ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТР ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ, МЕДИЦИНСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ НЕВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

«ДОПУЩЕНО»
Председатель президиума ЭНМС

Подпись
«___» _____ 20 23 г.
М.П.

«ПРИНЯТО»
Решением Педагогического Совета
Протокол № 1 от 31.08.2021
УТВЕРЖДЕНО»
Приказом № 136/1
от «01» сентября 2021 г.
Директор ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт-Петербурга
И.А. Ульянова

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа

«Социальная реклама – в школы»

Возраст обучающихся – 13 - 18 лет
Срок реализации – 64 часа

Разработчики:
Ульянова Ирина Анатольевна –
директор, педагог – психолог ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга, к.п.н.
Кискаев Ислам Арсланович –
методист ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга, к.п.н.
Москвина Виктория Эдуардовна –
социальный педагог ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга
Архипов Михаил Игоревич -
педагог-психолог ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга
Сенин Алексей Александрович –
социальный педагог ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга
Резвов Алексей Владимирович –
социальный педагог ГБУ ДО ЦППМСП
Невского района Санкт – Петербурга

Санкт-Петербург, 2023

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Направленность программы: социально-педагогическая и предназначена для накопления подростками общеобразовательных учреждений (ОУ) Невского района нового положительного социального опыта, развития своих интеллектуальных способностей и творческой активности. Учитывая, что обучаться по программе будут приглашаться в приоритетном порядке подростки с асоциальным поведением, то общее предназначение программы: ранняя профилактика асоциального поведения подростков.

Статус программы: данная программа является одним из условий реализации программы Невского района: «Организация адресной профилактической работы с использованием электронной системы раннего выявления асоциального поведения подростков общеобразовательных учреждений Невского района г. Санкт – Петербурга».

Актуальность

Ранняя профилактика различных проявлений асоциального поведения подростками ОУ становится все более востребованной задачей в Невском районе Санкт-Петербурга. Среди причин можно указать следующие:

1) на протяжении длительного времени сохраняется высокий уровень криминальной активности подростков среднего и старшего возраста, которые обучаются в общеобразовательных учреждениях (ОУ) Невского района Санкт-Петербурга. По информации Управления внутренних дел Невского района г. Санкт – Петербурга, по итогам 2021 года число уголовно наказуемых преступлений, совершенных подростками района по сравнению с соответствующим периодом 2020 года, увеличилось на 4,3%. Количество же административных правонарушений, совершенных подростками района по итогам 2021 года, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года, увеличилось на 26,7 %. Основной массив совершаемых несовершеннолетними преступлений составляют кражи, разбои, грабежи;
2) согласно отчета уполномоченной по правам ребенка г. Санкт – Петербурга Анны Митяниной количество суицидов детей в Санкт-Петербурге в 2021 году составило 10;
3) отмечается рост употребления психоактивных веществ (ПАВ) подростками ОУ района.

Обоснование взаимосвязи социальной рекламы и профилактики асоциального поведения

Для формирования мотивации к изменению поведения, подростка необходимо включить в систему деятельности, формирующую личностный смысл профилактического характера. Личностный смысл, который является единицей самосознания, формируется в сочетании когнитивного компонента в аспекте знания и убежденности с эмоциональным переживанием и

отношениях с окружающими [15].

Содержание программы предусматривает не только формирование знаний и умений проектирования социальных видеороликов, но и тесное общение подростков между собой и с педагогом, использование элементов игровой технологии для мотивации и эмоциональных переживаний. Человек не свободен от тех негативных условий воспитания, в которых он находится и которые формируют проявления его асоциальности, но его можно включить в деятельность, чтобы сформировать позитивную (социально одобряемую) позицию по отношению к ним.

О.Ю. Голуб, выделяет следующие функции социальной рекламы: информационную, образовательную, воспитательную, имиджевую, эстетическую [3]. В отличие от коммерческого аспекта социальной рекламы, её образовательная и воспитательная функции становятся «инструментом социального контроля, который существует непосредственно для того, чтобы контролировать различные проявления поведенческих девиаций» [6].

Получив новое знание, отрефлексировав его, подросток сможет корректировать свое отношение к проблеме, являющейся проявлением асоциального поведения их ровесников, а это, в свою очередь, первая ступень в «лестнице изменения его собственного поведения». Специалистами отдела профилактики девиантного поведения и наркозависимости ГБУ ДО ЦППМСП в течение апреля – мая 2020 года был проведен референтный опрос трех категорий участников образовательных отношений трех ОУ Невского района Санкт-Петербурга: 61 педагог, 408 обучающихся и 34 родителя.

Цели опроса:

- определить знание участниками образовательных отношений влияния социальной рекламы на поведение человека;
- определить наиболее актуальную тематику социальной рекламы в представлениях опрашиваемых.

Результаты референтного опроса следующие: большинство опрошенных во всех трех группах опрашиваемых (78,4 %) заявили, что социальная реклама может влиять на поведение человека и она нужна, потому что направлена на мотивацию к совершению добрых дел и профилактику жестокости и потребления наркотических средств;

Среди тем, которые должна отражать социальная реклама мнения разделились:

- у подростков доминировали темы употребления ПАВ, насилия в семье, гиперопека со стороны родителей, нарушения ПДД;
- у родителей и педагогов доминировали темы соблюдения правил дорожного движения, безопасное поведение в интернете, ведение здорового образа жизни, посещаемость уроков и обучение, дисциплина.

Различные организации проводят большое количество мероприятий (семинары, мастер-классы, занятия и уроки), направленных на профилактику асоциального поведения подростков, разрабатывается большое количество профилактических материалов. Но, несмотря на кажущийся избыток инструментария, способов, которые предусматривали бы включение самого подростка в интересную систему обучения по созданию собственного творческого продукта с профилактическим содержанием и формированию на этой основе личностного смысла, крайне мало.

Современная жизнь уже давно перешла в электронное пространство. Подавляющая часть подростков и молодежи погрузилась в виртуальное пространство. Этим успешно пользуются те, кто хочет так или иначе, завлечь несовершеннолетних в интернет - сообщества противоправного и асоциального поведения. В сети много материалов негативной направленности, но профилактического контента очень мало. Данная программа ставит себе целью частично восполнить данный пробел, предусматривая создание на занятиях подростками социальных видеороликов профилактического содержания и размещение их в социальных сетях и сайтах ОУ Невского района.

Отличительные особенности программы

Учитывая специфику проблематики обучения, предусматривающей формирование знаний, умений технического и творческого характера, а также личностного смысла (как единицы самосознания подростка), обучение по программе предусматривает сочетание проектного метода и метода «портфолио», с использованием формы занятий в малых группах.

Отличительной чертой данной программы является мультизадачность и принцип её реализации. Весь видеоконтент, производимый в процессе реализации программы, будет создан обучающимися. Они пройдут через все ступени производства социального видеоролика профилактического содержания, начиная от создания идеи, видеосъемки, монтажа и последующего размещения итогового продукта в социальных сетях.

Новизна программы состоит в использовании курса обучения подростков ОУ созданию социальной рекламы с целью профилактики их асоциального поведения. Предполагается, что обучающийся, который увлечется популярной среди подростков и молодежи деятельностью (создание роликов для социальных сетей, сайтов), разрабатывая профилактическую направленность ролика, постарается соответствовать тому, что рекламирует.

Попытки найти аналогичные программы в Интернете не дали положительного результата.

Объем и срок реализации

Программа реализуется в малых группах (не более 4-5 подростков одного ОУ Невского района) на протяжении всего учебного года. Реализация программы рассчитана на 64 академических часа, (группа 15-16 обучающихся), с проведением 2 занятий по два академических

часа в неделю.

Адресат программы

Обучающиеся 7-11 -х классов ОУ Невского района Санкт-Петербурга. Приоритет при отборе кандидатов на обучение по программе отдается подросткам с признаками асоциального поведения, диагностированных классными руководителями по электронной методике «Аист». Как показал предварительный опрос, проведенный специалистами Центра, подростки проявляют высокую заинтересованность к предстоящим занятиям.

Цель

Формирование у подростков ОУ Невского района, включенных в процесс обучения по программе, позитивных социально – нравственных установок к социальным нормам общества.

Задачи

Образовательные.

- обсудить с обучающимися современные направления, цели, задачи и миссию волонтерской деятельности в России;
- расширить объем правовых знаний обучающихся, а также знаний основ здорового образа жизни;
- раскрыть на занятиях понятие, сущность, основные виды и предназначение социальной рекламы с профилактическим содержанием;
- обучить подростков психологическим знаниям, позволяющим им лучше понимать себя и, впоследствии, грамотно выстраивать отношения с людьми разных возрастов.

Развивающие:

- разработка обучающимися социальной рекламы по профилактике асоциального поведения (протестные настроения, суицид, шоплифтинг, употребление ПАВ и др.);
- развитие на занятиях аналитических, технических и художественных способностей обучающихся.

Воспитательные.

- развитие интереса и уважительного отношения подростков к образовательной деятельности по социальной рекламе и профилактике асоциального поведения среди сверстников;
- стимулирование интереса к здоровому образу жизни и его пропаганде среди сверстников.

Кроме того, программой предусматривается достижение целей, связанных непосредственно с производством качественного медиапродукта, а именно:

- обеспечить создание не менее 5 роликов социальной рекламы одной группой обучающихся за каждые 4 месяца реализации Программы;
- обеспечить размещение созданных роликов в социальных сетях (ВК, Инстаграм, TIK-

ТОК), в информационной среде ОУ Невского района Санкт-Петербурга, участию их в конкурсах ученических проектов и конкурсах социальной рекламы.

Педагогическая целесообразность программы обусловлена тем, что обучение подростков ОУ созданию социальных роликов, является естественным инструментом для формирования их коммуникативных навыков и позитивных социально – нравственных установок к социальным нормам общества. В частности, технологии обучения по программе предполагают тщательный и последовательный анализ различных выражений, чувств, мыслей, установок, работу в малых группах. Нужно отметить, что технический и художественный аспекты работы по созданию социального ролика предусматривают разделение обязанностей участников между собой, что создаёт дополнительную мотивацию к деловому общению и развитию конструктивных форм поведения.

II. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Набор в группы осуществляется по результатам проведения в ОУ Невского района Санкт-Петербурга презентации программы. Приоритет отдается обучающимся, у которых классные руководители наблюдали проявления асоциального поведения и отразили в электронной методике «Аист».

Оптимальное количество участников группы – 15-16 человек. Занятия проводятся на регулярной основе 2 раза в неделю в соответствии с согласованным графиком. Длительность одного занятия составляет 2 академических часа.

Программа объединяет в себе теоретическую и практическую части. Обучающиеся познакомятся с деятельностью волонтерских организаций, изучат особенности создания как видеороликов в целом, так и социальной рекламы в частности. Пройдут полный цикл производственного процесса, итогом которого станут 5 видеороликов социальной рекламы, созданных группами обучающихся. В ходе работы, обучающиеся смогут погрузиться в процесс создания видео и раскрыть свой творческий потенциал.

Формы проведения занятий:

- презентация;
- практическое занятие;
- тренинг;
- диспут;
- защита проектов и др.

Формы организации деятельности обучающихся на занятиях:

- фронтальная: беседа, показ, объяснение и т.п.);

- групповая: организация работы обучающихся в малых группах при создании рекламных роликов.

Методы и технологии:

При реализации программы используются общепедагогические методы: словесные (рассказ, объяснение, беседа), наглядные (демонстрация видеосюжетов, техники для съемок), метод практических работ, а также психологические методы: эксперимент, наблюдение, тестирование. Технологии, используемые в программе:

- технология сотрудничества, предполагающая организацию совместной работы обучающихся в малых группах, где ведущая идея обучения – совместное обучение и рефлексия своих достижений и достижений участников группы;
- технология индивидуального психологического сопровождения участников группы, предусматривающая оказание поддержки и помощи обучающемуся и его родителям в решении задач, связанных с развитием, обучением, воспитанием и социализацией.

III. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Личностные результаты

1) формирование позитивных социально-нравственных установок к общепринятым нормам российского общества у привлеченных к обучению по программе подростков образовательных учреждений Невского района Санкт-Петербурга, через включение их в коллективный процесс создания социальных видеороликов с профилактическим содержанием;
2) развитие мотивации подростков к творческой деятельности.

Метапредметные результаты – развитие аналитических, творческих и технических способностей обучающихся.

Предметные результаты:

1) знание видов профилактики асоциальных явлений и форм мероприятий, используемых в профилактике асоциальных явлений в подростковой среде;
2) развитие умений и навыков работы с видео и компьютерной техникой.

IV. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ
дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Социальная реклама – в школы» на 2023 – 2024 учебный год

№ п/п	Тема занятий	Кол-во занятий	Количество часов			Форма контроля
			теория	прак-тика	всего	
1	Блок 1 Вводная часть	1	0,5	0,5	1	Беседа, первичная диагностика

2	Блок 2 Основная часть	61	8,5	52,5	61	Анкетирование, чек-листы, оценка композиций, фу-тажей, готовых видеороликов
3	Блок 3 Заключительная часть	2	1	1	2	Беседа, итоговая диагностика
	Итого	64	10	54	64	

V. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Социальная реклама – в школы» на 2023 – 2024 учебный год

№	Год обучения	Дата начала обучения	Дата окон-чания обу-чения	Всего учеб-ных недель	Количество учебных ча-сов	Режим заня-тий
1	В тече-ние учеб-ного года	13.09.2023	29.12.2023	16	64	2 раза в не-делю по 2 академиче-ских часа

VI. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Социальная реклама – в школы» на 2022 – 2023 учебный год

№ п/п	Тема занятий	Кол-во занятий	Количество часов			Форма контроля
			теория	прак-тика	всего	
1. Блок. Вводная часть						
1	Знакомство с группой, входящая диагностика	1	0,5	0,5	1	Результаты пер-вичной диагно-стики
2. Блок. Основная часть						
2	Сила в единстве	3	0,5	2,5	3	Анкетирование
3	Волонтеры - кто они?	2	1	1	2	Анкетирование
4	Идеи профилактиче-	4	1	3	4	Дискуссия

	ских социальных роликов					
	Сценарии роликов					Беседа
5	Работа с локациями и реквизитом	2	1	1	2	Беседа
6	Съемка	2	0	2	2	Мозговой штурм
7	Сценарное дело	10	1	9	10	Черновики сценариев
8	Работа с локациями и реквизитом	4	0,5	3,5	4	Чек-лист готовности к съемкам
9	Съемка	20	2	18	20	Футажи роликов
10	Сведение звука	4	0,5	3,5	4	Плей-лист композиций
11	Монтаж видеороликов	8	1	7	8	Карта «Показатели оценки социального ролика»
12	Распространение роликов в социальных сетях	2	0	2	2	Загрузка роликов в сеть
3. Блок. Заключительная часть						
13	Итоговая беседа. Итоговая диагностика	2	1	1	2	Беседа. Результаты итоговой диагностики
		64	10	54	64	

Содержание занятий:

1. Вводная часть. Приветствие. Знакомство с группой. Ознакомление группы с программой обучения. Проведение первичного среза по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной с целью определения степени выраженности и взаимосвязи между собой социально–психологических установок как у отдельного подростка, так и группы в целом. (Приложение 11)
2. Основная часть. Теоретический блок по заданной теме и выполнение практических заданий художественного и технического характера.
3. Заключительная часть. Беседа, итоговая диагностика по методике диагностики социально-

психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной с целью определения динамики изменений в степени выраженности и взаимосвязи между собой социально–психологических установок как у отдельного подростка, так и группы в целом.

VII. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1 Блок. Вводная часть

Занятие №1

«Знакомство». Приложение 8

Цель: Знакомство участников с целями и задачами программы «Социальная реклама – в школы», педагогами, обучающихся друг с другом. Создание доверительной атмосферы.

1. Знакомство с группой.
2. Информирование обучающихся с целями, задачами и содержанием программы обучения. Выполнение упражнений на сплочение участников группы друг с другом и педагогами.
3. Заполнение Карты движения в группе обучающихся (на начало обучения). (Приложение 3). Заполнение Карты наблюдений за обучающимися. (Приложение 4)
4. Первичная диагностика по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной. (Приложение 11)

2. Блок. Основная часть

Занятие № 2

«Сила в единстве»

Цель: познакомить участников группы друг с другом, сплочение коллектива группы.

Теория

Понятие «сплоченный коллектив»: общие цели и задачи, общие интересы, организованность, ответственность, контактность, сплоченность. Свод правил на время реализации программы. Ожидания подростков от обучения программе.

Практика

Беседа с обучающимися по понятию «сплоченный коллектив». Знакомство членов группы друг с другом и выполнение упражнений на сплочение коллектива. Совместно с тренером обучающиеся придумывают правила на время реализации программы, записывают их на флипчарте и подкрепляют свое согласие с этими правилами подписями под ними. В ходе занятия ведущий собирает ожидания подростков, связанные с их участием в программе.

Оценка эффективности занятия: первичная диагностика по анкете «Моя группа**». (**Приложение 6)

Занятие № 3

«Волонтеры – кто они?». (Приложение 9)

Цель: сформировать представление об образе волонтера и взаимосвязи добровольческой деятельности с социальной рекламой.

Теория

Краткая история волонтерского движения: сходство и различия данного направления с благотворительностью, меценатством. Наиболее крупные волонтерские организации на территории России. Права и обязанности волонтеров, миссия волонтерского отряда, направления работы. Акции волонтеров.

Практика

Ознакомить обучающихся с историей волонтерства, выявить в интерактивной беседе сходство и отличительные черты волонтерства от благотворительности и меценатства. Ведущий предлагает в конце обучения включиться обучающимся в волонтерский отряд ОУ.

Оценка эффективности занятия: первичный срез по анкете на тему волонтерства. Приложение 7.

Занятие № 4

«Идеи профилактических социальных роликов»

Цель: обучить участников группы проектировать социальный ролик (содержание, композиция ролика и его средства. Ознакомить с востребованными темами роликов.

Теория

Проектирование социального рекламного ролика: цель, принципы (базовые правила), дизайн, визуализация, используемые слоганы, аудитория. Композиция и средства композиции: пропорция, масштаб, контраст, статика и динамика, симметрия и асимметрия, ритм. Воздействие социального ролика. Способы распространения ролика. Востребованные темы социальной рекламы: здоровый образа жизни, соблюдение правил дорожного движения, бережное отношение к природе, любовь к Родине, укрепление семьи и др.

Практика

Ознакомление обучающихся с системой проектирования социального ролика. Проведение упражнения по сбору ассоциаций о рекламе в форме «мозгового штурма»: постановка и осмысление проблемы, ассоциации со словом «реклама», генерирование идей социальных роликов. Анализ полученных идей. Обобщение результатов «мозгового штурма». Совместно с обучающимися определение приоритетных направлений для создания роликов социальной рекламы. Обсудить наиболее важные для несовершеннолетних «болевые точки». Обучающиеся обозначают список социально значимых проблем, которые волнуют их, как несовершеннолетних. После этого совместное составление списка тем, которые лягут в основу создания видеороликов социальной рекламы.

Оценка эффективности занятия: наблюдение за обучающимися в процессе «мозгового штурма» и черновые варианты тем будущих роликов.

Занятие № 5

«Сценарии роликов»

Цель: сформировать у обучающихся умения создавать сценарии социальных роликов.

Теория

Понятия «сценарий», «режиссура», «сценарное мастерство». Концепция и тематика снимаемого материала. Сюжет: зачин, кульминация и развязка. Инструменты (онлайн-программы, приложения) в помощь для написания сценария.

Практика

Ознакомление обучающихся с основными понятиями темы. Познакомить их с процессом написания сценария: с основными моментами и тонкостями создания качественных сценариев. Проинформировать и показать инструменты (онлайн-программы, приложения) которые помогут им в написании сценариев социального ролика. Организовать совместное написание 5 сценариев, внесение в них правок и утверждение посредством общего голосования.

Оценка эффективности занятия – создание готовых сценариев для съемок роликов социальной рекламы.

Занятие № 6

«Работа с локациями и реквизитом». Приложение № 10.

Цель: Сформировать у обучающихся умения работы с локациями и реквизитом для социальных роликов.

Теория

Подбор фона (пейзаж, фон новостроек и др.). Подбор персонажей для ролика, их атрибуты. Определение съемочного места, осмотр и фотографирование объектов.

Практика

При помощи ведущего занятие, подростки определяются со всем внешним наполнением, которое будет в роликах: где снимать, как выглядят персонажи, какие атрибуты будут им свойственны. Оговариваются все места натурных съемок, необходимого окружения. В результате взаимодействия с предыдущими занятиями получается материал, готовый для реализации его в виде роликов.

Оценка эффективности занятия: выбор места съемок, костюмов, реквизита и декораций.

Занятие № 7

«Съемка»

Цель: Сформировать у обучающихся умения съемок видеороликов.

Теория

Особенности съемочного процесса: чтение сценария, репетиционный процесс, Раскадровка, съемка.

Практика

Организация съемок роликов: чтение сценария, репетиционный процесс, непосредственно, сама съемка.

Оценка эффективности занятия: готовые футажи для последующей обработки и доработки.

Занятие № 8

«Сведение звука»

Цель: обучить обучающихся умению подбирать музыкальный фон социальных видеороликов и работе с голосом.

Теория

Понятия «плей-лист композиций», «библиотеки композиций для свободного общего пользования», «голосовые вставки для видеоролика».

Практика

Организация работы обучающихся по подбору музыки для тех или иных сцен ролика согласно настроению, с библиотеками композиций для свободного общего пользования и работа с ней. Работа с голосом для озвучивания роликов. При необходимости так же происходит «озвучка» готовых материалов с целью улучшения качества звука в конечном продукте.

Оценка эффективности занятия: подборка композиций и голосовых вставок для видео.

Занятие № 9

«Монтаж видеороликов»

Цель: сформировать у обучающихся умения и навыки монтажа видеороликов.

Теория

Специфика работы по монтажу видеороликов. Компьютерные программы для монтажа.

Практика

Ознакомление обучающихся со спецификой работы по монтажу видеороликов. Рассматриваются различные программы, предназначенные для монтажа. Происходит ознакомление с функционалом платного и бесплатного программного обеспечения. Монтаж роликов: наложение звуковых дорожек, проведение цветокоррекции, добавление надписей.

Оценка эффективности занятия: оценка готовности социальных роликов для их размещения в социальных сетях. Карта «Показатели оценки социального ролика». Приложение 5.

Занятие № 10

«Размещение роликов в социальных сетях»

Цель: научить обучающихся размещению социальных роликов в сети интернет.

Теория

Специфика платформ для размещения исходя из требований к видеоконтенту.

Практика

Размещение роликов в социальных сетях и плазменных панелях ОУ. Ознакомление со специфическими для каждой платформы требованиями к видеоконтенту.

Оценка эффективности занятия: готовые ролики социальной рекламы размещены в сети и набирают просмотры.

3 Блок. Заключительная часть

«Итоговое занятие. Итоговая диагностика»

Цель: Подведение итогов обучения по программе. Проведение итоговой диагностики.

Теория

Результаты работы. Стимул к продолжению данных проектов на территории своих образовательных учреждений.

