

УТРОБИНА А.О.

**К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ:
ОСМЫСЛЕНИЕ РОЛИ ОТЦА В РЕКЛАМЕ**

Аннотация. Осмысление роли отца в рекламе формирует направление развития социальных ценностей и установок.

Ключевые слова: реклама; социальные ценности; роль отца; архетип.

UTROBINA A.O.

**TO THE QUESTION OF FORMATION OF SOCIAL VALUES: JUDGMENT OF THE
ROLE OF THE FATHER IN ADVERTISING**

Abstract. The judgment of a role of the father in advertizing forms the direction of development of social values and installations.

Keywords: advertizing; social values; role of the father; archetype.

Осмысление роли отца и важности его присутствия в первые годы жизни ребёнка актуально для всего российского общества и является темой социальной рекламы. В Алтайском крае по заданию Управления по печати и информации в 2014 году разработана серия макетов наружной рекламы «Неравнодушные отцы – защищённые дети» [1] по архетипической схеме: отец – основа и защита семьи. Вот отец готовит еду с дочками – двойняшками; вот отец с сыночком поливают цветочки, и при этом мирном занятии их встретившиеся взгляды наполнены искренней любовью; вот отец-весельчак читает своим дочкам сказки и разыгрывает кукольный спектакль. Воспитательный потенциал этой серии наружной рекламы заключён в формировании социальных приоритетов и современных ценностей – ответственного отношения к отцовству, любви к детям и заботе о них.

Педагогический потенциал социальных коммуникаций, в том числе и рекламы, формируется в рамках архетипической схемы. Человек сталкивается с типичными ситуациями, при которых актуализация архетипа играет роль социальной поддержки в форме коллективных представлений, общественных ценностей и идеалов. Действенность такой рекламы обеспечивается близостью идеала, с одной стороны, к реальным людям нашего общества, а с другой стороны, к архетипу.

Коммерческая реклама также частотно использует архетипические схемы отца – защитника и отца – главы семьи. Например, телевизионная реклама детского питания «ФрутоНяня» представляет варианты роли отца по двум схемам. В одном ролике [2] представлена архетипическая схема отца – защитника, способного на подвиг ради семьи и любимой. Во втором ролике [3] реализуется архетипическая схема «полной» семьи – папа, мама, ребенок.

Таким образом, реклама всех форм стремится воздействовать на систему ценностей или приоритетов общества, обращаясь к архетипическим схемам или образам, например, осмысливая роль отца в современной семье. В этом случае оценка рекламы с точки зрения культурных, гуманистических, педагогических позиций выявляет социальную значимость конкретных образцов рекламы, а также актуальность архетипических схем на данном этапе развития общества и направление формирующихся общественных приоритетов и ценностей.

Список литературы

1. Управление по печати и информации [Загл. с экрана]: Режим доступа: <http://www.inform22.ru/>

2. Детское питание ФрутоНяня [Загл. с экрана]: Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=GAF6COBq9z4>

3. Детское питание ФрутоНяня «Как ты это ешь?» [Загл. с экрана]: Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=i6rA1fm4Acs>

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Утробина Алиса Олеговна, магистрант, Алтайский Государственный Педагогический Университет, ул. Молодежная, д. 55, г. Барнаул, Российская Федерация

Utrobina A.O., graduate, Altai State Pedagogical University, street Youth, D. 55, , Barnaul, Russian Federation

РЕЦЕНЗЕНТ

Шварко Лидия Ивановна – заведующая кафедрой «Дошкольного и дополнительного образования, кандидат филологических наук, доцент, Алтайский Государственный Педагогический Университет

Swarco Lidia Ivanovna - head of the Department of Pre-school and further education, candidate of philological Sciences, associate Professor, Altai State Pedagogical University