

Социальная реклама как фактор социальной адаптации студентов

Молофеева Ульяна Александровна

Приамурский государственный университет им.Шолом-Алейхема

Студент

Королева Ирина Васильевна

Приамурский государственный университет им.Шолом-Алейхема

к.п.н., доцент, декан факультета СКДиС

Аннотация

Социальная адаптация современной молодежи в студенческой среде высшего образования рассматривается в статье как социальная проблема, препятствующая качественному освоению общих и профессиональных компетенций. Решение этой проблемы автор статьи усматривает в использовании социальной рекламы как дополнительного инструмента в развитии социальных компетенций (так называемые «soft skills»). Авторский подход заключается в использовании рекламных продуктов не пассивно, в назидательном ключе, а интерактивно, в активной созидательной позиции.

Ключевые слова: адаптация, социальная адаптация, студенчество, социальная реклама

Social advertising as a factor of social adaptation of students

Molofeeva Ulyana Aleksandrovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Koroleva Irina Vasilevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Candidate of pedagogical sciences, associate professor, Dean

Abstract

Social adaptation of modern youth among students of higher education is considered in the article as a social problem hindering the development of high-quality general and professional competences. The solution to this problem the author sees in the use of social advertising as an additional tool in the development of social competence (the so-called «soft skills»). The author's approach is the use of promotional products is not passive, in a didactic manner, and interactively, in an active creative position.

Keywords: adaptation, social adaptation, students, social advertising

Каждый студент, только поступив в вуз, сталкивается с рядом проблем в новой обстановке во время присвоения новой социальной роли и адаптации к новым условиям деятельности. Социальная адаптация первокурсника означает умение соответствовать требованиям и нормам учебного заведения, а также способность развиваться в новой для себя среде, реализовывать свои способности и потребности, не приходя с этой средой в противоречие. От успешности адаптации зачастую зависит дальнейший ход профессиональной жизни человека. Для общества социальная адаптация студентов – важнейший ресурс прогресса, обеспечивающий социально значимые изменения. Для самого студента – внутреннее условие его самореализации, самоактуализации как субъекта, преобразующего окружающий мир [1].

Первые трудности для студента связаны с новыми условиями жизни, с первичной социализацией в вузе. Ведь вместе с присвоением статуса студента молодые люди сталкиваются с рядом трудностей: новая система обучения, взаимоотношения с однокурсниками и преподавателями, проблемы в социально-бытовом отношении, самостоятельная жизнь в городских условиях для иногородних студентов. Для наиболее успешного развития активности, а, следовательно, включения студента в общественно-полезную деятельность, необходимо создание условий для его успешной адаптации в среде учебного заведения и общежития, где он проживает. Для решения этой задачи проводится работа со студентами первого курса, направленная на более быструю и успешную адаптацию к новой системе обучения, к новой системе социальных отношений, на освоение ими новой роли студентов [2].

Постановка проблемы научного анализа студенчества в целом, выступающего в качестве особой социально-психологической и возрастной категории, принадлежит психологической школе Б.Г. Ананьева. В исследованиях Б.Г. Ананьева, Н.В. Кузьминой, Ю.Н. Кулюкина, А.А. Реана, Е.И. Степановой, а также в работах других исследователей (П.А. Просецкий, В.А. Сластенин) накоплен определенный эмпирический материал проведенных наблюдений, результаты экспериментов и теоретических обобщений по этой проблеме. [1].

Целью данного исследования является анализ преимуществ положительного влияния социальной рекламы на социальную адаптацию студентов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие «социальная адаптация».
2. Исследовать факторы, влияющие на социальную адаптацию студентов вуза.
3. Изучить влияние социальной рекламы на социальную адаптацию студентов.
4. Определить уровень социальной адаптации студентов 1-5 курсов Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема.

5. Разработать проект, направленный на решение проблем социальной адаптации студентов с использованием социальной рекламы.

Новизна заключается в том, что впервые в научно-практической плоскости рассматривается влияние социальной рекламы на процесс социальной адаптации студентов, на примере Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема.

В исследовании используются такие методы, как анализ литературы, интервьюирование, опрос, анкетирование, обобщение, проектирование.

Гипотеза исследования заключается в том, что социальная адаптация студентов будет проходить успешнее, если в развивающую среду учебного заведения будет внедрен разработанный нами социальный проект, главной идеей которого стала разработка студентами социальной рекламы в форме плакатов.

