

Лугова В.М, Молодецький Г.Г., Гончаренко В.М. Сприяння соціальній адаптації людей з інвалідністю засобами соціальної реклами XLXLVIII International scientific and practical conference «Interaction of Art and Science: Creative Approaches in Research» (November 20-22, 2024) Geneva, Switzerland. International Scientific Unity, 2024. С.63-67

СПРИЯННЯ СОЦІАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ ЗАСОБАМИ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Лугова Вікторія Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент
кафедра соціальної економіки
viktoriiia.luhova@hneu.net

Молодецький Геннадій Геннадійович,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Гончаренко Владислав Миколайович,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Сьогодні питання інклюзії людей з інвалідністю залишається актуальним як в Україні, так і у світі. Незважаючи на міжнародні стандарти прав людини та прийняті на державному рівні закони, в реальності люди з інвалідністю досі стикаються з дискримінацією, соціальною ізоляцією та обмеженим доступом до важливих суспільних сфер, таких як освіта, праця та дозвілля. Сучасне суспільство повинно знаходити нові підходи до подолання цих проблем, і однією з таких можливостей є соціальна реклама. Соціальна реклама, спрямована на підтримку інклюзії, може формувати нові цінності та зменшувати соціальні бар'єри. Вона допомагає не лише підвищити обізнаність громадян, але й створити позитивний образ людей з інвалідністю, що сприяє формуванню толерантного ставлення в суспільстві. Тому дослідження ролі соціальної реклами у вирішенні проблем інклюзії є надзвичайно

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про постійну увагу науковців до проблем застосування соціальної реклами для вирішення різноманітних соціальних проблем. Зокрема серед робіт, у яких розглянуто проблеми застосування соціальної реклами в професійній соціальній роботі, можна відзначити публікацію Л. Клос, О.-М. Джавадян [1], у якій доведено, що соціальний працівник через соціальну рекламу може проводити профілактику, сприяти соціалізації, адаптації, інформуванню, покращувати соціальний клімат та попереджати про важливі проблеми, зменшуючи їх поширення. Безпосередньо дослідженнями інклюзивних практик у рекламі займалися такі дослідники як Л. Дерман, Р.Власик. У їхній статті розкрито рекламу як

соціальний інститут, що може сприяти полегшенню інтеграції маломобільних груп населення у соціум та навколишнє середовище [2]. Стаття Ю. Белікової та Г. Сорокіної також присвячена інклюзивним та гендерно-чутливим практикам у сучасній рекламній комунікації [3].

Незважаючи на значний науковий інтерес до проблеми соціальної адаптації людей з інвалідністю та створення інклюзивного середовища, багато важливих аспектів, зокрема стосовно поширення цінностей толерантності та взаємопідтримки засобами соціальної реклами, залишаються малодослідженими, що підкреслює актуальність їхнього подальшого вивчення, аналізу та вдосконалення.

Метою даного дослідження є аналіз і обґрунтування можливостей соціальної реклами у сприянні соціальної адаптації людей з інвалідністю, а також розробити рекомендації для ефективного використання соціальної реклами з метою подолання стереотипів, підвищення рівня толерантності та сприяння соціальній інтеграції цієї групи населення.

Соціальна реклама виступає важливим засобом для формування суспільної свідомості та сприяє вирішенню значущих соціальних питань. Вона має на меті не просто донести інформацію, а й викликати емоційний відгук, що спонукає людей переглянути свої переконання, ставлення та навіть звичну поведінку. Завдяки соціальній рекламі суспільство отримує можливість подивитися на звичні проблеми під новим кутом і зрозуміти важливість змін. Такі рекламні повідомлення зосереджуються на питаннях соціального значення, закликаючи до дії, попереджаючи про негативні наслідки певних явищ та заохочуючи до підтримки позитивних змін і громадських ініціатив. Зокрема, вона допомагає боротися зі стереотипами, що часто перешкоджають прогресу в суспільстві, та сприяє утвердженню цінностей, що об'єднують громади. Соціальна реклама також виступає в ролі важливого елементу громадського діалогу, спонукаючи до обговорення важливих питань і підтримуючи зусилля щодо досягнення спільного блага.

Соціальна реклама виконує ключові функції в системі соціальної роботи [1]: виявлення соціальних проблем – вона привертає увагу до актуальних питань, які часто залишаються непоміченими, поки не торкнуться особисто. Соціальна реклама допомагає бачити можливі проблеми і шляхи їх вирішення.

інформування та просвітництво – ефективна соціальна реклама спонукає людей замислитися над проблемою і розуміти її важливість. Важливо, щоб меседж був чітким і переконливим, без залякування, формуючи здорові пріоритети, як-от відмова від шкідливих звичок.

залучення до послуг соціальних установ – реклама допомагає людям знайти місця для отримання допомоги, вказуючи контакти й перелік послуг, а також інформуючи про тренінги, семінари чи консультації.

соціально-виховний аспект – планування кампанії з урахуванням зміни ставлення до суспільно важливих цінностей, а також формування нових моделей поведінки й переосмислення суспільних норм (Осетрова (ред.), 2016)..