Практика

5. Обсуждение полученного результата. Стимулирование обучающихся к продолжению данных проектов на территории своих образовательных учреждений. Обсуждение полученного обучающимися при реализации программы опыта работы по созданию рекламных роликов, сотрудничества в группах по созданию роликов. Обсуждение изменений в ценностных отношениях подростков.

Итоговая диагностика:

1) заполнение Карты движения в группе обучающихся (на конец обучения). (Приложение 3);
2) заполнение Карты наблюдений за обучающимися. (Приложение 4);
3) анкета «Моя группа»**. (**Приложение 6);
4) Итоговая диагностика по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной. (Приложение 11).

Оценка эффективности занятия: беседа по результатам работы, статистика распространения роликов в социальных сетях.

VIII. ОЦЕНКА ДОСТИЖЕНИЯ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Первичный срез

Формами проведения первичной диагностики являются:

1) собеседование, с целью выявить интересы подростка, круг его друзей, получить информацию о семье;
2) заполнение Карты движения в группе обучающихся (на начало обучения). (Приложение 3);
3) заполнение Карты наблюдений за обучающимися (на начало обучения. (Приложение 4);
4) анкетирование по анкете «Моя группа» (на начало обучения). **(**Приложение 6);

5) Тестирование по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной. (Приложение 11).

Итоговая диагностика

Формами проведения итоговой диагностики являются:

1) заполнение Карты движения в группе обучающихся (на конец обучения). (Приложение 3);
2) заполнение Карты наблюдений за обучающимися (на конец обучения). (Приложение 4);
3) оценка социальных роликов по Карте «Показатели оценки социального ролика». (Приложение 5);
4) анкетирование по анкете «Моя группа» (на конец обучения). **(**Приложение 6);
5) Тестирование по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной. (Приложение 11).

IX. МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Канцелярские принадлежности:
   - фломастеры и маркеры;
   - листы бумаги А4 и А1;
   - скотч;
   - флипчарт.
2. Бейджи для участников группы.
3. Раздаточный материал.
4. Фотоаппарат/видеокамера.
5. Штатив.
6. Кольцевые лампы.
7. Программное обеспечение для создания и монтирования видеороликов социальной рекламы.
8. Экран и проектор.
9. Беспроводная колонка.

X. НОРМАТИВНО – ПРАВОВЫЕ ОСНОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 24.09.2022) // https://legalacts.ru/doc/273_FZ-ob-obrazovanii/.
2. Федеральный закон «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних» от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ (с изменениями и дополнениями) // https://base.garant.ru/12116087/.
3. Концепция развития системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних на период до 2025 года и план мероприятий на 2021-2025 годы по ее реализации (утверждено Распоряжением Правительства РФ от 22 марта 2017 года N 520-р (ред.

от 18 марта 2021 №656 – р) // https://docs.cntd.ru/document/420395219/.

4. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. N 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ivo.garant.ru/#/document/72116730/paragraph/1/doclist/972/showentries/0/.
5. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 февраля 2015 г. № ВК-268/07 «О совершенствовании деятельности центров психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rulaws.ru/acts/Pismo-Minobrnauki-Rossii-ot-10.02.2015-N-VK-268_07/.
6. Письмо Минобрнауки России от 28.04.2016 N АК-923/07 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями по вопросам совершенствования индивидуальной профилактической работы с обучающимися с девиантным поведением» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://legalacts.ru/doc/pismo-minobrnauki-rossii-ot-28042016-n-ak-92307/.
7. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 N 28 СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159501/c772f33e5de7d4f08bd9f363ccc8112d37fd5be8/.
8. "О рекламе" : Федер. закон N 38-ФЗ : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 г. : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 г. : послед. ред. //КонсультантПлюс : сайт. URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_75554/e232d026aa33e0e5cb2ce682-b355f1f73af31b0/#dst100070/ (дата обращения: 05.10.2022).

XI. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ананьев, Б.Г. Человек как предмет познания. / Б.Г. Ананьев – СПб.: 2001. – 255 с.
2. Антонова, С.Ф. Социальная реклама как средство активизации жизненной позиции подростков [Текст] / С.Ф. Антонова. Социальная активность молодежи как условие развития современного общества: сб. науч. тр. – Екатеринбург, 2010. - Ч.2. - С. 53-57.
3. Голуб, О.Ю. Социальная реклама: учебное пособие. Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. 178 с. Электронная версия печ. изд. URL: https://www.iprbookshop.ru/57123.html (дата обращения: 06.09.2021). Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Жизненные навыки. Тренинговые занятия с младшими подростками (7-8 классы) / С.В. Кривцова [и др.].. - Москва : Генезис, 2020. - 224 с. — ISBN 978-5-98563-539-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95358.html (дата обращения: 18.08.2021). Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Змановская, Е.В. Девиантное поведение личности и группы [Текст] : / Е.В. Змановская, Рыбников В.Ю. – СПб : Питер, 2019. – 352 с.
6. Королева И.В., Чугунова Н.Ю. Роль социальной рекламы в профилактике девиантного поведения молодежи. Гуманитарные и социальные науки, 2016, № 2, с.188.
7. Кузнецов, П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / Кузнецов П.А. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. Электрон. версия печ. изд. URL: http://lib.ysu.am/disciplines_bk/d3aaadffe59f5ab49313d814fb373bd4.pdf (дата обращения: 08.08.2021). Доступна на сайте LibRusLib.
8. Кулганов, В.А. Превентология: Профилактика социальных отклонений [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / В. А. Кулганов, В. Г. Белов, Ю. А. Парфенов. - СПб: Питер, 2014. – 301 с.
9. Мандель, Б. Р. Социальная реклама [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 032401 "Реклама" / Б. Р. Мандель. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2012. – 300 с.
10. Методики диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной / О.Ф. Потемкина. – Санкт-Петербург // Психодиагностика личности : практикум по курсу "Психология и педагогика" / Г.К. Копейкин. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет Экономики и финансов, 2004-2005. - Часть 1 : Психологический портрет : практикум по курсу "Психология и педагогика" / Г.К. Копейкин, Н.А. Лапина. – 2-е издание, исправленное и дополненное. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет Экономики и финансов, 2004. – С. 71-76.
11. Назаретян, А.П. Психология стихийного массового поведения [Текст]: лекции / Назаретян А.П. – Москва, ПЕР СЭ, 2019. - 112 с. Электрон. версия печ. изд. URL: https://bookap.info/sociopsy/nazaretyan_psihologiya_stihiynogo_massovogo_povedeniya/ (дата обращения: 23.08.2021). Доступна на сайте Психологическая библиотека.
12. Ничишина, Т. В. Профилактика девиантного поведения несовершеннолетних в школе и семье [Текст] : Пособие для педагогов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования с белорусским и русским языками обучения, учреждений дополнительного образования детей и молодежи / Т. В. Ничишина. – Минск, 2018.
13. Селиверстов, С. Э. Социальная реклама: искусство воздействия словом [Текст] / С. Э. Селиверстов ; М : Бахрах, 2006. - 287 с.
14. Социология коммуникации: практикум [Текст] / сост. Асатрян С.С. - Ставрополь: Из-во

СКФУ, 2017. - 98 с. Электрон. версия печ. изд. URL: https://www.iprbookshop.ru/75598.html (дата обращения: 06.09.2021). Режим доступа: для авторизир. пользователей.

15. Столин В.В. Самосознание личности. - М.: Издательство Московского Университета, 1983. - 284 с.
16. Шевандрин, Н.И. Психодиагностика, коррекция и развитие личности / Н.И. Шевандрин – М.: Владос, 2001. – 401 с.
17. [Электронный ресурс] // Анкета «Мой класс» Панченко Л.В. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://nsportal.ru/npo-spo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2019/11/11/anketa-moy-klass
18. [Электронный ресурс] // Тест к внеклассному мероприятию «День волонтера» Капустиной О.Р. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://multiurok.ru/files/test-k-vneklassnomu-meropriiatiiu-den-volontera.html.
19. [Электронный ресурс] // Методика диагностики социально-психологических установок в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной – Свободный доступ из сети Интернет. – http://psy-resultat.ru/page176.

Интернет – источники:

1. Информационно-аналитический портал «Социальная реклама» - офиц. сайт. - URL: http://www.socreklama.ru/.
2. Международная конференция «Повышение эффективности социальной рекламы в России» - офиц. сайт. - URL:http://www.esarussia.ru/conference/index.php/.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Рекомендуемая тематика роликов для обучающихся

1. Устройство детей – сирот в семьи.
2. Ценности сплоченной семьи.
3. Внимание родителей к своим детям.
4. Интерес к чтению книг.
5. Нет жестокому обращению с детьми.
6. Реклама телефона доверия.
7. Отношения с одноклассниками и сверстниками.
8. Здоровый образ жизни.
9. Соблюдение правил дорожного движения.
10. Бережное отношение к природе.
11. Любовь к Родине.
12. Внимание и чуткость к пожилым людям.
13. Мой город мечты.
14. Мусор? У него тоже есть дом! и др.

Приложение 2

Правила создания роликов для детей и подростков

1. Твой ролик должен информировать не только о проблеме, но и предложить способ выхода из ситуации.
2. Твой ролик не должен содержать категоричное требование. Твой призыв должен быть гибким, понятным и ненавязчивым.
3. Твой ролик должен вызывать сопереживание.

Приложение 3

Карта движения в группе обучающихся

№	Ф.И.О обучающегося	На начало обучения	К концу обучения	Динамика
1				
2				
3				
4				

Приложение 4

Карта наблюдений за обучающимися

Карта наблюдений за обучающимися разработана специалистами отдела профилактики девиантного поведения и наркозависимости ГБУ ДО ЦППМСП Невского района с целью экспертной оценки динамики изменений поведения, познавательной активности и готовности к деятельности по программе как дополнение к результатам тестирования по методике диагностики социально–психологических установок в мотивационно–потребностной сфере Потемкиной О.Ф.

№	**Ф.И.О обучающегося**	**Изменения поведенческого характера**						**Познавательная активность подростков**						**Внутренняя готовность к деятельности по программе**						**Динамика**
		Адаптируемость к сверстникам		Проявления лидерства		Умения вызывать интерес к себе		Знания по изучаемой тематике		Креативность		Интерес и желание изучать социальную рекламу		Готовность к выпол. требований педагога на заанятиях		Включенность (активность на занятиях)		Коммуникабельность		
		Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	Нач. обуч.	Кон. обуч.	
1																				
2																				

Комментарий к «Карте наблюдений за обучающимися»

Основной способ диагностики – экспертная оценка результатов наблюдений педагога, ведущего занятия по программе. Оценка производится в начале и в конце обучения по программе. Обработка результатов оценки:

Низкий уровень проявления оцениваемых качеств по мнению педагога – 1 балл, средний уровень – 2 балла, высокий уровень – 3 балла. Наименьшее количество баллов на одного обучающегося – 9 баллов или 33 %. Наибольшее количество баллов на одного обучающегося – 27 баллов или 100 %.

Приложение №5

Карта «Показатели оценки социального видеоролика»

Карта «Показатели оценки социального видеоролика» разработана специалистами отдела профилактики девиантного поведения и наркозависимости ГБУ ДО ЦППМСП Невского района с **целью** экспертной оценки изготовленного группой обучающихся социального видеоролика по приведенным в карте показателям оценивания.

Является дидактическим способом оценки результатов обучения.

