

ФГБОУ ВПО Иркутский государственный университет путей сообщения
г. Иркутск, Россия

«Социальная реклама как метод профилактики аддиктивного поведения студентов ИрГУПС»

В Иркутском государственном университете путей сообщения к настоящему времени накоплен достаточный опыт профилактической работы различных форм аддиктивного (зависимого) поведения. Кроме того, разработано теоретическое обоснование, нормативно-правовое обеспечение и ежегодно анализируются результаты практической системы профилактики.

Согласно современному подходу к профилактике злоупотребления ПАВ, гармонично развитая здоровая личность не нуждается в приеме ПАВ для удовлетворения своих насущных потребностей. Гармоничное развитие личности выступает как защитный фактор. Поэтому *стратегическая задача профилактической деятельности состоит в том, чтобы создавать и поддерживать оптимальные условия развития личности*, то есть условия, в которых возможно развитие человека в рамках актуальных потребностей человека социально-приемлемыми способами. Именно эта задача и была первоначально сформулирована в ИрГУПС как задача воспитательной работы, а система воспитательной работы и в настоящее время является фактором противодействия наркомании, алкоголизму, правонарушениям в студенческой среде.

Главное направление профилактики, на наш взгляд, – это нацеленность на здоровый образ жизни и на здоровье вообще. Здоровый образ жизни — образ жизни человека, направленный на профилактику болезней и укрепление здоровья. Здоровье - понятие многофакторное, социально и исторически обусловленное. И очень индивидуальное.

По уставу Всемирной организации здравоохранения, «здоровье — это не отсутствие болезни как таковой или физических недостатков, а состояние полного физического, душевного и социального благополучия».

Именно по данным ВОЗ, здоровье лишь на 10% зависит от состояния системы здравоохранения, только на 20% – от внешней среды или природных условий, лишь на 20% мы заложники наследственности и генетики. Половина шансов на здоровье зависит от нас, от привычек и образа жизни, от того, чем мы питаемся, от того, насколько мы сами заинтересованы в том, чтобы быть здоровыми. Восточная медицина пошла еще дальше: главное, как считают на Востоке, – это образ мыслей, именно от него (на 70%) зависит качество нашей жизни. И если даже можно спорить с цифрой, суть все же останется - наше здоровье зависит в большей степени от нас самих и начинается оно у нас в голове.

Когда мы говорим об элементах здорового образа жизни, в узко-биологическом смысле речь идет о физиологических адаптационных

возможностях человека к воздействиям внешней среды и изменениям состояний внутренней среды. Но базовыми элементами здорового образа жизни общепринято считаются:

- воспитание с раннего детства здоровых привычек и навыков;
- гигиена организма: соблюдение правил личной и общественной гигиены, владение навыками первой помощи;
- закаливание
- питание: умеренное, соответствующее физиологическим особенностям конкретного человека, информированность о качестве употребляемых продуктов;
- движения: физически активная жизнь, включая специальные физические упражнения, с учётом возрастных и физиологических особенностей;
- отказ от курения, употребления наркотиков, употребления алкоголя.
- безопасное поведение в социуме, предупреждение травматизма и отравлений.
- окружающая среда: безопасная и благоприятная для обитания, знания о влиянии окружающих предметов на здоровье;
- грамотное экологическое поведение.

На физиологическое состояние человека большое влияние оказывает его психоэмоциональное состояние. Поэтому некоторые авторы [2] также выделяют дополнительно следующие аспекты здорового образа жизни:

- эмоциональное самочувствие: психогигиена, умение справляться с собственными эмоциями, проблемами;
- интеллектуальное самочувствие: способность человека узнавать и использовать новую информацию для оптимальных действий в новых обстоятельствах. Позитивное мышление.
- духовное самочувствие: способность устанавливать действительно значимые, конструктивные жизненные цели, стремиться к ним и достигать их. Оптимизм.

