

Гапанович-Кайдалова, Е.В. Акция как форма пропаганды здорового образа жизни среди студенческой молодежи / Е.В. Гапанович-Кайдалова // Разностороннее развитие и нравственное воспитание обучающихся в целостном образовательном процессе: материалы республиканской научно-практической конференции (Гомель, 16 окт. 2014 г.): в 2 ч. Ч. 2. / редкол.: В.П. Горленко (отв. ред.) [и др.]. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. – С. 16-20.

АКЦИЯ КАК ФОРМА ПРОПАГАНДЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Е.В. Гапанович-Кайдалова (Гомель)

Пропаганда здорового образа жизни приобретает все большую значимость в связи с широкой распространенностью в молодежной среде алкоголизма, табакокурения, наркомании, токсикомании, значительным ухудшением здоровья детей и молодежи (С.В. Агеева, Л.Н. Башкова, Л.П. Вашлаева, С.К. Зарецкая, А.С. Колесов, А.Г. Комков, О.Л. Лойко, Ю.В. Науменко, А.И. Шикун и др.). Одной из действенных форм пропаганды здорового образа жизни среди студенческой молодежи является проведение республиканских, городских, университетских акций.

Акция (лат. actio) – действие, направленное на достижение какой-либо цели. Как правило, это большое комплексное мероприятие (или комплекс мероприятий, объединённых одной целью и тематикой), социально значимое событие, продолжительность которого зависит от поставленных задач. Активное использование в образовательных учреждениях акций как форм общественного взаимодействия связано, на наш взгляд, с возможностью неформально информировать молодежь о важных социальных проблемах, формировать их ценностные ориентации и активную жизненную позицию. Студентов привлекают в этой форме работы кратковременность, конкретность задания и результата, минимальная подготовка к участию, наличие стимулирования.

Основными целями акции по пропаганде здорового образа жизни являются: привлечение внимания к существующей социальной проблеме, изучение отношения к ней студентов, их информирование, содействие формированию ценностного отношения к своему здоровью.

В результате анализа методической литературы нами были определены основные принципы организации акции:

- принцип личной и социальной ответственности;
- принцип командности предполагает сотрудничество участников при реализации общей социально и личностно значимой цели акции;
- принцип учета возрастных, индивидуальных, социокультурных особенностей целевой группы;
- принцип самореализации и креативности. Участие в социальных акциях создает условия для творческой самореализации личности, позволяет проявить способности в разных сферах деятельности;
- принцип обратной связи. Для изучения отношения целевой группы к проводимой акции могут быть использованы опросники, интервью, книги отзывов, дерево настроения и другие специальные приемы;

Гапанович-Кайдалова, Е.В. Акция как форма пропаганды здорового образа жизни среди студенческой молодежи / Е.В. Гапанович-Кайдалова // Разностороннее развитие и нравственное воспитание обучающихся в целостном образовательном процессе: материалы республиканской научно-практической конференции (Гомель, 16 окт. 2014 г.): в 2 ч. Ч. 2. / редкол.: В.П. Горленко (отв. ред.) [и др.]. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. – С. 16-20.

- принцип эмоциональной встряски (информация о содержании акции носит характер эмоциональной встряски, нового ощущения, запоминается и ассоциируется на подсознательном уровне);

- принцип долгосрочного запоминания (информация преподносится через различные формы ощущения);

- принцип новизны и неожиданности подачи идеи;

- принцип наглядности и зрелищности (например, специальная одежда участников команды акции, плакаты, музыкальное оформление, раздаточные информационные материалы, различные сценарные эффекты);

- принцип максимизации социальных ресурсов (например, привлечение общественных организаций, других учреждений, спонсоров).

Реализация указанных принципов является важным условием результативности и успешности проведения акции.

Существует целый ряд классификаций акций. Так, Е.А. Коновалова классифицировала акции в зависимости от перечня действий, выполняемых участником:

- «Соверши действие» (позвони, приди, нажми на кнопку телевизора, отправь слово по электронной почте и т.п.). Чаще всего такие акции проводятся с целью подсчета количества людей, заинтересованных в том или ином вопросе;

- «Выполни задание и сообщи о нем» (прибери двор и пришли фотоотчет и т.п.). Акции могут проводиться в рекламных целях, но могут носить и социально значимый характер – тогда, когда необходимо привлечение большого количества участников для преобразования какого-то объекта;

- «Сделай как можно больше» (звонков, текстовых сообщений, собери крышечки от сока и т.п.). Акция носит соревновательный характер, цель ее может быть рекламной, диагностической, просветительской;

- «Приди и приведи» (друга на мероприятие, участника войны в класс и т.п.). Акции проводятся с целью привлечения как можно большего количества людей к участию в каком-то действии;

- «Соверши действие и получи» (купи модные дизайнерские кроссовки – получи книгу о футбольном движении в подарок и т.п.).