№	Показатель оценивания	Баллы
1.	Профилактическое содержание социального видеоролика	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2.	Лаконичность	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3.	Акцент на эмоции	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4.	Немая сцена (меньше слов, больше видео)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5.	Логотип/название школы	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6.	Интересное превью-изображение	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7.	Узконаправленность (призыв к действию в видеоролике)	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий к «Карте наблюдений за обучающимися»

Основной способ диагностики – оценка педагогом, ведущим занятия степени выраженности показателя оценивания.

Обработка результатов оценки: оценка степени выраженности показателя производится по десятибальной системе. Максимальное количество баллов – 70 (100 %). Уровней оценки не предусмотрено.

Приложение №6

Анкета «Моя группа»

Является дидактическим средством для проведения занятия.

Цель: рефлексия обучающимися причин своего отношения к общению с одногруппниками.

Инструкция:

В бланке ответов отметь тот вариант ответа, который считаешь наиболее подходящим. Фамилии писать не нужно.

1. В нашей группе:

а) большинство ребят хорошие;

б) есть всякие — и хорошие, и малоприятные;

в) большинство ребят неприятны мне.

2. Ты хотел бы, чтобы все ребята из твоей группы и ты, жили бы недалеко друг от друга?

а) да;

б) мне все равно;

в) нет.

3. Ты можешь рассказать, чем увлекаются, что коллекционируют ребята из твоей группы?

а) да;

б) не уверен;

в) нет.

4. Если бы тебя попросили, мог бы ты рассказать о ребятах из твоей группы?

а) да;

б) не знаю;

в) нет.

5. Оцени, насколько нравится тебе твоя группа:

1 балл — совсем не нравится;

2 балла — не нравится;

3 балла — и нравится и не нравится;

4 балла — нравится;

5 баллов — очень нравится.

6. Если бы тебе представилась возможность всей группой поехать на месяц летом отдыхать вместе, как бы ты к этому отнесся?

а) хорошо;

б) равнодушно;

в) плохо.

7. Можешь ли ты уверенно сказать, кто кому в твоей группе помогает?

а) да;

б) не замечал;

в) нет.

8. Оцени, насколько дружная у вас группа:

1 балл — совсем не дружный;

2 балла — недружный;

3 балла — когда как;

4 балла — дружный;

5 баллов — очень дружный.

9. Летом или после окончания программы захотелось бы тебе увидеть снова ребят из твоей группы и встречаться с ними время от времени?

а) да;

б) нечто среднее;

в) нет.

Обработка результатов анкетирования

Засчитай себе три балла за каждый ответ «а», 1 балл — за каждый ответ «б» на вопросы 1,2,3,4,6,8. Подсчитай сумму баллов. Прибавь к сумме оценки, которые ты поставил своей группе в ответах на вопросы 5 и 7. Подсчитай общую сумму.

Сопоставь полученную тобой сумму баллов с оценкой результатов

0—9 баллов — Тебе не очень нравятся ребята в группе. Подумай, почему так получается. Может быть, это связано с тем, что ты не очень интересуешься ими? Может быть, если ты внимательно посмотришь вокруг, то увидишь, какие интересные люди тебя окружают.

10—18 баллов — Кто-то в группе тебе нравится, кто-то нет. Так часто бывает. Но попробуй внимательно присмотреться к тем, кто не нравится тебе. Может быть, среди них окажутся очень интересные люди.

19—25 баллов — Судя по ответам, тебе повезло. Ты находишься в очень дружной группе. Ты ценишь одногруппников, а они ценят тебя. Тебе можно позавидовать. Такая дружба часто остается на всю жизнь.

Бланк ответов

к анкете «Моя группа»

Инструкция:

В бланке ответов отметь тот вариант ответа, который считаешь наиболее подходящим. Фамилии писать не нужно.

1. а б в	**2.** а б в	**3.** а б в
4. а б в	**5.** 1б 2б 3б 4б 5б	**6.** а б в
7. а б в	**8.** 1б 2б 3б 4б 5б	**9.** а б в

Источник:

[Электронный ресурс] // Анкета «Мой класс» Панченко Л.В. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://nsportal.ru/npo-spo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2019/11/11/anketa-moy-klass.

Приложение №7

Анкетирование на тему волонтерства

Является дидактическим средством для проведения занятия.

Цель: контроль знаний обучающихся об истории и содержании волонтерского движения.

Инструкция:

В бланке ответов отметь тот вариант ответа, который считаешь правильным.

1. Слово волонтер произошло от французского слова, которое в переводе означает…

А) ***Помощник*** Б) ***Доброволец*** В) ***Активист***

ОТВЕТ: Слово волонтер произошло от французского volontaire, которое в свою очередь произошло от латинского voluntarius, который в дословном переводе означает доброволец, желающий.

2. Назовите, какое движение в пионерии стало основой для волонтёрской деятельности?

А) ***«Тимуровское движение»;***

Б) ***«Скаутское движение»;***

В) ***«Юные инспекторы дорожного движения».***

ОТВЕТ: ТИМУРОВСКОЕ ДВИЖЕНИЕ возникло в СССР среди пионеров и школьников в нач. 1940-х гг. под влиянием повести А. П. Гайдара "Тимур и его команда". Тимуровцы оказывали помощь семьям военнослужащих и ветеранам, а также престарелым, детсадам, ухаживали за могилами погибших воинов и т. п.

3.Международный день добровольцев празднуется:

А) ***8 июня*** Б) ***5 сентября*** В) ***5 декабря***

ОТВЕТ: В 1985 году Генеральная Ассамблея ООН предложила правительствам ежегодно отмечать 5 декабря Международный день добровольцев во имя экономического и социального развития.

4.Зарождение благотворительной помощи в России произошло при:

А) ***Петре Первом*** Б) ***Александре I*** В) ***Князе Владимире Святославовиче***

ОТВЕТ: Зарождение благотворительности в Киевской Руси связывается с принятием христианства. Киевский князь Владимир Уставом 996 года закрепил призрение нищих за церковью, выделив на благотворительную деятельность десятую долю княжеских доходов.

5. Кто может стать волонтером?

А) ***любой человек от 14 лет;***

Б) ***совершеннолетний гражданин;***

В) ***человек любого возраста.***

ОТВЕТ: Можно быть самостоятельным волонтером с 14 лет. До этого возраста вы можете

принимать участие в волонтерских мероприятиях вместе с одним из родителей.

6. Какой знак является всемирным символом добровольчества?

А) ***Красный круг*** Б) ***Зеленый треугольник*** В) ***Красная буква «V»***

ОТВЕТ: Во Всеобщей Декларации добровольчества, принятой в январе 2001 года отмечается: «Признать красную букву "V" как всемирный символ добровольчества».

7.Какая из характеристик наиболее полно отражает суть понятия «добровольцы»:

А) молодежь, участвующая в социальных акциях в свободное от учебы и работы время;

Б) физические лица, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг (добровольческой деятельности);

В) разные группы населения, принимающие участие в трудовых акциях, субботниках.

ОТВЕТ: Б

8. В какой документ фиксируется деятельность волонтёра?

А) ***Паспорт*** Б) ***Трудовая книжка*** В) ***Личная книжка волонтёра***

ОТВЕТ: Личная книжка волонтёра предназначена для учета волонтёрской деятельности и содержит сведения о «трудовом» стаже добровольца, его поощрениях и дополнительной подготовке. В личной книжке отмечаются такие виды деятельности как: донорство, патриотическая деятельность, социальное волонтерство, работа с детьми группы риска, поисковая работа, работа при пожарах, поиск пропавших людей и ряд других.

9. В конце 70-х годов XIX века именно эти женщины стали первыми в мире сёстрами милосердия, которые добровольно отправились на фронт для оказания помощи раненым бойцам. Кто были эти женщины?

А) ***Воспитанницы Смольного института благородных девиц;***

Б) ***Монахини московской Свято-Никольской обители;***

В) ***Русское женское взаимно-благотворительное общество.***

ОТВЕТ: Одна из самых ярких страниц истории волонтерства связана с русско-турецкой войной. В конце 1870-х годов монахини московской Свято-Никольской обители стали первыми в мире сестрами милосердия, которые добровольно отправились на фронт для оказания помощи раненым бойцам.

10. Какая самая известная гуманитарная организация, осуществляет свою деятельность во всём мире, исходя из принципа нейтральности и беспристрастности?

А) ***Волонтеры ООН*** Б) ***Красный крест*** В) ***Армия спасения***

ОТВЕТ: «Красный крест» предоставляет защиту и оказывает помощь пострадавшим в вооружённых конфликтах и внутренних беспорядках.

Представительства организации, где в общей сложности работают более 12 тысяч человек,

расположены почти в 80 странах мира.

11. Официальной датой основания волонтерского движения считают

А) ***1920 год*** Б) ***1939 год*** В) ***1945 год***

ОТВЕТ: В 1920 году, после Первой мировой войны во Франции был осуществлен первый волонтерский проект с участием группы добровольцев из Англии, Германии, Швеции, Австрии. Вчерашние солдаты враждующих армий собрались, чтобы совместными усилиями восстановить разрушенную деревню близ Вердена.

12. В каком государстве возникло первое женское волонтерское движение?

А) ***США*** Б) ***Великобритания*** В) ***Российская Империя***

ОТВЕТ: Первое женское волонтерское движение возникло в России. Сестры милосердия, которые во время русско-турецкой войны добровольно отправились на фронт, чтобы помогать раненым солдатам.

13. Первая юношеская добровольческая организация - скауты. Полковник сэр Роберт Стивенсон Смит Баден-Пауэлл основал движение скаутов в 1907 году в Великобритании. В 1909 году скауты появились и в России. Какие слова стали лозунгом скаутов?

А) ***«Ни одного дня без доброго дела!»;***

Б) ***«Спешите делать добро»;***

В) ***«Будь готов!».***

ОТВЕТ: Девиз скаутов — «Будь готов!» Основатель скаутинга Баден-Пауэлл писал: «Будьте готовы умереть за свою страну, если потребуется; так что, когда настанет момент, выходите из дома с уверенностью и без раздумья о том, убьют вас или нет».

14. Знаменитая русская женщина-волонтер княгиня Мария Дондукова-Корсакова посвятила значительную часть жизни тюремному служению. В 1900-х годах она пыталась добиться права посещения политических заключенных в Шлиссельбургской крепости. Княгине было отказано. История сохранила ее ответ, после которого в 1904 году посещение крепости было разрешено. Что предложила Дондукова-Корсакова?

А) ***Организовывать личные встречи с заключенными вне крепости под надзором полиции;***

Б) ***Амнистировать всех заключенных под ее ответственность;***

В) ***Отказаться от волонтерской деятельности в тюрьмах вообще;***

Г) ***Арестовать ее саму.***

ОТВЕТ: Княжна была уверена, что двадцать лет одиночного заключения – достаточное наказание для заключенного, и хотела добиться замены бессрочного наказания ссылкой. Она считала, что ее сочувствие и любовь могут помочь узникам Шлиссельбургской крепости. Визиты княжны в тюрьму запрещались, но она вновь добивалась права на посещение. Полтора

года в любую погоду княжна на лодке переправлялась в крепость и навещала одного или двух узников. Наконец, в 1905 г. по ее настоянию в манифест о помиловании включили всех «бессрочных» заключенных.

Источник:

[Электронный ресурс] // Тест к внеклассному мероприятию «День волонтера» Капустиной О.Р. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://multiurok.ru/files/test-k-vneklassnomu-meropriiatiiu-den-volontera.html.

Приложение № 8

Вводное занятие «Знакомство»

Цели и задачи занятия:

- Знакомство участников с задачами программы «Социальная реклама – в школы», педагогами, обучающихся друг с другом;
- Определение правил группы на весь период обучения по программе;
- Включенность в работу группы каждого участника;
- Создание доверительной атмосферы.