Результаты исследования могут быть использованы в работе со студентами, проживающими в общежитиях, как Приамурского государственного университета, так и в общежитиях других вузов. Также результаты могут использоваться не только в общежитиях, но и во внеучебной деятельности университета в целом.

База исследования – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема» (далее – ФГБОУ ВПО «ПГУ им. Шолом-Алейхема») являющийся базовым вузом Еврейской автономной области. Вуз образован постановлением Совета Министров СССР от 1 марта 1984 г. № 217 и приказом Министерства народного образования РСФСР от 25 января 1989 г. №29 как Биробиджанский государственный педагогический институт, который 10 октября 2002 года внесен в Единый государственный реестр юридических лиц как Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Биробиджанский государственный педагогический институт». В 2011 г. вуз получил современное название ФГБОУ ВПО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема».

В настоящее время в структуру вуза входят восемь факультетов: факультет математики, информационных технологий и техники, факультет филологии, истории и журналистики, факультет таможенного дела и геосреды, факультет педагогики и психологии – центр педагогического образования, факультет экономики, управления и права, факультет социально-культурной деятельности и сервиса, факультет информационных и промышленных технологий программ среднего профессионального образования, промышленно-экономический факультет программ среднего профессионального образования. Структура вуза также включает в себя научно-исследовательские и учебно-методические центры, лаборатории, проектно-конструкторские бюро, творческие студии и клубы. На базе вуза действует лицей.

Для работы над исследованием нами было выбрано управление внеучебной работы и социальной поддержки студентов (УВРиСПС) – структурное подразделение ФГБОУ ВПО «Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема», созданное в 2011 году [4].

В состав УВРиСПС входят:

- музей;
- спортивный клуб;
- студгородок, воспитательные службы общежитий;
- отдел внеучебной работы и развития студенческого самоуправления (далее – ОВРиРСС), который, в свою очередь включает:

- редакцию студенческой газеты;
- отдел социальной работы со студентами (далее - ОСРС);
- творческие студии.

Контроль за деятельностью управления осуществляет проректор по учебной работе.

Задачи управления распределяются между его подразделениями.

В задачи ОСРС входят:

- решение вопросов социальной защиты и поддержки студентов, студентов из категории детей сирот и детей оставшихся без попечения родителей, студентов инвалидов в рамках их обучения в университете;
- обеспечение процесса разработки и реализации плана внеучебной работы университета;
- координация оформления и выплаты материальной помощи студентам.

В задачи ОВРиРСС входит:

- создание оптимальных условий для раскрытия и реализации творческого потенциала студентов и учащихся лица университета;
- организация досуга студентов и учащихся лица университета во внеучебное время;
- организационно-методическое обеспечение внеучебной работы в университете;
- организация работы творческих студий.

Внеучебная (воспитательная) работа реализуется по следующим направлениям:

- адаптация студентов первых курсов к вузовской среде;
- проектная деятельность, участие в грантах, конкурсах проектов;
- духовно-нравственное и этнокультурное воспитание;
- гражданско-патриотическое воспитание;
- культурно-эстетическое воспитание, развитие творческого потенциала студентов;
- физическое воспитание и формирование здорового образа жизни, профилактика негативных проявлений в молодежной среде;
- организация воспитательной деятельности в студенческих общежитиях;
- организация деятельности органов студенческого самоуправления;

- социальная поддержка студентов.

Организация социальной поддержки студентов:

- организация санаторно-курортного лечения студентов университета из категории детей сирот и детей оставшихся без попечения родителей;

- обеспечение студентов университета льготными проездными билетами;

- обеспечение студентов и учащихся лица местами в общежитиях университета;

- организация деятельности в рамках комиссии по воспитательной и социальной работе [3].

Направлениями исследовательской деятельности стали: организация воспитательной деятельности в студенческих общежитиях, адаптация студентов младших курсов к вузовской среде.

Студенты первых курсов Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема, проживающие в студенческих общежитиях, ежедневно сталкиваются с трудностями, возникающими при переходе на новые условия не только обучения, но и организации собственной жизнедеятельности вдали от родителей. Это проявляется в неорганизованности, отсутствии навыков самообслуживания, ведения домашнего хозяйства, обеспечения себя всем жизненно необходимым, умения организовать свой досуг и т.д. К тому же большинство первокурсников являются социально дезадаптированными. Все это приводит к трудностям в общении, снижению уровня учебной мотивации, формированию низкой самооценки, повышению уровня конфликтности, учащению случаев нарушения правил проживания в общежитиях и т. д.