Социальные акции подразделяются на:

- исследовательские: проведение опроса разных групп населения;

- рекламные: PR планируемого мероприятия, услуги нового учреждения, службы, социальной ценности (пропаганда ЗОЖ) и т.п.;

- благотворительные: сбор денежных средств, вещей, книг и т.п. для передачи их целевой группе;

- социально-педагогические, воздействующие на изменение сознания, поведения, отношения определенной категории населения к чему-либо;

Гапанович-Кайдалова, Е.В. Акция как форма пропаганды здорового образа жизни среди студенческой молодежи / Е.В. Гапанович-Кайдалова // Разностороннее развитие и нравственное воспитание обучающихся в целостном образовательном процессе: материалы республиканской научно-практической конференции (Гомель, 16 окт. 2014 г.): в 2 ч. Ч. 2. / редкол.: В.П. Горленко (отв. ред.) [и др.]. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. – С. 16-20.

- социально-профилактические, содержанием которых является предупреждение развития ситуации социальной запущенности молодежи;
- патриотические, воспитывающие любовь и уважение к Родине, ее истории: прошлому и настоящему;
- социокультурные, влияющие на уровень культуры, воспитывающие интерес к своей национальной культуре и культуре других народов, актуализирующие значимость народных праздников, традиций и обычаев;
- социально-правовые, способствующие повышению уровня правовой культуры разных групп населения;
- трудовые, способствующие преобразованию, совершенствованию социального пространства посредством социально значимой трудовой деятельности.

При разработке и подготовке акции необходимо определить, на решение какой проблемы она будет направлена, ее цель, задачи, целевую группу, место, время и форму проведения, участников команды и возможных партнеров. Кроме того, следует продумать варианты стимулирования участников по итогам акции (например, размещение материала об участнике в СМИ или на сайте в Интернете, пересылка материалов, связанных с результатом и т.п.).

Подготовка и проведение акции включает 3 этапа: подготовительный, основной и аналитический.

На первом этапе осуществляется организационная, информационная, методическая, психологическая и финансовая подготовка акции. В частности, изучается литература и формулируется проблема, определяются цели и задачи акции, формируется и обучается приемам взаимодействия с целевой аудиторией команда, выбирается форма проведения акции, разрабатывается ее сценарий, распределяются обязанности и зоны ответственности между участниками, привлекаются партнеры, разрабатываются и тиражируются информационные материалы, атрибутика, закупаются необходимые реквизиты, материалы. Например, нами совместно с отделом воспитательной работы была организована общеуниверситетская акция «Жизнь без сигареты», целью которой была пропаганда здорового образа жизни среди студенческой молодежи и сотрудников. Команда участников акции состояла из слушателей ИПК и ПК специальности «Социальная педагогика» заочной формы обучения. Ими была проанализирована психолого-педагогическая литература по проблеме табакокурения, подготовлены раздаточные информационные материалы и плакаты.

Основной этап предполагает собственно реализацию сценария акции. В зависимости от цели акции определяется ее продолжительность и количество мероприятий. В программу акции могут входить: праздники, презентации, экскурсии, шествия, встречи с известными людьми, дискуссии, конкурсы, фотоконкурсы, викторины, опросы, игры, спектакли, выставки и т.д. В рамках проводимой нами

Гапанович-Кайдалова, Е.В. Акция как форма пропаганды здорового образа жизни среди студенческой молодежи / Е.В. Гапанович-Кайдалова // Разностороннее развитие и нравственное воспитание обучающихся в целостном образовательном процессе: материалы республиканской научно-практической конференции (Гомель, 16 окт. 2014 г.): в 2 ч. Ч. 2. / редкол.: В.П. Горленко (отв. ред.) [и др.]. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2014. – С. 16-20.

акции была организована выставка плакатов в фойе главного корпуса университета, презентация информационных материалов и опрос студентов.

На аналитическом этапе подводятся итоги акции, определяются ее дальнейшие перспективы. По итогам акции «Жизнь без сигареты» проводилось обсуждение в группе деятельности команды на всех этапах акции, затем слушатели представили отчет, где описали ход мероприятия в целом, наиболее удачные моменты и недостатки, определили общую эффективность мероприятия, проанализировали отзывы студентов. Был сделан вывод, что содержание и форма проведения акции соответствовала ее целям и задачам, целесообразно проводить подобные мероприятия ежегодно, обновляя содержание информационных материалов, возможно в качестве партнеров привлекать учреждения среднего образования, обеспечивая преемственность и усиливая воспитательный эффект.

Таким образом, акция позволяет привлечь внимание к проблеме ЗОЖ большой целевой аудитории через получение актуальной информации, способствует формированию сознательного выбора здорового образа жизни, активной позиции, приобретению умений и навыков осуществления пропаганды здорового образа жизни, как у членов команды организаторов, так и у студентов-участников.