Необходимый материал: Мяч, фломастеры, стикеры, флипчарт, листы а4, ручки. фломастеры

Время проведения: 90 минут

Используемые методы: Групповая дискуссия, игровые методы

Краткий конспект занятия

№	Структурный компонент занятия	Необходимое время
1	Приветственное слово ведущего, знакомство с программой	10 мин
2	Разминка-знакомство «Я люблю, ты не любишь»	10 мин
3	«Наши правила»	15 мин
4	«Ожидания и опасения»	15 мин
5	«Привет! Я рад тебя видеть…»	10 мин
6	«Циферблат»	25 мин
7	Обратная связь	5 мин
Итого:		

Ход занятия

1. **Приветственное слово ведущего**

Всем привет! Мы рады видеть вас на наших обучающих занятиях «Социальная реклама – в школы». Здорово, что вы пришли. На наших встречах у вас будет возможность узнать много нового и полезного для создания собственной социальной рекламы. Кроме этого, мы

сможем узнать друг друга поближе, получить массу положительных эмоций, а кто-то приобретет новых друзей.

Знакомство участников с задачами программы «Социальная реклама – в школы», показ созданной социальной рекламы.

Готовы? Давайте знакомиться, однако, еще одна особенность наших занятий – подходить к любому занятию творчески! Поэтому и знакомиться мы будем по-особенному.

2. Разминка-знакомство «Я люблю, ты не любишь»

Метод: психогимнастика.

Необходимые материалы: мяч.

Участники сидят в кругу.

1 часть. «Мы будем знакомиться следующим образом. Я запускаю мяч, который будет переходить из рук в руки по часовой стрелке. Передавать его надо тоже особым способом: мяч взять в правую руку, потом переложить в левую, затем отдать соседу слева. В то время, когда мяч у вас в руках, первоначально необходимо назвать свое имя. Когда мяч находится в правой руке нужно продолжить фразу «Я люблю…» Это может быть еда, животные, занятия, люди, отношение и проч. Не менее 3-х любимых сторон вашей жизни. Затем переложите в левую руку и расскажите о том, что вы не любите: «Я не люблю…». Передайте мяч. Когда кто-то говорит о себе, остальные слушают и стараются запомнить информацию, она пригодится в дальнейшем».

2 часть. «Спасибо за ваши рассказы. А теперь давайте посмотрим, что мы запомнили друг о друге. В этом нам опять поможет мяч. Я сейчас его отдам Пете. Его задача определиться, кому он его кинет. Прежде, чем кидать мяч Петя должен назвать по имени данного человека. Допустим, Петя выбрал Катю. Теперь задача Кати назвать 1-2 любимых или нелюбимых вещей, о которых говорил Петя в предыдущем упражнении. Затем Катя выбирает следующего участника. Мяч должен побывать у каждого».

Смысл упражнения. Помимо снятия напряжения, упражнение дает возможность узнать увлечения и некоторые черты характера ребят. Нахождение общих черт благоприятно сказывается на сплочении группы. Если тренер замечает общие черты важно акцентировать внимание ребят на данном явлении.

3. «Наши правила»

- установление принципов работы группы;
- создание безопасной групповой атмосферы.

Способ: модерация.

Необходимые материалы: флипчарт, маркер, фломастеры.

В целях развития активной позиции участников и для принятия ответственности за свое

поведение, разработку правил рекомендуется предложить подросткам в форме мозгового штурма следующими словами: «На протяжении занятий мы будем узнавать друг о друге многое. А рассказывать обычно хочется только в дружественной компании. Для того, чтобы всем было комфортно в нашем обществе давайте придумаем несколько правил, которые помогут сделать наши встречи более полными и эффективными. Например, когда кто-то опаздывает, мы можем не успеть выслушать всех, узнать что-то интересное или поиграть в веселую игру. Поэтому я предлагаю включить правило «Приходить вовремя». Согласны?»

Следует ограничиться небольшим списком правил, с которыми согласны все. Расписывать большой список правил не стоит по следующим причинам: во-первых, это может отпугнуть участников на посещение занятий (т.к. правил и установок им хватает в обычной жизни, в школе), во-вторых, группа может иметь изменяющийся состав и вводить в курс дела нового участника гораздо проще по нескольким основным аспектам. Это позволяет сэкономить время.

Как только правила записаны, ведущий предлагает поставить подписи всех участников фломастерами разного цвета.

4. **Упражнение «Ожидания и опасения»**

Данное упражнение проводится для анализа запросов и ожиданий участников, а также их переживаний, относительно проведенной недели, в целях избегания неудобств и более эффективной работы во время проведения занятий. Участникам выдается два стикера разных цветов, на которых они пишут их ожидания и опасения от занятий, затем приклеивают их на дерево (Крона дерева –это расцвет познания и личностных перспектив развития, опасения - это то, что сидит в корнях нашего дерева).

«Для того, чтобы наши встречи для вас прошли максимально эффективно, я хочу узнать все ваши ожидания. Каждому из вас я раздам стикеры разного цвета. Внимание! Цвет А – это ваши ожидания. Цвет Б – это ваши опасения. Я дам вам три минуты, чтобы вы на стикерах нужных цветов написали свои ожидания и опасения на предстоящие встречи.

Опасения – это ваши страхи, внутренне сопротивление и внешние барьеры. Что из вышеперечисленного может стать помехой на пути к достижению нашей совместной цели.

Ожидания – это запрос. Чему вы хотите научиться, какие знания и опыт и в каких сферах вы хотите приобрести».

Когда участники начинают наклеивать свои стикеры на ватман – часто от них слышишь: «Хочу узнать что-то новое, хорошее настроение, хочу подтянуть знания, боюсь не влиться в коллектив, боюсь, что мы не сдружимся». Здесь, дорогой куратор, важно держать руку на пульсе и уточнять реально важные моменты. Хочу узнать что-то новое – направляющий во-

прос – а новое в какой сфере, а что уже знаешь в этой сфере старое, а насколько тебе это пригодится, а для чего тебе нужны обновленные знания. Хочу хорошее настроение – а что тебе создает это хорошее настроение – а как ты думаешь – без участия человека можно ему поднять настроение – а как ты думаешь твое личное участие в мероприятиях быстрее поднимет тебе настроение. Хочу подтянуть знания и обменяться опытом. А зачем тебе опыт коллег и в какой сфере? А как ты планируешь этот опыт узнать. Когда мы познакомились – были ли у тебя мысли к кому-то подойти и узнать нужную информацию. Боюсь, что мы не станем командой – скажи, а что ты сам готов делать, чтобы ваш отряд был самой лучшей командой, а как ты думаешь – что может встать на пути к формированию команды? Как ты видишь эти риски устранить – и в чем готов ради этого участвовать.

Итог такого подхода к формированию осознанности к ожиданиям. Можно ожидать научиться плавать, но сидеть на пенечке в лесу и ничего не делать. Ожидания для это ключ к формированию программы, а для участника – это первый инструмент самоанализа.

5. Упражнение «Привет! Я рад тебя видеть…»

Участники начинают ходить по комнате. Каждый из группы здоровается за руку, приговаривая «Привет! Я рад тебя видеть…», при этом смотрит в глаза человеку. В этой игре есть одно важное правило: здороваясь с кем-либо из участников, ребята могут освободить свою руку только после того, как другой рукой начнут здороваться еще с кем-то. Задача – поздороваться как можно с большим количеством человек. Или обойти всю группу

6. **Упражнение «Циферблат»**

Каждому участнику игры дается листок бумаги. Ведущий предлагает всем участникам нарисовать на этом листке циферблат часов с 12 делениями. Потом все игроки должны за определенное время (минут 10) назначить на каждый час по одному «свиданию» с одним участником игры. Причем с одним и тем же человеком можно встретиться только один раз. После того как все «свидания» будут назначены, ведущий объявляет: «Наступило 3 часа дня. Все, у кого назначены свидания на это время, должны встретиться и рассказать друг другу за несколько минут о своих самых радостных воспоминаниях детства». После того как это задание будет выполнено, ведущий называет другое время и объявляет новое задание для встречающихся в это время. Например, 8 часов вечера, те, у кого на это время назначено свидание, должны встретиться и рассказать друг другу, чтобы они хотели изменить в своей жизни. Задания могут быть самыми разными, главное, чтобы они помогали участникам игры получше узнать и понять друг друга.

Примерные задания:

- любимый город и почему;
- любимая книга;

- что такое счастье в моем понимании;
- самое запомнившееся путешествие и почему;
- любимое блюдо и способ его приготовления;
- любимый фильм;
- с каким животным ассоциирует себя человек и почему;
- предпочтения в музыке;
- домашние животные;
- мои привычки.

Ведущему необходимо объявит все 12 часов. Если у кого-то из игроков не назначено свидание на какой-либо час, то он должен присоединиться к любому другому свиданию. Тогда рассказывать о себе будут уже 3 человека.

(Возможны любые вариации свиданий: рассчитаться на 1, 2 и 3, образовать группу из этих людей и поставить группы в круг, назначить свидание, после этого свидания первый номер переходит по часовой стрелке, третий номер против часовой стрелки, а второй номер остается на месте, далее назначить новое свидание)

7. Обратная связь

Попросить участников принести на следующее занятие любые 2 видеоролика, где есть что-то, что их цепляет (длительность не более 5 минут)

Приложение № 9

Занятие «Волонтеры – кто они?»

Цель: Сформировать представление об образе волонтера и взаимосвязи добровольческой деятельности с социальной рекламой.

Задачи:

- Повысить уровень знаний участников группы о волонтерстве и благотворительности;
- Вызвать интерес у участников группы к подключению в дальнейшем в волонтёрскую деятельность;
- Показать связь социальной рекламы с волонтерской деятельностью;
- Сформировать у участников группы положительный образ волонтера.

Материалы: Мяч или любой предмет, который можно передавать по кругу, листы А4 с текстом: да; нет; 50/50, листы А4 или блок бумаги для флипчартов, два разных цвета маркера, ручки.

Краткий план занятия (90 мин.):

- Приветственное слово и эмоциональный термометр (10 мин.);
- Виртуальный подарок (10 мин.);
- Кроссворд «Волонтер – это …» (20 мин.);
- Мини-лекция «Волонтерство и благотворительность» (15 мин.);
- «Построимся по …» (15 мин.);
- Рефлексия, эмоциональный термометр (10 мин.);
- Анкетирование по теме волонтерства (10 мин.).

Ход занятия:

Приветственное слово и эмоциональный термометр

Всем привет! Очень рад (рада) всех вас видеть! Сегодня мы с вами поговорим о волонтёрской деятельности и о том, какую роль волонтерство играет в социальной рекламе. Начнем с нашего термометра.

По традиции начинаем с эмоционального термометра.

*См. также Приложение – «Рефлексия».

Виртуальный подарок

Давайте мы начнем занятие с подарков. Все любят, когда им дарят подарки, поэтому предлагаю каждому из вас сделать подарок своему соседу справа. Но подарок необычный: то, что вы хотите подарить, вы сделаете из воздуха с помощью жестов и мимики. А ваш сосед должен догадаться, что вы ему дарите. Когда он догадается, он символически получает подарок, а потом также символически дарит свой подарок соседу справа и т.д.

Вопросы для обсуждения.

- Легко ли Вам было выразить без слов свой подарок?
- Как вы принимали то, что вам подарили?
- Что больше понравилось: дарить или принимать?

Волонтеры тоже отдают очень много и поэтому они счастливые люди (или волонтеры много отдают другим людям и поэтому другие люди становятся счастливее).

