УДК 316.776.3:331.45:614.8.01:659

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МОТИВОВАНИХ І ПРОДУКТИВНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Пономаренко П.С., НУЦЗУ
НК – Шароватова О.П., к.п.н., доц., НУЦЗУ

Щороку у світі трапляються мільйони нещасних випадків на роботі і це не лише величезні страждання для працівників і їхніх сімей, але й колосальні збитки для підприємств і країн загалом.

За словами менеджера Проєкту Європейського Союзу та Міжнародної організації праці «На шляху до безпечної, здорової та задекларованої праці в Україні» Антоніу Сантуша [1], немає нічого важливішого, ніж безпека життя та здоров'я працюючих людей. Завдання сьогодення – донести до нинішніх і майбутніх працівників і роботодавців, що безпека і здоров'я на роботі – це мотивовані і продуктивні працівники, а значить більш сталі і конкурентоздатні бізнеси. Даний Проєкт підтримує й Державна служба України з питань праці. На думку т.в.о. Голови служби Віталія Сажієнка [1], людське життя – найвища соціальна цінність, а підвищення рівня превентивної культури, знань і навичок у сфері безпеки та здоров'я працівників необхідно починати зі шкільного віку із застосуванням прогресивних методів підготовки. Це має бути національна програма, яка стосуватиметься всього населення, реалізовуватиметься протягом всього трудового життя людини, щоб закласти у її свідомості правила безпеки.

Безпека та здоров'я працівників є невід'ємною складовою забезпечення гармонійного розвитку суспільства. Саме тому підвищення рівня культури у сфері безпеки праці у суспільстві – запорука збереження здоров'я та життя працівників.

Сприяти ефективності реалізації даного питання може соціальна реклама як особливий вид масової комунікації – модернізований спосіб передачі інформації. Світовий досвід доводить, що спеціальні інформаційні матеріали можуть протидіяти негативним соціальним явищам. Відео про безпеку і здоров'я на роботі сприяє підвищенню обізнаності працівників про їхнє право на безпечні, здорові умови праці; інформуванню роботодавців про переваги безпечної та здорової праці для бізнесу; пропаганді ідеї важливості безпечних та здорових умов праці серед молодих людей, які невдовзі стануть працівниками або відкриють власну справу [1]. Оскільки молодь – майбутнє держави, тільки виховавши у неї нетерпимість до порушень законодавства, можна забезпечити сталий економічний розвиток та гідні умови праці для кожного.

Отже, метою створення й упровадження соціальної реклами є формування позитивної поведінки особистості, що ґрунтується на системі суспільно значущих цінностей. Аналіз сучасних тенденцій розвитку суспільних комунікацій засвідчує зростання зацікавленості фахівців вітчизняної сфери охорони праці до цього інструменту формування світоглядних орієнтирів і способу життя працівників [2].

ЛІТЕРАТУРА

1. 16-й Український студентський фестиваль реклами: нові виклики, нові здобутки. URL: http://studfestival.com.ua/USFR_16_Novosti/.

2. До забезпечення безпеки праці через комунікацію та творчість. URL: http://fteb.nuczu.edu.ua/uk/fakultet/novyny/1394-do-zabezpechennya-bezpeki-pratsi-cherez-komunikatsiyu-ta-tvorchist-05-12-2021.