Формирование образа жизни, способствующего укреплению здоровья человека, осуществляется на трёх уровнях [1]:

- социальном: пропаганда СМИ, информационно-просветительская работа;
- инфраструктурном: конкретные условия в основных сферах жизнедеятельности (наличие свободного времени, материальных средств), профилактические учреждения, экологический контроль;
- личностном: система ценностных ориентиров человека, стандартизация бытового уклада.

Другими словами, на формирование образа жизни человека влияют три взаимозависимых группы факторов: социально-исторические (законы, политика, обстановка в обществе), социально-психологические (менталитет и традиции народа, влияние семьи и коллектива), индивидуально-

психологические (личностные качества и способности, направленность, мотивация, установки, характер, темперамент и т.д.). При этом социально-исторические (общество в целом) и социально-психологические (коллектив, семья, друзья) факторы требуют от каждого человека адаптации к ним и таким образом воздействуют на индивидуально-психологические факторы, формируют личность, которая, в свою очередь, начинает воздействовать на социум и изменять его.

Поступая в вуз, молодой человек попадает в новую для себя социальную среду (а если иногородний студент – то и в физически новую), это сильные стрессовые факторы. Включаются адаптационные процессы и адаптивные возможности личности. Учитывая, что в основном абитуриенты и студенты находятся в возрасте, который определяется как юношеский (переходный между подростком и молодостью), то есть личность, еще не имеющая достаточного опыта и хорошо развитых адаптационных навыков, делаем вывод, что адаптация происходит в зоне стрессовой фрустрации личности. Но поскольку развитие, изменение возможно только в зоне фрустрации (при стрессе), то это позволяет воздействовать на изменение прежних (принятых в семье и школе) и формирование новых установок студентов – на здоровье, здоровый образ жизни, так называемый успех. Адаптируясь к новым условиям, студент получает установки на те аспекты жизни, которые важны именно в этом вузе.

В этом процессе большую роль играет микроклимат в коллективе (социально-психологический фактор). Введенные приказами ректора прямые категорические запреты запрет на сквернословие, употребление наркотиков, алкоголя, прямые указания на режим курения (в строго отведенных местах вне территории вуза), пользования сотовыми телефонами (запрет на время занятий), контроль за выполнением этих приказов администрацией, службой охраны, преподавательским составом, органами самоуправления студентов хорошо воздействуют на студентов с самого первого дня в вузе – студенты относятся к этому как норме всеобщего поведения и, соответственно, формируется привычка к культурному поведению в общественных местах. Проведение специальных профилактических мероприятий информирует первокурсников о негативных явлениях и способах избегания их, в то же время активное стимулирование, одобрение и поощрение подразделениями вуза социальной, научной, спортивной и творческой деятельности студентов дает социально-позитивную направленность в жизни. Получая признание и социально-позитивные навыки (психологическое подкрепление новых установок), студенты начинают себя чувствовать уверенными, значимыми людьми, то есть удовлетворяются потребности именно этого, юношеского возраста, что и формирует образ жизни, направленный на здоровье, физическую и социальную активность.

В этих концептуальных рамках в 2008 году куратором кабинета профилактики социально-негативных явлений в Иркутском государственном университете путей сообщения был разработан двухгодичный проект «Социальная реклама как метод профилактики». Время действия проекта:

2009-2010 год. Руководители проекта: проректор по воспитательной работе ИрГУПС Михайлов В.В., куратор кабинета профилактики социально-негативных явлений Харитонов О.А.

Целями проекта было определено:

- вовлечение студентов ИрГУПС в создание разного рода профилактической социальной рекламы (плакатов, видеороликов, презентаций, слоганов), предупреждающей ВИЧ-инфицирование и правонарушения в студенческой среде, пропагандирующей здоровый образ жизни и отказ от употребления ПАВ (алкоголя, табака, наркотиков),
- привлечение студентов к активным формам профилактики (то есть таким, которые побуждают самих студентов интеллектуально и эмоционально включаться в профилактическую работу),
- укрепление нравственных ориентиров молодежи через создание социальной рекламы общечеловеческих ценностей: нравственности, милосердия, дружелюбия, патриотизма, толерантности, чувства красоты и гармонии,
- поощрение социальной активности и творческой реализации студентов, поддержание их уверенности, что их собственная личность, их мнение значимы и необходимы для общества.