Кроссворд «Волонтер – это …»

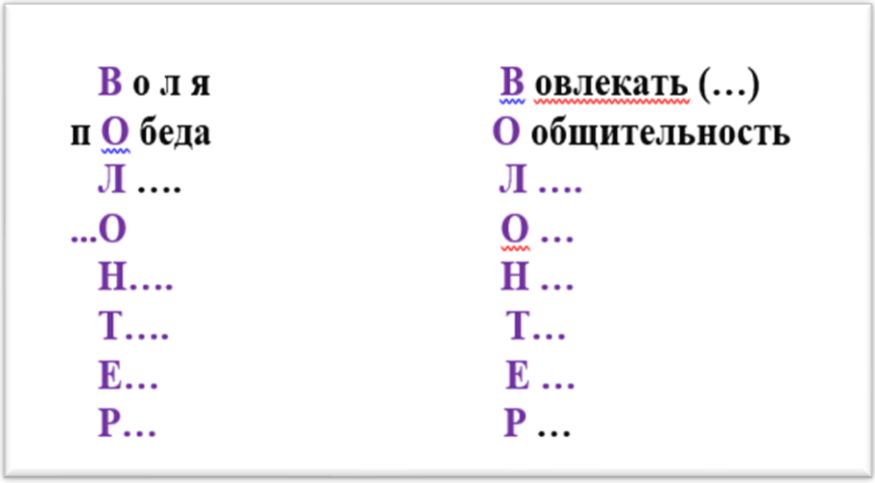
Цель: осознание представлений участников о волонтере и волонтерской деятельности.

Разделиться на несколько команд.

Сейчас мы с вами разделимся на несколько команд по 3-4 человека. Каждая команда получит задание: составить кроссворд, исходя из своих представлений о волонтере, волонтерстве и добровольческой деятельности. Вы можете использовать существительные, глаголы, прилагательные… и расположить главное слово в любом виде (по горизонтали, вертикали, диагонали).

Потом вам нужно будет представить кроссворд и рассказать, почему вы выбрали именно эти слова.

Продемонстрируйте пример.



Мини-лекция «Волонтерство и благотворительность»

Кто такой волонтер? Если заглянуть в различные источники, то можно найти такие определения: «Волонтер (от лат. voluntarius - добровольный, поступающий по собственной воле) – доброволец (тут слышно «Добрая воля»).

Слова волонтер, доброволец, благотворитель (и волонтерство, благотворительность) для многих звучат одинаково. Между этими понятиями действительно есть много общего, но в тоже время и совершенно разного. **Объединяет их то что, каждый из них – это человек, который что-то отдает другим: деньги, одежду, еду, технику, время, знания, внимание и т.д.**

В чем же принципиальное отличие?

- Волонтер (доброволец) – физическое лицо, осуществляющее в свободное от работы (учебы) время добровольную социально направленную, общественно полезную деятельность, без получения денежного или материального вознаграждения (кроме случаев возможного возмещения связанных с осуществлением добровольческой (волонтерской) деятельности затрат);
- Благотворитель – лицо, занимающееся благотворительностью;
- Благотворительность – оказание материальной помощи нуждающимся частными лицами или организациями. Благотворительность может быть направлена на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности (например, защита окружающей среды, охрана памятников культуры).

У благотворительных организаций могут быть волонтеры.

Исходя из этого мы понимаем, что благотворители отдают материальные блага и денежные средства, в то время как волонтеры (добровольцы) отдают исключительно свое время, силы и внимание. Так что же такое волонтерство?

Волонтерская (добровольческая) деятельность – добровольная деятельность в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг в интересах благополучателей – людей, группы, которые нуждаются в помощи волонтеров и в интересах которых осуществляется волонтерская деятельность.

Демонстрация видеоролика 1 - #Явпомощь (Лапенко) https://www.YouTube.com/watch?v=fp1YEI1otho (1 минута)

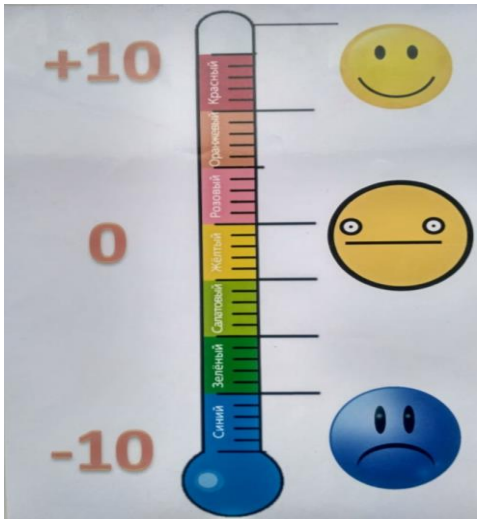
О чем ролик? Это про благотворительность или волонтерство? На что обратили внимание?

Правильный ответ: благотворительность, звездный гость, юмор.

Демонстрация видеоролика 2 - Безразличный https://www.youtube.com/watch?v=MHHVrXIELK8&t=13s (2.08 мин.) или Бумеранг добра https://www.youtube.com/watch?v=C8e8tBc3U98 4.48 мин.)

В повседневности мы можем замечать новости о том, что волонтеры помогали на том или ином соревновании, посадили деревья, спасли животных, съездили в дом престарелых, посетили хоспис и так далее. Волонтерство может быть (в зависимости от направлений классификация):

- Социальное волонтерство (добровольчество) — оказание помощи, прежде всего, незащищенным слоям населения, нуждающимся во внимании и(или) постоянном уходе (помощь детям-сиротам, многодетным семьям, инвалидам, пожилым одиноким людям, бездомным, бывшим заключенным, беженцам и другим);
- Экологическое – деятельность в области защиты окружающей среды, направленная на



формирование экологической культуры в обществе (помощь заповедным территориям, животным, озеленение, раздельный сбор отходов, экологическое просвещение и т.д.);

- Событийное – помощь в организации и проведении крупных значимых событий местного, регионального, федерального и международного уровней (помощь на конференциях, съездах, форумах, праздниках, концертах и т.д.);
- Спортивное – связанная с участием в организации и(или) проведении физкультурных и спортивных мероприятий городского, регионального, федерального и международного уровней на территории Российской Федерации, проектов и(или) программ по популяризации спорта и пропаганде здорового образа жизни;
- Культурное – сохранение и передачу культурного и исторического наследия (проведение экскурсий, работа с туристическими группами, с музейными и библиотечными фондами, помощь в реставрации памятников истории и культуры, обучение различным видам творческих практик;
- Донорство – сдачи крови и (или) ее компонентов донорами (помощь в организации мероприятий и донорских акций, просветительская деятельность, сдача крови и ее компонентов и т.д.);
- Волонтерство общественной безопасности – волонтерская (добровольческая) деятельность, направленная на помощь службам экстренного реагирования в профилактике и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, помощь в организации обеспечения безопасности на массовых событиях, поиске пропавших людей, содействие интернет-безопасности;
- Медиаволонтёрство – формирование информационного поля вокруг общественно-значимых событий, информационную поддержку социальных проектов (создание контента и его распространение в СМИ и социальных сетях в качестве волонтеров-фотографов, журналистов, SMM-специалистов, видео-операторов).

Можно выбрать одно направление, можно несколько, важно только найти организацию, пройти обучение, стать частью команды (время и принцип «Не навреди»!)

Любое направления волонтерства – это небольшой шаг в сторону глобальных перемен в собственной жизни и в жизни общества. И мы приглашаем вас сделать шаг и стать медиа волонтёрами (можно рассказать про собственный опыт). Ответить на вопросы.

А также волонтерство – это команда.

Упражнение «Построимся по …»

Цель: обучение умению распределять роли в команде, сравнивать себя с другим участником по схожим признакам.

Теперь мы посмотрим, насколько вы (командой) быстро справитесь с одним из упражнений! Слушайте внимательно, что вам предстоит сделать. Задача: построиться в одну линию по росту. При этом вам нельзя разговаривать. Готовы? Поехали!

Затем задание усложняется – им нужно построиться по дате и месяцу рождения, по длине волос, по отдаленности места проживания от Центра, по цветам радуги в их одежде….

Выбрать три характеристики из предложенных вариантов, следить за временем. Включать обратный отчет, если задание затягивается. Разрешить кому-то говорить…

Психологический смысл упражнения: Участники лучше узнают друг друга, обучаются эффективному взаимодействию в команде.

Обсуждение: Трудно ли Вам было выполнять это упражнение? Почему? Какую роль Вы избрали для себя? Какая стратегия выполнения была наиболее эффективна?

Рефлексия - эмоциональный термометр

Приложение к занятию «Волонтеры – кто они?»

Рефлексия

Рефлексия учит наблюдать за собой, фиксировать свои мысли, которые возникли на тренинге, понимать, что нового участники узнали, а что знали и так. Главное – научить участников осознавать, как менялись их чувства в процессе занятия, что они чувствуют сейчас. На первых занятиях участникам, скорее всего, это покажется сложным: они не будут знать, что говорить, и ограничатся традиционным: «Мне понравилось». Задача ведущего - научить их самонаблюдению. Ведь этот навык им очень пригодится и в жизни. Ведущий может научить их навыку самонаблюдения при помощи двух способов:

При помощи вопросов

В конце занятия сядьте в круг и попросите каждого по кругу высказаться по поводу сегодняшнего занятия. Помогите ребятам своими вопросами:

- Что на сегодняшнем занятии вам показалось особенно интересным?
- Какие чувства вы сейчас испытываете по поводу прошедшего занятия? Удовлетворенность/неудовлетворенность?
- Пустоту/переполненность эмоциями?
- Радость/грусть?
- Что вам не понравилось?
- А что понравилось?

При помощи наглядного метода

Для этого используйте эмоциональный термометр.

Пусть участники расскажут о своих чувствах/своем настроении не словами, если им это трудно сделать, а для начала при помощи термометра.

Для этого они должны выбрать цвет, который соответствует их эмоциональному состоянию на данный момент. Можно провести такую «диагностику» в начале и в конце занятия.

Предложите ребятам на выбор: хочешь. Скажи про свое настроение в цвете, хочешь – обозначь цифрой.

После того, как все выберут цвет (или число настроение + 5), вы должны озвучить словами то чувство, которому соответствует выбранный цвет или номер:

Катя, какое у тебя настроение? Ты, наверное, устала после школы или погода…да?

Вася, у тебя всё хорошо? Ты рад, что ты пришел сюда? Или просто вчера произошло что-то хорошее?

После занятия обязательно отметить моменты перемены в настроениях обучающихся. Или можно просто уточнить, поменялось ли и в какую сторону.

Экспресс-метод

Существует также экспресс-метод проведения рефлексии занятия. Им можно воспользоваться, если у вас будет очень мало времени. Однако постарайтесь планировать свое время так, чтобы была возможность провести рефлексию в полном объеме.

Этот метод заключается в том, что вы просите сразу всех при помощи большого пальца руки (большой палец указывает вверх/вбок/вниз) показать:

- насколько им понравилось занятие: понравилось/так себе/не понравилось;
- узнали они что-то новое: да/50х50/ нет;
- изменилось ли их эмоциональное состояние в процессе тренинга: улучшилось/не изменилось/ухудшилось.

Примечание: Вопросы также могут зависеть от тематики занятия.

Анкетирование по теме волонтерства

Приложение № 10

Занятие «Работа с локацией и построение кадра»

Цель: научить выстраивать кадр с учетом специфики окружения. Сформировать умение построения композиции.

Задачи:

- Познакомить участников с базовыми принципами построения кадра;
- Наглядно продемонстрировать изменение восприятия через композицию;
- Научить использовать окружение для создания композиции;
- Стимулировать развитие творческих возможностей участников группы;
- Мотивировать участников группы на дальнейшую командную работу.

Материалы: мяч, ватман, стикеры двух цветов, маркер, ноутбук, экран, проектор, кольцевые лампы, стабилизатор, штатив, обучающие видео.

