

- реально оценивать ситуацию со всеми вытекающими из нее последствиями;
- иметь четко выраженную цель и неуклонно стремиться к ее достижению. По возможности ставить перед собой реальные цели;
- действовать решительно, целеустремленно, наступать, а не обороняться.

В практической деятельности преподавателя психологии существенно важно предложить студентам различные способы преодоления внутренних конфликтов, характерных для той или иной личности.

Осознание, разрешение внутрилличностных конфликтов способствуют переходу личности на качественно новый способ жизнедеятельности. Чем более осознанно смотрит человек в суть своих конфликтов, ищет пути их разрешения, тем большей внутренней свободы и силы он достигает. Важно только, чтобы человек мог найти в себе силы и потребность их осознать, а значит их разрешить.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Азаренок Н. В.

Белорусский государственный педагогический университет, г. Минск

Реклама по своей природе всегда находится на виду. Она принимает участие в формировании потребительского спроса, оказывает определенное влияние на всю деятельность человека. Доказано, что реклама, выполняя роль орудия убеждения, воздействует на ценности и уклад жизни, и такое влияние имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

Поэтому, на современном этапе экономического и социального развития нашей страны необходимо повышать образовательно-воспитательную роль рекламы в современном обществе.

Сущность рекламы в современном обществе можно объяснить и в терминах тех ролей, которые она играет в бизнесе и обществе. При этом необходимо отметить, что настоящий момент появилась тенденция включения психологической и эстетической роли рекламы отдельным компонентом.

Таким образом, последние выводы в области роли и значений рекламы в современных условиях можно представить в виде следующей таблицы.

ТАБЛИЦА 1. Роль и значение рекламы в современном обществе.

НАЗВАНИЕ	ФУНКЦИЯ	ХАРАКТЕРИСТИКА
Экономическая	Обеспечивает налаживание связей между субъектами хозяйствования, между производителем и потребителем.	Способствует росту деловой активности, повышению объемов капиталовложений и числа рабочих мест общественного производства.
Общественная	Становится частью социальной среды, которая участвует в становлении социального поведения различных слоев населения.	Используется для решения острых социальных проблем. Широкое применение социальной и политической рекламы.
Образовательная	Способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности, привлекает потребителя определенным практическим навыкам.	Из рекламы можно извлечь разнообразную познавательную информацию. Она способна дать людям новые знания и новый опыт.
Психологическая	Формирование психологических установок человека.	Принимает активное участие в формировании психологических установок человека, системы его оценок окружающей среды и самооценки, характера реакций на различные раздражители.
Эстетическая	Воспитание хорошего вкуса и чувства прекрасного.	Высокохудожественная и профессионально выполненная реклама способствует формированию у аудитории чувства прекрасного, воспитывает хороший вкус.

В. Л. Музыкант в книге «Теория и практика современной рекламы» посвящает целый раздел социальным, этическим и правовым аспектам рекламной деятельности. Автор приводит примеры рационального использования средств рекламы в странах с высокоразвитой экономикой, «где реклама, став частью государственной политики, с детских лет приучает гражданина к свободному выбору того, что подходит именно ему. В то же время, учитывая, что молодому человеку нелегко оценить предложения критически и он воспринимает рекламные призывы как призыв к действию, в американском учебнике для подрастающего поколения... достаточно подробно рассказали о скрытых механизмах воздействия рекламы на человека». Авторы обратили внимание на способность рекламы подбить к совершению ненужной и даже обременительной для бюджета покупки, дали общие положения о рекламе, рекомендации по чтению рекламных текстов с учетом скрытой информации сообщения.

Кроме того, потребителю постоянно напоминает, что на стороне его интересов стоит Федеральная комиссия по торговле, которая следит за соблюдением прав потребителей.

Данный положительный опыт американцев и других Западных стран необходимо использовать и нам при организации и формировании курсов многих гуманитарных и экономических дисциплин. Тем более, как показывает наше исследование интерес к рекламе у студенческой молодежи достаточно высокий. Из 395 опрошенных студентов (200 девушек, 195 юношей) на рекламу обращают внимание 96% девушек, и 91% юношей. При этом у девушек наибольший интерес возникает к социальной рекламе 62% (у юношей 41%), а у юношей к коммерческой 70% (у девушек 60%). Это говорит о том, что, несмотря на все современные феминистские направления, основной социальной ролью женщины остается рождение и воспитание детей. Отсюда такой интерес к социальной рекламе, как к источнику воспитательного воздействия. Социальный статус мужчины – это статус профессионала и «кормильца семьи». Этим объясняется столь высокий интерес к коммерческой рекламе, как к источнику полезной информации для бизнеса. К политической рекламе современная молодежь интереса не проявляет (8%/10%).

Как мы видим, роль рекламы в повседневной жизни заметно возросла, речь уже начинает идти о влиянии рекламы на общество. Поэтому именно сейчас необходимо максимально использовать все образовательные и воспитательные функции рекламы для формирования грамотного потребителя, современного человека нашего времени.

«В связи с этим необходимы серьезные психолого-маркетинговые исследования в области рекламы, которые помогут найти верный путь к восприятию рекламы, соответствующей нашему историческому менталитету, традициям. Люди привыкли доверять средствам массовой информации, и это нужно использовать, грамотно и убедительно выстраивая концепцию рекламы, проявляя подлинную заботу о человеке».

РЕАЛИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНЫХ ЗАДАЧ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИСТОРИИ БЕЛАРУСИ

Радецкая В.Ф.

УО «Витебский государственный технологический университет»

Изучение истории - это не просто механическое увеличение соответственной информации. Это прежде всего осмысление исторического опыта, выработанного человечеством на протяжении тысячелетий. Без исторической памяти нельзя ос-