сведения, связанные с положительными эмоциями, "запоминаются примерно в два раза лучше, чем сведения, подкрепленные отрицательными эмоциями".

Старайтесь в своей социальной рекламе:

- избегать осуждения, порицания и негативных эмоций
- оказать воздействие на эмоциональную память через яркость впечатлений.
- использовать позитивные компоненты, чувство юмора;
- проявить нестандартный подход;
- отойти от шаблонов и банальных фраз;
- высказать своё мнение по решению проблемы;
- проявить технологические навыки;
- использовать только свои фотографии, иллюстрации, слоганы (плагиат не допустим);
- включить в рекламу все элементы: иллюстрацию, слоган, примечание.
- исключить изображение жестокости, насилия, агрессии.

Материал подготовлен:

Калиниченко Н.В., педагог-психолог ЦВР «Глория», аспирант кафедры социальной и политической психологии ЯрГУ им.П.Г.Демидова

ПЕДАГОГАМ

Современная государственная политика уделяет большое внимание воспитанию детей и молодежи с целью их социализации, повышения гражданской ответственности и укрепления нравственных устоев личности. В национальной образовательной инициативе «Наша новая школа» определено, что образование должно соответствовать целям пережающего развития и ориентировать детей на исследовательские проекты и творческие занятия. Решению именно этой задачи служит национальный конкурс социальной рекламы «Новое пространство России».

Важно отметить, что наиболее высокое воспитательное воздействие в жизни человека и особенно ребенка имеет внеучебное время. Неформальное общение увлеченных общей идеей участников образовательного процесса, правильно организованное и обеспечивающее разнообразные формы деятельности с использованием широкого круга информации, способно оказать наиболее высокий воспитательный эффект. В создании плакатов, видео- и аудиороликов социальной рекламы ребенок учится искать, анализировать, интерпретировать, осмысливать и «присваивать» социально значимую информацию. На основе этого синтеза знаний и практики им создается новый эмоционально окрашенный и лично значимый социальный продукт. Он формируется на основе внутренних переживаний человека, и поэтому становится важным гражданским решением.

Социальная реклама и социальное творчество все больше и больше проникают в образовательный процесс, о чем свидетельствует динамика роста количества участников Национального конкурса социальной рекламы «Новое пространство России».



Начальник департамента по социальной политике, председатель окружного оргкомитета конкурса Уральского федерального округа



Почувствуй себя героем.

Россия погибнет от дефицита крови? Новый закон от 20 января 2013 года о БЕЗВОЗМЕЗДНОЙ сдаче донорской крови разделил медиков и государство. Врачи протестуют: закон действует меньше месяца, а уже втрое сократилось количество желающих сдать кровь. Вспомним регулярные сообщения в социальных сетях с просьбами срочно сдать кровь для ребенка-жены-друга: значит, дефицит крови в стране был всегда. Что же станет сейчас?

Государство же негодует: почему оно должно содержать добытчиков легких денег? Если верить информации с официального сайта «Службы крови», то нередко были случаи, что доноры, не жалея своего здоровья, сдавали кровь, не восстановившись. Часть доноров отдавали свою кровь, чтобы заработать на спиртное или очередную дозу, а такие люди находятся в зоне риска (гепатит, ВИЧ-инфекция...). Не все болезни выявляются анализами сразу, и такая кровь может стать источником заражения человека, которому ее переливают. Наше правительство постаралось улучшить качество, позабыв о количестве крови - приняли закон, а перспективы его туманны.

«Мы прекратим сдавать кровь, если выплаты отменят» – заявляют на форумах, видимо, уже бывшие доноры. Это вынуждает некоторые регионы отходить от закона и возобновлять компенсации. Не удивительно, если вскоре появятся объявления, типа: «Продам кровь, II положительная. Хочешь жить – звони/пиши.» А всё к этому и идёт.

Донорство превращается в бизнес. Должно ли быть так? Я думаю,

все мы в первую очередь людьми и осознавать, что, сдавая кровь, мы спасаем чью-то жизнь. А если тебе понадобится помощь, а будет лишь желающие заработать на твоей беде? К сожалению, не все доросли до такого благородного дела, как безвозмездная сдача крови. Стабильный процент добровольцев – это показатель высокого уровня развития гражданского общества.



Донор—это модно! Было раньше..