Методами реализации проекта были определены:

- Конкурсы социальной рекламы между факультетами ИрГУПС;
- Участие в конкурсах социальной рекламы на городском, областном и других уровнях;
- Выставки плакатов и демонстрация роликов, созданных студентами университета, во время профилактических акций и мероприятий;
- Фокус-группы по оценке видеопродукции социальной направленности.

Результатом реализации проекта за 2009-2010 годы стало создание студентами университета более 35 видеороликов и плакатов профилактической и социальной направленности, участие победителей в городских, областных и федеральных конкурсах социальной рекламы, в которых 32 студента университета стали дипломантами и лауреатами (Рис. 1). С февраля по июнь 2010 года прошел первый Всероссийский конкурс социальной рекламы «Новый взгляд», организованный Комитетом Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по делам молодежи и Межрегиональный общественный фонд содействия реализации программ, направленных на поддержку молодежи «Мир молодежи». Работы наших студентов, представленные на номинации «Студенческой весны 2010» «Социальная реклама» и «Компьютерная графика и компьютерный дизайн», были отправлены на региональный этап

конкурса в Законодательное собрание Иркутской области. Все 19 работ прошли отбор и стали дипломантами. На федеральном этапе в г. Москве одна из этих работ - видеоролик «Задумайся!» - стала финалистом конкурса в номинации «Профилактический видеоролик» (Тема «Хочу жить здорово!»).



Рис. 1. Профилактические и социальные плакаты 2009-2010 гг: студентов Р.Шурыгина (факультет Экономики и Управления), В.Ведерникова и А.Муслиной (Электротехнический факультет), А.Анисимова (Электромеханический факультет), А.Ольшевской, А.Асеевой, А.Пислегина, С.Баранова, С.Мамонтовой (Институт информационных технологий и моделирования).

В 2011-2012 годах на конкурсы социальной рекламы фестиваля «Студенческая весна ИрГУПС» было представлено 19 работ – видеороликов

и плакатов, за участие в конкурсе получили дипломы – 23 студента, грамоты – институт информационных технологий и моделирования за 1 место среди факультетов и группа ПО-09-1 за наибольшее количество работ. В конкурсе видеороликов по теме «Профилактика ВИЧ-инфекции» в декабре 2011 года было представлено 9 видеороликов, которые создавались целыми группами студентов, три из них получили грамоты за призовые места и один видеоролик был отмечен за полноту использованных сведений о ВИЧ.

