

ПЕДАГОГИКА

И.В. Королева, Н.Ю. Чугунова

(Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, Еврейская автономная область, г. Биробиджан, Россия)

Роль социальной рекламы в профилактике девиантного поведения молодежи

Изучается воздействие социальной рекламы на профилактику девиантного поведения молодежи. Рассмотрена современная молодежная среда, в которой проблема девиантности занимает важное место. Авторы отмечают, что только реклама, показывающая силу собственных возможностей, социализирующая человека, может называться социальной. Были проанализированы основные функции социальной рекламы, способствующие профилактике отклоняющегося от нормы поведения молодежи, выявлены инструменты воздействия социальной рекламы на предупреждение девиантных поведенческих сценариев. Отсутствие научно обоснованной государственной концепции социальной рекламы, отсутствие единого органа, координирующего деятельность в области социальной рекламы, незначительная коммерческая привлекательность исследуемого феномена и недоверие населения страны к рекламе в целом – обуславливают неготовность современной российской социальной рекламы решать проблемы профилактики девиантного поведения молодежи.

Ключевые слова: девиантное поведение, молодежь, социальная реклама, профилактика, социальная политика.

19 апреля 2016 г.