Вспомним о наших медиках. Они говорят, что сдавать кровь – это полезно. У женщин есть естественный кровоток, а мужчина может его заменить сдачей крови, и тем самым "убежит" от инфарктов и тромбозов. При этом очищается не только кровь, но и весь организм. Значит, помогая другим – помогаешь себе!

Но винить только отказавшихся бесплатно сдавать кровь – неправильно. Это личное дело каждого. Раз этим законом отсеялись корыстные доноры, то нужно агитировать альтруистов. Я уверена: найдётся огромное количество неравнодушных к чужой беде!

Чтобы люди шли сдавать кровь, необходимо создать для этого все условия. Например, в Ярославле всего шесть пунктов приема крови, и даже о них нет доступной информации. Я и мои родители, например, вообще не знали, где в Ярославле можно сдать кровь. Предполагаю, что моя семья – не исключение. Массовое информирование, социальная реклама о донорстве – необходимы! Или почему бы какой-нибудь известной личности не сдать кровь, чтобы показать пример своему народу? Ведь законы пишутся для всех.

Система организации приема крови тоже неидеальна. Вадим Да-

нилин (диджей Русского радио) на днях возмущался в своем твиттере: «Чтобы сдать кровь, нужно сделать три подписи!!! В разных концах клиники. Какая бюрократия!!!» Подобные отзывы давали и другие доноры, с которыми я общалась при подготовке материала. При повышении удобства и комфорта для доноров, их число возрастет.

Наш психолог говорит, что здесь необходимы нематериальные способы мотивации, например, повышение престижа донорства. Быть донором должно быть модно, а их поступки у общества вызывать открытое восхищение, гордость.

Еще мне, кажется, в донорстве важна обратная связь. Мы не можем увидеть того, кому помогла наша кровь. Но яркие позитивные стенды со счастливыми пациентами, теми, кто получил кровь и поправился, рождали бы в людях желание сдавать еще, или попробовать сдать кровь впервые. Полжительный пример заразителен.

Или почему бы россиянам не попробовать побить рекорд по единовременной сдаче крови? (Индия, 17 921 донор!) К сожалению, государство даже не пытается пропагандировать донорство и агитировать людей, поэтому большое число россиян даже не знает о проблемах с нехваткой крови. Если сдача крови станет актуальна в нашей стране, то доноров станет намного больше, чем даже до принятия закона. Отзывчивых людей много - стоит только "поискать".

Ну а пока всё остается на своих местах. И пока меры агитации и рекламы донорства крови не приняты, то каждый может попробовать стать героем.

Копнина Карина, 15 лет



Официальный сайт службы крови в Ярославле
ardonor.ru
88003333330
- горячая линия. Круглосуточно, бесплатно



Спецвыпуск к городскому конкурсу социальной рекламы «Новое пространство России»

Антиобщество

Я учусь в школе. Обычной среднеобразовательной школе. Хожу в среднестатистический девятый «БЭ». Такой класс есть в каждой школе. Много учеников, мальчики-девочки, шумные перемены - утомительные уроки, похвала - замечания, общение - байкоты.. Да-да, байкоты, это слово не устарело для современных подростков. Однажды я смотрела какой-то советский фильм про школу. И там весь класс байкотировал, а потом и издевался над одной ученицей. У нас, конечно же, нет таких коллективных целенаправленных заговоров, но есть небудуманная травля..

В моем классе появилась девочка с необыкновенным именем Ариадна. Стоит ли говорить, что когда она пришла в наш класс, имя уже привлекало всеобщее внимание. Кто-то пошутил, кто-то поддержал, кто-то добавил.. и мгновенно новенькая стала центром острот и насмешек. Дальше - больше. В разгар прикрепления к ней статуса «белой вороны», я была погружена в иные проблемы и не обращала внимания на происходящее в классе, как и на «звезду всеобщего внимания».

Вскоре я попала в пару с Ариной для выполнения домашнего задания, мы шли к ней домой, общались, и я была приятно удивлена -

какая же она .. солнечная что ли, яркая. Не внешне, не в громких показушных поступках, нет. Доброта и креативность тоненькой ниточкой буквально сочилились из нее. Оказалось, у нее есть хобби - изобразительное искусство, рисует она хорошо. Рассматривая ее работы, я подумала - талант! Но Арина сказала, что изначально ей очень хотелось рисовать, но не получалось. Вера в свои силы, вера в себя, дали ей силы заниматься много и долго, приобретая навыки рисования. Это уже большое и значимое достижение: ставить цели и добиваться, накапливать ресурсы и непрерывно работа над собой. Меня восхищают такая сила воля и целеустремленность в людях!