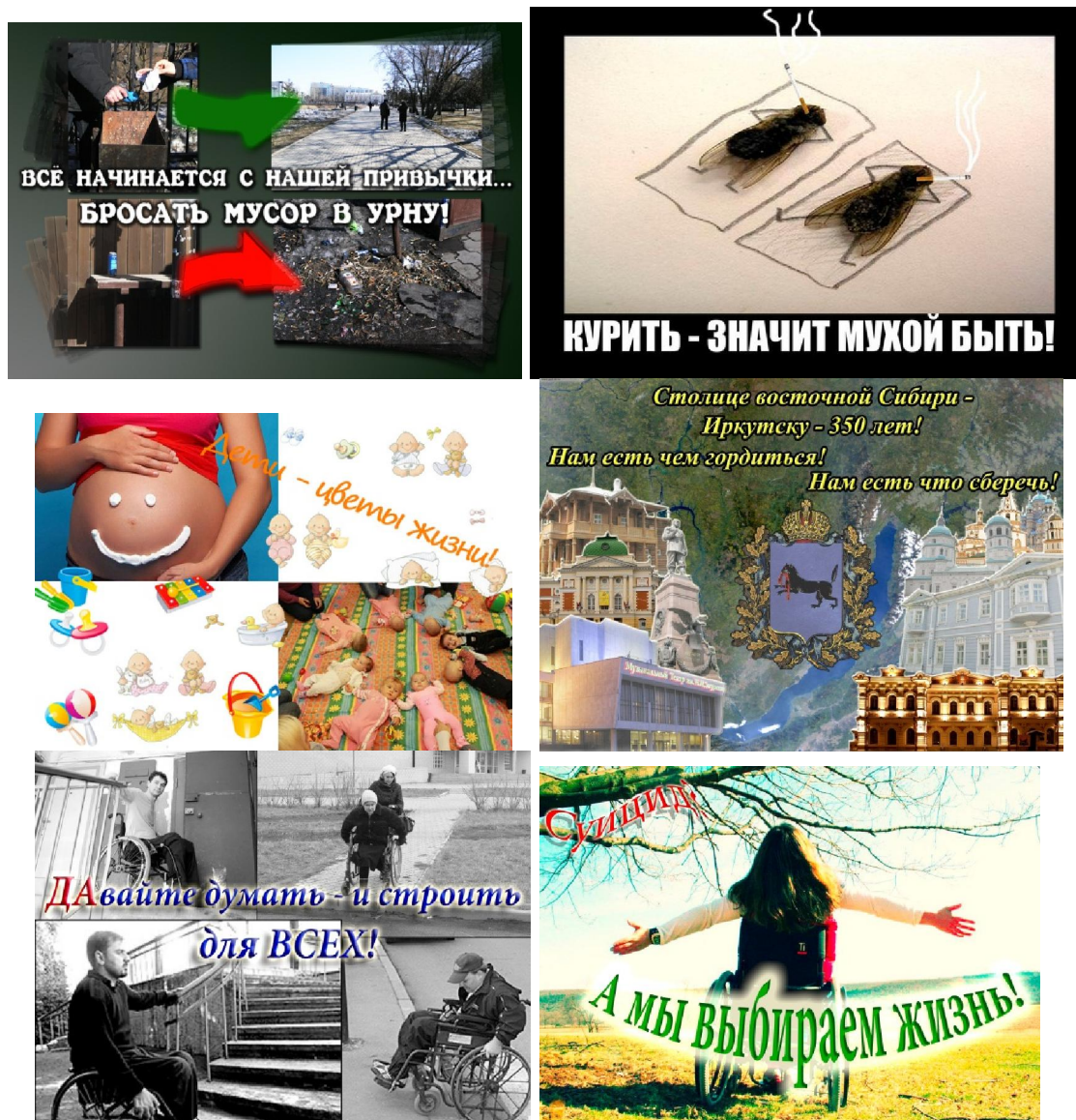


Рис. 2. Профилактические и социальные плакаты 2010-2011 гг: студентов А.Пислегина (Институт информационных технологий и моделирования), К.Шилкиной (факультет Управления процессами перевозок), Е.Литвиновой (факультет Экономики и управления), И.Власова, А.Асеевой (Институт информационных технологий и моделирования).

В эти же годы в открытых Иркутских фестивалях социальной профилактической рекламы участвовало 20 работ, 30 студентов получили дипломы фестиваля, при этом жюри отметило 2 работы - видеоролик «Капля

помощи в мире безразличия», созданный по итогам реализации социального проекта студентов Электромеханического факультета, и плакат Ксении Шилкиной (ФУПП) «Курить – значит мухой быть» за оригинальность (Рис.2). На церемонии награждения руководители городского Управления по физической культуре, спорту и молодежной политике отметили, что ИрГУПС является одним из самых активных участников городских фестивалей социальной рекламы, что работы подготовлены на хорошем творческом и техническом уровне для непрофессионалов в области рекламы. Еще отмечалось изменение тематики студенческих работ: если первоначально это были антинаркотические, антитабачные и антиалкогольные плакаты и видеоролики, то в последнее время интересы студентов явно изменились – они направлены на волонтерство, улучшение жизни, безопасность на дорогах, демографическую ситуацию в стране, электоральную активность населения и другие социальные темы.