Краткий план занятия (90 мин.):

- Приветственное слово и эмоциональный термометр (10 мин.);
- Упражнение «Встряхнемся» (5 мин.);
- Просмотр обучающего видео «Правильное положение тела при съемке видео» с практической отработкой (30 минут);
- Просмотр обучающего видео «Что делает мобильную картинку киношнее?» с практической отработкой (30 мин.);
- Рефлексия, эмоциональный термометр (15 мин.).

Ход занятия:

Приветственное слово и эмоциональный термометр

Всем привет! Очень рад (рада) всех вас видеть! Сегодня мы с вами поговорим о креативности и о способах решения одной из обсуждаемых нами ранее проблем.

Начнем с нашего термометра.

Упражнение «Встряхнемся»

Цель: эмоциональный подъем, групповое сплочение, осознание ограничений, мешающих нам в разрешении задач.

Одному члену группы выдается мячик. Участники не предупреждаются о том, что они должны встать со стульев. Устанавливается лимит времени на это упражнение (сначала дается 25 секунд, потом – 20, затем – 15).

«Задача состоит в том, чтобы мячик прошел через руки всей команды, но при этом нельзя передавать мячик тем, кто сидит рядом».

Обсуждаемый вопрос: что помогало, что мешало выполнить упражнение? Главная цель – продемонстрировать, как часто мы сами создаем ограничения, мешающие нам чего-либо добиться. Никто не говорил, что люди должны оставаться на одном месте, но практически всегда все совершают эту ошибку. Кроме того, спешка, как правило, не создает творческих решений. Встав с места, участники сразу же снимают одно из ограничений – никто уже не сидит рядом друг с другом. Упражнении также в полной мере демонстрирует то, что многие вещи, кажущиеся поначалу невозможными, на самом деле не таковы.

Просмотр обучающего видео «Правильное положение тела при съемке видео» с практической отработкой

Цель: понимание построение кадра с учетом положения персонажей в пространстве.

Ведущий рассказывает об основном направлении занятия. Для ознакомления с текущей темой предлагается для просмотра обучающий видеоролик «Правильное положение тела при съемке видео» из цикла «Азбука мобильного кино»

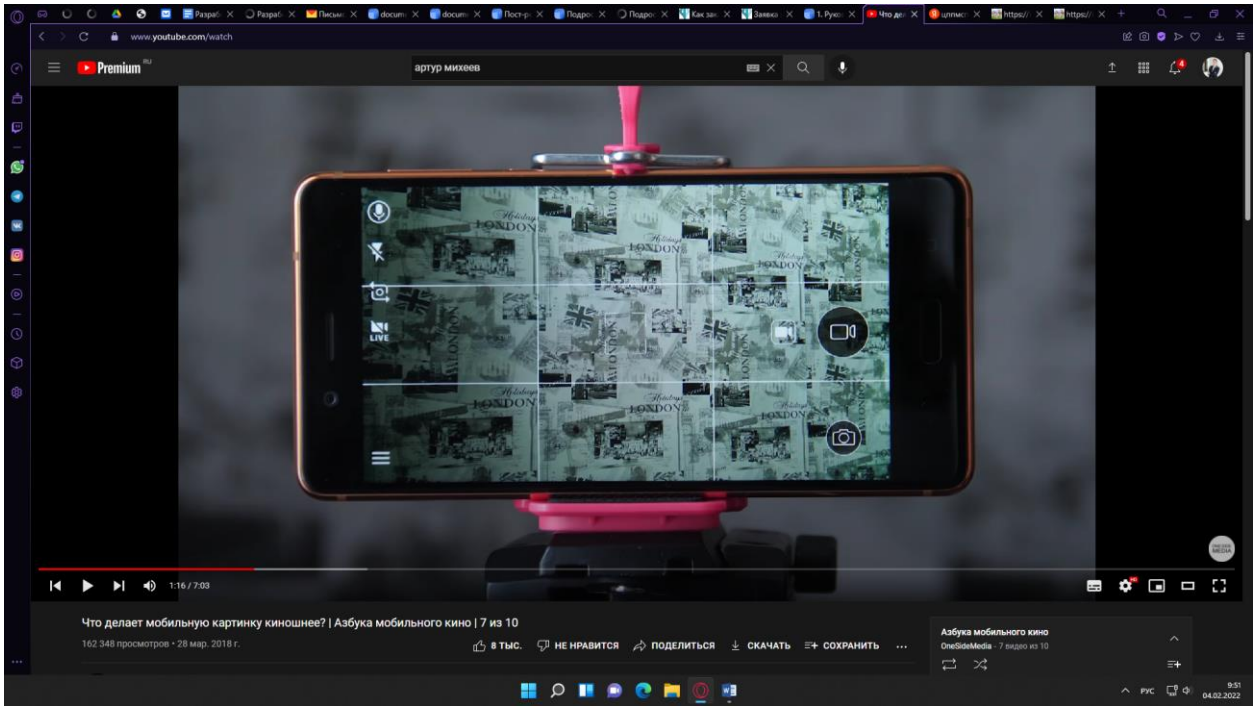
(ютуб-канал «OneSideMedia», автор Артур Михеев https://www.youtube.com/watch?v=Lx0G_RGdVSI&list=PLboHVYQGe7Tw96PvDBka8CPxezcmu5WQM&index=5).

После просмотра происходит развернутое обсуждение специфики построения кадра с практической отработкой. Участники отрабатывают навык построение кадра с использованием камеры для наглядного определения возможных ошибок и коррекции их.

Просмотр обучающего видео «Что делает мобильную картинку киношнее?» с практической отработкой

Цель: познакомить участников с основными техническими аспектами, необходимыми для получения качественного видео.

Участникам предлагается ознакомиться с обучающим видеороликом «Что делает мобильную картинку киношнее?» из цикла «Азбука мобильного кино». Источник: (Ютуб-канал «OneSideMedia», автор Артур Михеев https://www.youtube.com/watch?v=GV6-ucdl5Mc&list=PLboHVYQGe7Tw96PvDBka8CPxezcmu5WQM&index=7



В ходе просмотра участники познакомятся с такими аспектами съемки видео, как: правило третей, ракурс, работа со светом. Все эти материалы необходимы для создания качественного видеоконтента.

После просмотра и обсуждения организуется практическая отработка навыков. Участники, используя штатив, стабилизатор, смартфон, источники освещения, пробуют свои силы в создании видео. По ходу работы отрабатываются возможные ошибки, ищутся новые интересные планы. Возможно создание набросков (раскадровок, футажей) для их дальнейшего использования при съемке роликов социальной рекламы.

Рефлексия, эмоциональный термометр

Приложение к занятию «Работа с локацией и построение кадра»

Рефлексия

Рефлексия учит наблюдать за собой, фиксировать свои мысли, которые возникли на тренинге, понимать, что нового участники узнали, а что знали и так. Главное – научить участников осознавать, как менялись их чувства в процессе занятия, что они чувствуют сейчас. На первых занятиях участникам, скорее всего, это покажется сложным: они не будут знать, что говорить,

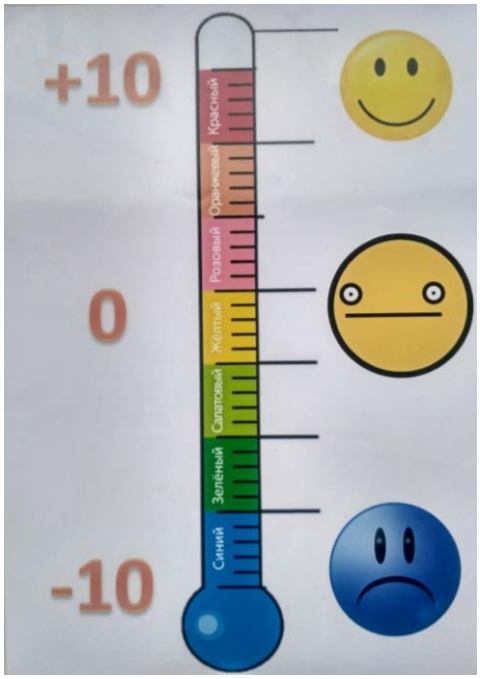
и ограничатся традиционным: «Мне понравилось». Задача ведущего - научить их самонаблюдению. Ведь этот навык им очень пригодится и в жизни. Ведущий может научить их навыку самонаблюдения при помощи двух способов:

При помощи вопросов

В конце занятия сядьте в круг и попросите каждого по кругу высказаться по поводу сегодняшнего занятия. Помогите ребятам своими вопросами:

- Что на сегодняшнем занятии вам показалось особенно интересным?
- Какие чувства вы сейчас испытываете по поводу прошедшего занятия? Удовлетворенность/неудовлетворенность?
- Пустоту/переполненность эмоциями?
- Радость/грусть?
- Что вам не понравилось?
- А что понравилось?

При помощи наглядного метода



Для этого используйте эмоциональный термометр.

Пусть участники расскажут о своих чувствах/своем настроении не словами, если им это трудно сделать, а для начала при помощи термометра.

Для этого они должны выбрать цвет, который соответствует их эмоциональному состоянию на данный момент. **Можно провести такую «диагностику» в начале и в конце занятия.**

Предложите ребятам на выбор: хочешь. Скажи про свое настроение в цвете, хочешь – обозначь цифрой.

После того, как все выберут цвет (или число настроение + 5), вы должны озвучить словами то чувство, которому соответствует выбранный цвет или номер:

Катя, какое у тебя настроение? Ты, наверное, устала после школы или погода…да?

Вася, у тебя всё хорошо? Ты рад, что ты пришел сюда? Или просто вчера произошло что-то хорошее?

После занятия обязательно отметить моменты перемены в настроениях обучающихся, либо можно просто уточнить, поменялось ли и в какую сторону.

Экспресс-метод

Существует также экспресс-метод проведения рефлексии занятия. Им можно воспользоваться, если у вас будет очень мало времени. Однако постарайтесь планировать свое время

так, чтобы была возможность провести рефлексию в полном объеме.

Этот метод заключается в том, что вы просите сразу всех при помощи большого пальца руки (большой палец указывает вверх/вбок/вниз) показать:

- насколько им понравилось занятие: понравилось/так себе/не понравилось;
- узнали они что-то новое: да/50х50/ нет;
- изменилось ли их эмоциональное состояние в процессе тренинга: улучшилось/не изменилось/ухудшилось.

Примечание: Вопросы также могут зависеть от тематики занятия.

Приложение 11

Методика диагностики социально–психологических установок в мотивационно–потребностной сфере Потемкиной О.Ф.

Цель диагностики: определение динамики изменений в степени выраженности и взаимосвязи между собой социально–психологических установок как у отдельного подростка, так и группы подростков в целом.

Под понятием «социально–психологические установки» подразумевается состояние психологической готовности, которая формируется на основе личностного опыта и оказывает непосредственное влияние на возможные реакции человека. При этом, «установка» рассматривается не как отношение к какому-либо предмету, явлению, человеку, а как готовность к определенному поведению в конкретной ситуации [17].

В свою очередь под сущностью мотивационно-потребностной сферы личности имеется в виду своеобразный фундамент, на котором формируются жизненные цели личности, определяющие ее жизненный путь [2].

Для оценки результативности программы «Социальная реклама – в школы» диагностики социально–психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере состоит в возможности диагностики степени выраженности и взаимосвязи между собой социально–психологических установок у отдельной личности или группы подростков в динамике.

Методика состоит из 80 вопросов, дающих ответы на вопросы "Что важно в жизни?" Первая часть - 40 вопросов, показывает, что важнее для человека: альтруизм или эгоизм, процесс или результат. Вторая часть, следующие 40 вопросов, направлены на оценку значимости свободы или власти, содержания работы или денег.