Для осуществления помощи студентам первых курсов в адаптации к условиям проживания в студенческих общежитиях университета нами разработан проект «Создай сам». Основной целью проекта является содействие адаптации студентов первых курсов к новым социальным условиям в рамках студенческих общежитий университета. Для этого необходимо создать инициативную группу из числа студентов старших курсов, студентов обучающихся по направлениям подготовки Дизайн и Реклама и связи с общественностью. Специалистами отдела по социально-воспитательной работе проводится обучение инициативной группы. На подготовительном этапе необходимо провести с данными студентами обучающее мероприятие, включающее в себя обучение основам создания социальной рекламы и методам социальной адаптации студентов. В рамках обучения инициативная группа освоит технологии групповой работы, узнает психологические особенности студентов младших курсов, закрепит навыки публичного выступления, эффективного решения конфликтных ситуаций и т.д.

Пройдя курс обучения, студенты получают не только опыт работы в группе и с группой, они становятся более открытыми, уверенными в себе, научатся решать конфликты и получают навыки и знания, которые в дальнейшем обязательно пригодятся им в жизни.

Еще одной из важнейших задач данного этапа является создание единого информационного пространства проекта. Будет создана официальная группа в социальной сети «ВКонтакте», так как это самая популярная социальная сеть в России среди студенчества. Вся информация о проекте будет размещена на этом электронном ресурсе.

На следующем этапе необходимо закрепить первокурсников за студентом из инициативной группы или за несколькими такими студентами. Среди студентов-первокурсников и студентов из инициативной группы проводится анкетирование и социологический опрос с целью выявления проблемной области, связанной с адаптацией первокурсников. Через диагностирование выявляются особенности проблем, затрудняющих адаптацию: мотивация к учебной деятельности, способность к сознательной саморегуляции поведения, уровень притязаний, коммуникативные особенности студентов-первокурсников и т.п. На основании комплексного обследования формулируются цели и задачи работы со студентами по адаптации посредством разработки социальной рекламы.

Завершающим мероприятием основного этапа станет проведение смотра-конкурса «Лучший социальный плакат», на котором каждой группе в творческой форме необходимо будет представить свою деятельность, лучшую созданную самостоятельно социальную рекламу (плакат). Целью данного мероприятия является содействие созданию условий, способствующих развитию и укреплению студенческой инициативы и самостоятельности, и как следствие – разрешение проблем социальной адаптации.

Итоговым этапом станет контрольный замер социальной адаптации первокурсников и определение категорий развития проекта. Важно отметить, что развиваемые в процессе реализации проекта социальные компетенции (Soft skills) станут основой и для дальнейшего успешного профессионального становления и даже карьерных успехов. Soft skills – это коммуникативные и управленческие таланты. К ним относятся умение убеждать, лидировать, управлять, работать в команде, делать презентации, находить нужный подход к людям, умение грамотно управлять своим временем, ораторское искусство, те качества и навыки, которые принято называть общечеловеческими.

Таким образом, благодаря созданию и размещению созданной студентами социальной рекламы в общежитиях университета, мы можем повлиять на изменение поведенческой модели студенчества по отношению к объекту рекламы, которым по замыслу разработанного проекта должны стать основные провокаторы некачественной социальной адаптации студентов в вузе. Особое значение для нас несет использование эффекта интерактивного участия, принятие активной позиции по отношению к продуктам социального творчества. Таким образом, социальная реклама может повлиять на социальную адаптацию студентов, будь она размещена как в учебных корпусах вуза, так и в студенческих общежитиях.

Библиографический список

1. Бабахан Ю.С. Самооценка студента как показатель его учебной адаптации // Психологические и социально-психологические особенности адаптации студентов.– Ереван: Стампа, 2005. – С. 12-16
2. Кузнецова Л.П. Основные технологии в соц. работе: уч. пособие. - Владивосток: Изд-во ДВГТУ, 2002. – 92 с.
3. Положение «Об управлении внеучебной работы и социальной поддержки студентов» от 05.09.2012 №127.
4. Стандарт организации система менеджмента качества. СТО-СМК-6.4.01-2012 Внеучебная (воспитательная) деятельность ФГБОУ ВПО ПГУ им. Ш-А. Версия 1.0
5. Адаптация студентов. URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id> (дата обращения: 28.03.2016).
6. Дизайн плаката социальной рекламы, базовые принципы выразительности и актуальности. URL: <http://archvuz.ru/> (дата обращения: 04.04.2016).