Самые лучшие работы отправлялись на всероссийский конкурс социальной рекламы «Новый взгляд» 2011 и 2012 гг. - это 15 плакатов и 8 видеороликов различной тематики по социальным проблемам нашей страны, это 31 студент, получивший дипломы участников конкурса, определенные навыки рекламы, признание в университете и удовлетворение от проделанной работы.

Кроме того, стало традиционным проведение в университете конкурсов социальной рекламы в продолжении Недели АнтиСПИД (ко Всемирному дню борьбы со СПИДом 1 декабря) и в рамках ежегодного университетского фестиваля «Студенческая весна ИрГУПС» (в качестве одной из номинаций фестиваля), проведение мероприятий «Фокус-группы по оценке видеопродукции социальной направленности» (где наряду с видеороликами и плакатами, предоставленными Управлением ФСКН России по Иркутской области, оценивались и работы наших студентов), а также организация выставок студенческой социальной рекламы во время акций «АнтиСПИД», «Всемирный день здоровья (7 апреля)» и «Всемирный день без табака (31 мая)».

Такая форма профилактической работы, как «Фокус-группы по оценке видеопродукции социальной направленности», стала осваиваться в ИрГУПС, поскольку:

- 1) позволяет одновременно привлечь много человек к участию в профилактическом мероприятии;
- 2) позволяет сравнивать работы профессионалов и студентов своего университета;
- 3) предполагает активность участников фокус-групп – они должны просмотреть все видеоролики и плакаты (а соответственно, получают информацию, заложенную в них), затем оценить свои эмоции и ощущения, возникающие при их просмотре, при этом соотнести свое восприятие с той информацией о наркомании, алкоголизме и табакокурении, которая получена в учебных заведениях, и решить

вопрос об эффективности применения социальной рекламы к определенной целевой аудитории;

- 4) так формируется *образ* собственного отношения к подобным формам аддиктивного (зависимого) поведения, а поскольку все понимают, что последствия негативные, то информация, заложенная в социальной рекламе, проходит через чувства студентов и становится *знанием*, определенной *установкой* на отказ от употребления психоактивных веществ.

Кроме того, оценивая рекламные видеоролики и плакаты, студенты сравнивают работы своих товарищей с работами профессионалов, получают представление о том, как можно воздействовать на людей с помощью наглядных средств. Это помогает впоследствии им самим при участии в различных конкурсах социальной рекламы – они более уверены в успехе, собственное творчество проявляется в более обоснованном виде и закрепляет антинаркотические установки самих студентов.

Таким образом, социальная реклама как метод профилактики вполне оправдывает себя и достигает поставленных целей: создание разного рода профилактической социальной рекламы (плакатов, видеороликов, презентаций, слоганов), привлечение студентов к активным формам профилактики, укрепление нравственных ориентиров молодежи, поощрение социальной активности и творческой реализации студентов. Все это говорит о том, что студенты действительно получают установки на отказ от курения, употребления наркотиков, употребления алкоголя, на безопасное поведение в социуме, предупреждение травматизма и отравлений, на грамотное экологическое поведение.

При подведении итогов конкурсов, в беседах со студентами явно отмечается позитивное эмоциональное самочувствие, позитивное мышление, умение справляться с собственными эмоциями волнения, проявляется способность молодых людей устанавливать действительно значимые, конструктивные жизненные цели, стремиться к ним и достигать их. Эта позиция говорит о том, что у студентов в процессе участия в конкурсах социальной рекламы вырабатываются навыки здорового образа жизни, которые в конечном счете формируют здоровье личности (в соответствии с определением ВОЗ) и в конечном итоге здоровье поколения, а, соответственно, и будущего нашей страны.

Список использованных источников

1. Мартыненко, А. В. Формирование здорового образа жизни молодежи. / Мартыненко А. В., Валентик Ю. В., Полесский В. А. и др. — М.: Медицина, 1988.
2. Шаталова, Г.С. Здоровье человека: философия, физиология, профилактика. / Шаталова Г.С. - М.: Знание, 1997.