Инструкция

Ответьте на каждый вопрос "да", если он верно описывает ваше поведение и "нет", если ваше поведение не соответствует тому, о чем говорится в вопросе.

Стимульный материал

Часть I.

Выявление степени выраженности социально-психологических установок, направленных на «альтруизм – эгоизм», «процесс – результат»

1. Сам процесс выполняемой работы увлекает Вас больше, чем этап ее завершения?
2. Для достижения цели Вы обычно не жалеете сил?
3. Вам часто говорят, что Вы больше думаете о других, чем о себе?
4. Вы обычно много времени уделяете своей особе?
5. Вы обычно долго не решаетесь начать делать то, что Вам не интересно, даже если это необходимо?

6. Вы уверены, что настойчивости в Вас больше, чем способностей?

7. Вам легче просить за других, чем за себя?

8. Вы считаете, что человек сначала должен думать о себе, а потом уже о других?

9. Заканчивая интересное дело, Вы часто сожалеете о том, что интересная работа уже завершена, а с ней жаль расставаться?

10. Вам больше нравятся деятельные люди, способные достигать результата, чем просто добрые и отзывчивые?

11. Вам трудно отказать людям, когда они Вас о чем-либо просят?

12. Для себя Вы делаете что-либо с большим удовольствием, чем для других?

13. Вы испытываете удовольствие от игры, в которой не нужно думать о выигрыше?

14. Вы считаете, что успехов в Вашей жизни больше, чем неудач?

15. Вы часто стараетесь оказать людям услугу, если у них случилась беда или неприятности?

16. Вы убеждены, что не нужно для кого-либо сильно напрягаться?

17. Вы более всего уважаете людей, способных увлечься делом по-настоящему?

18. Вы часто завершаете работу вопреки неблагоприятной обстановке, нехватке времени, помехам со стороны?

19. Для себя у Вас обычно не хватает ни времени, ни сил?

20. Вам трудно заставить себя сделать что-то для других?

21. Вы часто начинаете одновременно много дел и не успеваете закончить их до конца?

22. Вы считаете, что имеете достаточно сил, чтобы рассчитывать на успех в жизни?

23. Вы стремитесь, как можно больше сделать для других людей?

24. Вы убеждены, что забота о других часто идет в ущерб себе?

25. Можете ли Вы увлечься делом настолько, что забываете о времени и о себе?

26. Вам часто удается довести начатое дело до конца?

27. Вы убеждены, что самая большая ценность в жизни жить интересами других людей?

28. Вы можете назвать себя эгоистом?

29. Бывает, что Вы, увлекаясь деталями, углубляясь в них, не можете закончить начатое дело?

30. Вы избегаете встреч с людьми, не обладающими деловыми качествами?

31. Ваша отличительная черта бескорыстие?

32. Свободное время Вы используете для своих увлечений?

33. Вы часто загружаете свой отпуск или выходные дни работой из-за того, что кому-то обещали что-либо сделать?

34. Вы осуждаете людей, которые не умеют позаботиться о себе?

35. Вам трудно решиться использовать усилия человека в своих интересах?

36. Вы часто просите людей сделать что-либо из корыстных побуждений?

37. Соглашаясь на какое-либо дело, Вы больше думаете о том, насколько оно Вам интересно?

38. Стремление к результату в любом деле Ваша отличительная черта?

39. Ваша отличительная черта умение помочь другим людям?

40. Вы способны сделать максимальные усилия лишь за хорошее вознаграждение?

Часть II.

Выявление степени выраженности социально-психологических установок, направленных на «свобода – власть», «труд – деньги»

1. Вы согласны, что самое главное в жизни быть мастером своего дела?
2. Вы более всего дорожите возможностью самостоятельного выбора решения?
3. Ваши знакомые считают Вас властным человеком?
4. Вы согласны, что люди, которые не умеют заработать деньги, не стоят уважения?
5. Творческий труд для Вас является главным наслаждением в жизни?
6. Основное стремление в Вашей жизни свобода, а не власть и деньги?
7. Вы согласны, что иметь власть над людьми наиболее важная ценность?
8. Ваши друзья состоятельные в материальном отношении люди?
9. Вы стремитесь, чтобы все вокруг Вас были заняты увлекательным делом?
10. Вам всегда удается следовать своим убеждениям вопреки требованиям со стороны?
11. Считаете ли Вы, что самое важное качество для власти - это ее сила?
12. Вы уверены, что все можно купить за деньги?
13. Вы выбираете друзей по деловым качествам?
14. Вы стараетесь не связывать себя различными обязательствами перед другими людьми?
15. Вы испытываете чувство негодования, если кто-либо не подчиняется Вашим требованиям?
16. Деньги куда надежнее, чем власть и свобода?
17. Вам бывает невыносимо скучно без любимой работы?
18. Вы убеждены, что каждый должен обладать свободой в рамках закона?
19. Вам легко заставить людей делать то, что Вы хотите?
20. Вы согласны, что лучше иметь высокую зарплату, чем высокий интеллект?
21. В жизни Вас радует только отличный результат работы?
22. Самое главное стремление в Вашей жизни быть свободным?
23. Вы считаете себя способным руководить большим коллективом?
24. Является ли для Вас заработок главным стремлением в жизни?

25. Любимое дело для Вас ценнее, чем власть и деньги?
26. Вам обычно удается отвоевать свое право на свободу?
27. Испытываете ли Вы жажду власти, стремление руководить?
28. Вы согласны, что деньги “не пахнут” и неважно, как они заработаны?
29. Даже бывая на отдыхе, Вы не можете не работать?
30. Вы готовы многим жертвовать, чтобы быть свободным?
31. Вы чувствуете себя хозяином в своей семье?
32. Вам трудно ограничить себя в денежных средствах?
33. Ваши друзья и знакомые ценят Вас как специалиста?
34. Люди, ущемляющие Вашу свободу, вызывают у Вас наибольшее негодование?
35. Власть может заменить Вам многие другие ценности?
36. Вам обычно удается накопить нужную сумму денег?
37. Труд наибольшая ценность для Вас?
38. Вы уверенно и непринужденно чувствуете себя среди незнакомых людей?
39. Вы согласны ущемить свободу, чтобы обладать властью?
40. Наиболее сильное потрясение для Вас отсутствие денег?

Ключ

Часть первая: выявления установок на "альтруизм – эгоизм", "процесс – результат":

1. "Ориентация на процесс": 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37.
2. "Ориентации на результат": 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38.
3. "Ориентация на альтруизм": 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39.
4. "Ориентация на эгоизм": 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

Часть вторая: выявления установок "свобода – власть", "труд – деньги":

5. "Ориентация на труд": 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37.
6. "Ориентации на свободу": 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38.
7. "Ориентация на власть": 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39.
8. "Ориентация на деньги": 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

Обработка

За каждый ответ "да" начисляется 1 балл. Вычисляется сумма значений по каждой из восьми установок личности.

Интерпретация

Люди более ориентированы на процесс, менее задумываются над достижением результата, часто опаздывают со сдачей работы, их процессуальная направленность препятствует их результативности; ими больше движет интерес к делу, а для достижения результата требуется много рутинной работы, негативное отношение к которой они не могут преодолеть.

Люди, ориентирующиеся на результат, одни из самых надежных. Они могут достигать результата в своей деятельности вопреки суете, помехам, неудачам.

Люди, ориентирующиеся на альтруистические ценности, часто в ущерб себе, заслуживают всяческого уважения. Альтруизм наиболее ценная общественная мотивация, наличие которой отличает зрелого человека.

Люди с чрезмерно выраженным эгоизмом встречаются довольно редко. Известная доля "разумного эгоизма" не может навредить человеку. Скорее более вредит его отсутствие, причем это среди людей "интеллигентных профессий" встречается довольно часто.

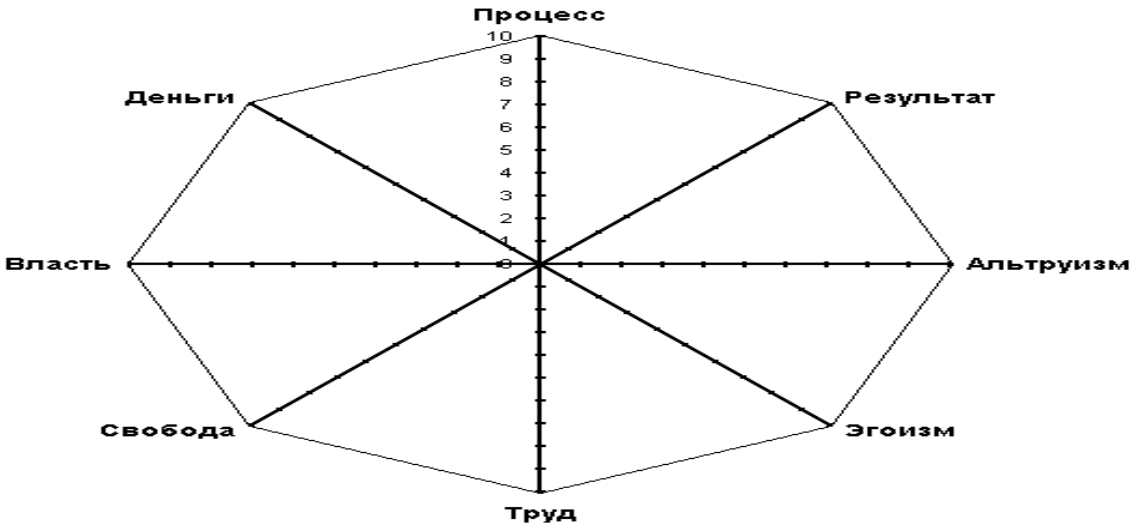
Люди, ориентирующиеся на труд, все время используют для того, чтобы что-то сделать, не жалея выходных дней, отпуска и т.д. Труд приносит им больше радостей и удовольствия, чем какие-то иные занятия. Ведущей ценностью для людей с ориентацией на деньги является стремление к увеличению своего благосостояния.

Главная ценность для людей, ориентирующихся на свободу – свобода. Очень часто ориентация на свободу сочетается с ориентацией на труд, реже это сочетание "свободы" и "деньги".

Для людей с ориентацией на власть ведущей ценностью является влияние на других, на общество.

Результаты, полученные с помощью данных методик, целесообразно представить графически. Для этого необходимо начертить две вертикальные пересекающиеся прямые и отложить на каждой из четырех прямых от центра (точка 0) количество баллов согласно ключам опросника. Далее следует эти точки соединить. В результате получится плоскость, отражающая особенности социально-психологических установок.

Графическое изображение к тесту



На основании результатов использования методик можно выявить несколько групп испытуемых:

1. Группа высокомотивированных испытуемых с гармоничными ориентациями. Все ориентации выражены сильно и в равной степени.
2. Группа низкомотивированных испытуемых, у которых все ориентации выражены чрезвычайно слабо.
3. Группа с дисгармоничными ориентациями, у которых некоторые ориентации выражены сильно, а другие могут даже отсутствовать.

Источники:

1. Методики диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной / О.Ф. Потемкина. – Санкт-Петербург // Психодиагностика личности : практикум по курсу "Психология и педагогика" / Г.К. Копейкин. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет Экономики и финансов, 2004-2005. - Часть 1 : Психологический портрет : практикум по курсу "Психология и педагогика" / Г.К. Копейкин, Н.А. Лапина. – 2-е издание, исправленное и дополненное. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет Экономики и финансов, 2004. – С. 71-76.
2. [Электронный ресурс] // Методика диагностики социально-психологических установок в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной – Свободный доступ из сети Интернет. – http://psy-resultat.ru/page176.