Соціальна реклама відрізняється від комерційної тим, що її основною метою є не просування товарів або послуг, а формування певної поведінки або

цінностей у суспільстві. Вона привертає увагу до проблем, які потребують вирішення на суспільному рівні, зокрема – до потреб людей з інвалідністю.

Л. Дерман, Р. Власик, зазначають, що реклама, орієнтована на інклюзивність, сприяє розвитку толерантного суспільства та формуванню позитивного ставлення до маломобільних груп населення. Такий підхід не лише знижує бар'єри у сприйнятті, але й допомагає будувати тривалий емоційний зв'язок між брендом і його аудиторією. Відповідальне ставлення до інклюзії також позитивно впливає на економічний розвиток, адже створює умови для рівних можливостей у працевлаштуванні та доходах для всіх громадян, незалежно від їхніх фізичних можливостей. У дослідженні доведено, що подальше вивчення інклюзивних підходів у рекламних кампаніях є перспективним напрямом, оскільки такі практики мають не лише комерційну цінність, але й важливе соціокультурне значення [2].

Головною метою соціальної реклами щодо людей з інвалідністю є формування толерантного, шанобливого та підтримуючого ставлення, яке забезпечується шляхом інформування, зміни ставлення та стимулювання до дії (табл.1).

Таблиця 1

Основні проблеми інклюзії людей з інвалідністю в Україні та способи їх вирішення

| Проблема | Шляхи вирішення |
|------------------------------|--|
| Соціальні стереотипи | Подолання стереотипів через інформаційні кампанії Соціальна реклама повинна демонструвати приклади успішних людей з інвалідністю, які займаються спортом, працюють, ведуть активне соціальне життя. Такі образи сприяють руйнуванню стереотипів та формуванню позитивного сприйняття |
| Архітектурні бар'єри | Пропагування доступності інфраструктури. Реклама може підкреслювати важливість доступності будівель, транспорту та громадських місць для всіх громадян. Використання слоганів на кшталт «Доступність для кожного — пріоритет суспільства» здатне привернути увагу до проблеми архітектурних бар'єрів |
| Брак інформаційних кампаній | Підвищення рівня обізнаності через освітні кампанії. Ефективна реклама може пояснювати суспільству, чому важливо ставитися до людей з інвалідністю як до рівних партнерів. Інформативні кампанії допомагають подолати незнання та упередженість, виховують толерантність у суспільстві |
| Недостатня підтримка держави | Співпраця з державними та приватними організаціями. Ефективна соціальна реклама повинна підтримуватись як державою, так і приватним сектором, щоб охопити більшу аудиторію та досягти більшого ефекту. Це дозволяє розширити охоплення та зробити рекламу більш впливовою |

В Україні є приклади вдалої соціальної реклами, у тому числі щодо соціальної інклюзії. Серед таких прикладів – реклама «Робота без обмежень», яку поширюють служби зайнятості з метою інформування та надання допомоги з працевлаштування людям з інвалідністю [4]; проект «#ThisAbility», спрямований на вирішення питань соціальної інклюзії в Україні [5]. Соціальний проєкт “На рівних” презентував мотивуючі соціальні відеоролики та онлайн-платформу для людей з інвалідністю [6].

Соціальна реклама знайомить суспільство з реальним життям і потребами людей з інвалідністю. Через використання фактів, статистики та реальних історій реклама допомагає змінити уявлення суспільства, показуючи, що люди з інвалідністю мають такі ж бажання і цілі, як і інші. Соціальна реклама може закликати до конкретних дій, таких як волонтерська діяльність, фінансова підтримка соціальних проєктів, або навіть зміна політики та законодавства. Заклики до дії, наприклад, створення умов для безбар'єрного доступу або організація спеціальних програм для підтримки людей з інвалідністю, також мають значний вплив.

References:

1. Клос Л., Джавадян О.-М. Соціальна реклама як приклад сучасної практики соціальної роботи в Україні. 2021. Vol. 8, No. 2. Ternopil-Aberdeen, 2021. pp. 190-203. DOI: 10.25128/2520-6230.21.2.5.
2. Дерман Л. М., Власик Р. І. Репрезентація образу людей з інвалідністю в рекламі XXI століття. Культурологічний альманах, 2023. №1. С.114–120. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.15>
3. Белікова Ю. В., Сорокіна Г. В. Інклюзивні та гендерно-чутливі практики в рекламній комунікації. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). No 1. Ч. 3. С. 240-246.
4. Робота без обмежень: як люди з інвалідністю знаходять себе на ринку праці. Режим доступу : <https://dn.gov.ua/news/robota-bez-obmezhen-yak-lyudi-z-invalidnistyu-znahodyat-sebe-na-rinku-praci>
5. Соціальна інклюзія в Україні: низький рівень прийняття найбільш вразливих дітей. Режим доступу : <https://gurt.org.ua/news/informator/29872/>
6. Соціальний проєкт “На рівних” презентував мотивуючі соціальні відеоролики та онлайн-платформу для людей з інвалідністю. Режим : <https://www.prostir.ua/?news=sotsialnyj-projekt-na-rivnyh-prezentuvav-motyvyuyuchi-sotsialni-videorolyky-ta-onlajn-platformu-dlya-lyudej-z-invalidnistyu>