Мы сделали задание, и я побрела домой. За каких-то несколько часов новенькая открылась мне так, как я не замечала за несколько недель ее пребывания в моем классе. Как я не замечала? Как она так быстро стала белой вороной?

Я люблю общение, людей, познавать новое, ведь в этом заключается мой опыт. Игнорировать людей или закрываться в себе, мне кажется неправильным. Отношение одно-



я личность?

классников к человеку, которого они не знают и даже не пытались понять, ужасно, не толерантно.

Каждый умный и образованный человек должен понимать, что это не красиво, ведь нехорошими поступками и словами он унижает только себя. Хотя мои ровесники часто ведут себя по принципу «плохое - модно, это выделяет». И это печально. А фильм, который я смотрела назывался «Чучело».

By Vera

Комментарий психолога:

Межличностное восприятие - процесс, издавна притягивающий внимание людей. Раскрыть все его тайны (почему один человек тянется к другому, а второй вызывает неприязнь, в третьем влюбляется и т.п.) вряд ли получится, неоднозначно всё в природе человека.. Но в любом случае, видя человека впервые, не стоит делать поспешных выводов, ведь «внешность обманчива», а содержание книги мы никогда не узнаем, не раскрыв её. Общаться, познавать друг друга, приобретать новый опыт, развиваться— это прекрасно! Но даже, если у вас кто-то вызывает откровенную неприязнь, это не повод портить ему жизнь. Каждый из нас «не сто рублей, чтобы нравится всем».

ОТ НАС: твори, взаимодействуй, меняй жизнь!

Социальные проблемы ежегодно привлекают внимание всё большего количества детей и молодежи: на самом деле, кто же если не мы — будущее России - можем их решать, делать жизнь, нашу жизнь, лучше? Один из путей привлечения общественного внимания к проблеме и ее решения—это создание благотворительных акций и социальной рекламы. «Но где же я могу проявить свою креативность и желание перемен, если у нас в городе небольшое число конкурсов и возможностей?» - спросите вы. И мы вам ответим— следите за графиком областных и международных конкурсных мероприятий и участвуйте!

* Международный молодежный фестиваль социальной рекламы ART.START <http://www.artstart.ru/>

* Открытый фестиваль короткомет-

ражного документальных фильмов "Милосердие.DOC". (прием работ— до 15 мая, вы еще можете успеть!!!) www.miloserdie.ru/doc/

* Фестиваль социальной рекламы «ОСТРОВ – МИР» <http://ostrov-mir.ru/>

* Здоровое поколение—Иркутский открытый фестиваль социальной рекламы vk.com/club_zdorovoe_pokolenie

* Международный конкурс «Хоровод творчества и молодежных инициатив, проектов - 2013» <http://uvlechenadelom.ru/newsline/58-nashi-novosti-i-novosti-kolleg.html>

* Конкурс социальной рекламы «Дождь» www.dt.mos.ru/social_konkurs/

* И — **ВНИМАНИЕ!** - областной конкурс проектов социальной рекламы «Ярославия—наш дом». Прием работ—до 30 апреля, информация—e-mail: Jaroslav1@mfua.ru.

* Не забывайте о городском конкурсе социальной рекламы «Новое пространство России», вопросы - Kalina0303@mail.ru Наталья Васильевна

Творите, самовыражайтесь, меняйте жизнь к лучшему, делитесь опытом, участвуйте в конкурсах и побеждайте! До новых встреч!

“ИНИЦИАТИВНЫЙ” коллектив газеты детского центра внешкольной работы «Глория»



Выпуск подготовили: *Infonew's* - Копнина Карина, «Педагогам» - Гребнева Настя, *вёрстка* - Гребнева Настя, Калиниченко Н.В., *фото* - официальный сайт донорства крови, интернет-ресурсы; *журналисты* - Копнина Карина, Погорещкая Ксюша, Вербичкая Вероника. *Главный редактор* - педагог дополнительного образования Н.В. Калиниченко Газета детского центра внешкольной работы «Глория». Выпускается с 2009 года для ЦБР «Глория» и детей Фрунзенского района.

СПЕЦВЫПУСК апрель 2013
тираж 50 экземпляров
Наш электронный адрес:
kalina0303@mail.ru
<http://cdo-gloria.edu.yar.ru/>
Адрес редакции: Суздальское шоссе, 26а