

Основой социальной рекламы является информация, которая, в отличие от коммерческой рекламы, не является новой. Здесь наблюдается особая зависимость: чем более адресат социальной рекламы осведомлен о теме социального сообщения, тем острее он реагирует на него [2].

Существуют различные направления рекламы такого рода, среди которых важная роль отведена тенденциям развития общества в части воспитания патриотизма и формирования гражданской позиции.

Первым шагом на пути построения гражданского общества и формирования патриотизма и плюрализма является воспитание этих качеств и соответствующего понимания у молодежи, поскольку именно эта социальная демографическая группа является наиболее способной к восприятию новых веяний, как положительных, так и негативных. К тому же сознание молодежи является одним из наименее защищенных, подверженных воздействию массовой культуры.

Необходимо отметить, что содержание рекламного обращения — основная задача социальной рекламы. Известно, что для конструирования коммерческой рекламы рекламодатели часто используют социологические исследования потенциальной аудитории. Реклама должна соответствовать ценностным установкам, стереотипам и всем возможным ожиданиям потребителей. Подобный механизм необходим также для создания эффективной социальной рекламы. В контексте рассматриваемой темы для достижения вышеупомянутой эффективности необходимо выявить критерии восприятия социальной рекламы именно молодежью, а также определить основные требования, предъявляемые молодыми людьми к современной социальной рекламе (включая форму и язык подачи). Это, несомненно, вызывает как научный, так и практический интерес.

Литература

1. Овчинникова, С. Российский и зарубежный опыт развития социальной рекламы / С. Овчинникова. — М. : Прогресс, 2007. — 360 с.
2. Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Г. Николайшвили. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 191 с.

Л. Э. Ринкевич
БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ У СТУДЕНТОВ-ИНОСТРАНЦЕВ БГЭУ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА БЕЛАРУСИ

Обучение иностранных студентов русскому языку является сферой, где постоянно проводятся исследования в области методики обучения. Помимо методических исследований внимание уделяется проблеме адаптации иностранных студентов к условиям наших вузов, жизни в Беларуси, формированию у них положительного образа

нашей страны. На начальном этапе обучения студенты сталкиваются с трудностями в овладении русским языком, общении с окружающими, с акклиматизацией. Чтобы адаптация проходила безболезненно, ознакомление с реалиями Беларуси осуществлялось в нужном контексте, нужно правильно построить курс обучения. Автор данной статьи поставил перед собой задачу выявить особенности адаптации иностранных студентов к учебе в БГЭУ, наметить способы усовершенствования их учебной программы и сформировать у обучающихся положительный образ Беларуси. Большинство исследуемых являются выходцами из Турции, Туркменистана и Китая.

Основная социально-психологическая характеристика межнациональной учебной группы — оценка студентом межличностных отношений в ней, видение преобладающих в группе целей, настроений [1, с. 68]. Исследование показало, что большинство студентов из Китая видят учащихся своей группы в качестве самого близкого друга (99 %) и только 1 % — как человека для деловых контактов. Отношения с преподавателем являются вторым важным пунктом в процессе адаптации. Большинство иностранцев хотят видеть в нем не просто человека, несущего знания, но и друга, формирующего положительное впечатление о стране пребывания. 95 % опрошенных хотят видеть преподавателя своей группы в качестве товарища. Среди трудностей 90 % отмечают учебу на иностранном языке. Более того, около 76 % указывают на необходимость внедрения в процесс обучения возможности ознакомления с образцами культуры Беларуси. Отвечая на вопрос «как Вы оцениваете свой уровень владения русским языком?», большинство студентов оценивают свои знания как средние. При изучении иностранных языков значимые результаты дает метод проектов. Метод повышает интерес к изучению иностранного языка путем развития внутренней мотивации. Позитивная мотивация — это ключ к успешному изучению иностранного языка [2, с. 38]. Проект — это работа, которая самостоятельно планируется и выполняется студентами. Суть идеи в том, чтобы перенести акцент с различных упражнений на активную мыслительную деятельность. Страноведческие тексты должны быть обязательными в программе, иметь новизну. Это могут быть сведения об учреждениях образования Беларуси, государственном устройстве, молодежных организациях или особенностях этикета. Они позволяют ознакомить студентов с белорусским песенным, стихотворным фольклором. Знание особенностей жизни народа, создавшего свой язык, помогает по-настоящему понять и изучить русский язык [3, с. 130].

По результатам исследования можно сделать вывод, что большинство иностранных студентов БГЭУ сталкиваются со множеством трудностей. Автор работы считает целесообразным усилить воспитательную и развивающую направленность содержания обучения и развития личности посредством использования познавательно-страноведческого подхода к отбору учебного материала, а также за счет усиления роли проектной методики.

Литература

1. Витенберг, Е. В. Социально-психологические факторы адаптации к социальным и культурным изменениям / Е.В. Витенберг. — СПб., 1995. — 268 с.

2. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попкова, А. П. Садохин. — М. : Юрайт, 2003. — 399 с.

3. Иванова, М. А. Социально-психологическая адаптация иностранных студентов в вузе / М. А. Иванова, Н. А. Титкова. — СПб., 1993. — 155 с.

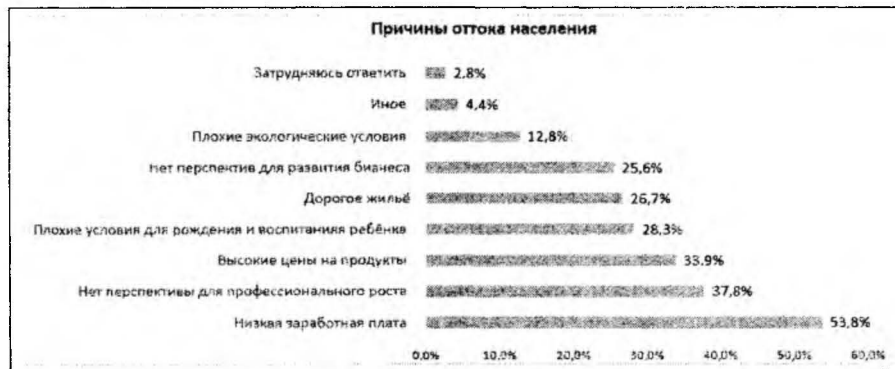
А. Д. Черняк, К. Э. Пашкова
БГЭУ

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ И ПРОБЛЕМА ОТТОКА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ЗА РУБЕЖ

Объектом исследования является белорусская молодежь, предметом — ее ценностные ориентации. Цель исследования — установить соответствие между ценностными ориентациями и желанием части молодежи эмигрировать из Беларуси.

По последним статистическим данным, все больше молодых специалистов выезжают за территорию Беларуси для поисков интересной высокооплачиваемой работы и достойного уровня жизни. «Большинство молодых белорусов, выехавших учиться за границу, не возвращаются или не планируют вернуться на родину» [2].

Согласно опросам социологов, основными причинами, которые подталкивают белорусов к выезду за рубеж, являются: низкая зарплата, отсутствие карьерного роста, дорогое жилье и др. Эмигрируя из нашей страны, они видят в себе потенциал для более престижной работы.



Большое влияние на процесс эмиграции оказывают ценностные ориентации. На сегодняшний день у белорусской молодежи к приоритетным ценностям относятся: семья, возможность карьерного роста, самосовершенствование, интересная работа, возможность дать ребенку хорошее образование [1]. Все эти ценности могут выступать мотивами эмиграции. По некоторым данным, 61,7 % молодых людей согласятся уехать из страны для поисков места реализации своих ценностей [3].