

МНОГОПРОФИЛЬНАЯ **А**КАДЕМИЯ **С**ОЦИАЛЬНОГО **У**СПЕХА

ДНЕВНИК ДОБРОВОЛЬЦА

Рецензент:

Н.Н. Ершова, директор ЧУДОРСП «Центр социально-психологической помощи», кандидат психологических наук, доцент кафедры практической психологии ВятГГУ.

«Дневник добровольца»

Многопрофильная академия социального успеха

Авторы-составители: Блинов А.Н., Бородатая М.Н., Ермолина М.В., Калинина Е.С., Лопатина Д.А., Лыскова В.И., Новикова Н.Ю., Рязанцева С.В., Сметанина Е.С., Соловьев Р.И., Фирюлин А.П.

Компьютерная верстка: Блинов А.Н.



«Дневник добровольца» издается при поддержке фонда президентских грантов

ОГЛАВЛЕНИЕ

КОМОДОРСАДМ «Перспектива»

4

Что такое #МАСУ

5

Полезные контакты #МАСУ

6

Академия добровольческой деятельности

8

Академия информационной культуры

18

Академия социального проектирования

24

Академия здорового образа жизни

25

Академия профилактических технологий

27

Академия профориентации

37

КОМОДОРСАДМ «ПЕРСПЕКТИВА»

КОМОДОРСАДМ «Перспектива» ведёт свою деятельность на протяжении 15-ти лет. Мы объединяем в своих рядах более 300 волонтеров. Волонтер (доброволец) – это тот, кто добровольно занимается общественно-полезной деятельностью.

Деятельность КОМОДОРСАДМ (или как мы ласково её называем Волонтерский космодром) «Перспектива» и её участников направлена на развитие инициативы, социальной активности детей и молодёжи.

Волонтерами, совместно со специалистами ЦСПП (Центра социально-психологической помощи), разработано более 20 игр, направленных на профилактику негативных явлений.

Ежегодно добровольцами проводится более 50 мероприятий в учебных заведениях города Кирова и области, свыше 15 уличных акций и ряд обучающих семинаров для молодёжи.

ЦЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ



ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Профилактика негативных явлений:

- развитие технологии «Социальный спектакль»;
- реализация международного проекта «Танцуй ради жизни»;
- разработка и проведение профилактических игр.

Пропаганда здорового образа жизни:

- марафон «#ЗОЖChallenge».

Развитие добровольчества:

- региональный ресурсный центр по развитию добровольчества;
- летняя лагерная смена «Многопрофильная академия социального успеха»;
- областной фестиваль-конкурс «Технологии добра на Вятке»;
- направление «Гражданская активность» в Кировском отделении Российского движения школьников.



Все в Твоих руках!

КОМОДОРСАДМ «Перспектива»

КОНТАКТЫ

г. Киров, ул. К. Маркса, д. 47
+7 (8332) 65-04-55
cspp43@yandex.ru

vk.com/cspp_perspektiva
instagram.com/kooo_perspektiva
добровольцыроссии.рф/organizations/63/info

ХЭШТЕГИ

#волонтерыперспективы
#волонтерывятки
#зожchallenge
#масу
#масу2018

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ



Блинов Алексей Николаевич
vk.com/fedor_cool
+79536770244

ЧТО ТАКОЕ #МАСУ



МНОГОПРОФИЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНОГО УСПЕХА

#МАСУ - это

уникальное место
подготовки
добровольцев

возможность приобрести
новые знания, умения,
новых друзей

форма сочетания
отдыха и интересной,
познавательной
работы

способ развития
полезных навыков и
компетенций

место, где тебя любят,
уважают и радуются
твоим успехам

обретение нового
социального опыта,
расширение
социальных связей

старт интересных,
социально-значимых
дел, проектов, идей

#МАСУ - это целая Вселенная



ПЛАНЕТА
ДОБРОВОЛЬЦЕВ



ПЛАНЕТА
СОЦТЕХНОЛОГИЙ



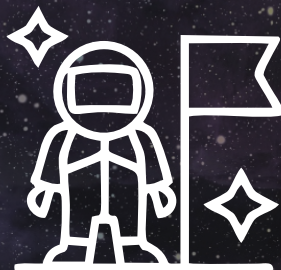
ПЛАНЕТА
КОМПЕТЕНЦИЙ



ПЛАНЕТА
ПРОЕКТИРОВАНИЯ



ПЛАНЕТА
#СОЦСПЕКТАКЛЬ



Оказывается, рядом существует Вселенная МАСУ. В этой Вселенной существует жизнь, чем-то похожая на нашу. Центр Вселенной МАСУ – это Древо жизни, которое поддерживает равновесие, порядок и спокойствие в нашем мире. Древо жизни состоит из 3-х источников: энергии света, энергии саморазвития и энергии самореализации.

На время лагеря вы становитесь жителями Вселенной МАСУ. Каждый отряд – это корабль исследователей. На каждом корабле есть свои проводники – вожатые. Во главе всей Вселенной МАСУ стоит Верховный совет со своим Председателем.

До сегодняшнего дня во Вселенной царил мир и покой, все прекрасно жили здесь.

Источники энергии Древа жизни потухли и перестали работать. Настало время апокалипсисов, войн и раздоров. Мир начинает разрушаться. Есть только один способ спасти нашу Вселенную – это вновь наполнить энергией Древо жизни.

Однако, есть одна проблема: на это у вас есть 15 дней. По истечению этого времени Древо жизни нельзя будет восстановить и тогда наш мир погрузится в вечный мрак.

Хорошо, что во Вселенной МАСУ есть хранители, которые знают, как можно наполнить энергией три компонента Древа жизни.

К тому же, проводники кораблей всегда вам помогут и поддержат.

ОРГАНИЗАТОРЫ #МАСУ

**Блинов Алексей Николаевич**

Руководитель регионального
ресурсного центра по развитию
добровольчества

vk.com/fedor_cool
instagram.com/fedor.worldhappy

**Ершова Нина Николаевна**

Директор ЧУДОРСП «Центр социально-
психологической помощи»

cspp43.ru
ershovacentre@ya.ru

**Бородатая Марина Николаевна**

Зам. директора ЧУДОРСП «Центр
социально-психологической помощи»

vk.com/id311838518
m.borodatay@gmail.com

**Долгов Сергей Сергеевич**

Продюсер, предприниматель,
преподаватель Высшей Школы
Экономики

vk.com/branding
instagram.com/soulskeeper

**Кузнецов Игорь Игоревич**

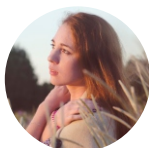
Режиссер, драматург, актер
г. Самара

vk.com/iikuznetsov
instagram.com/tak_i_i_nado

**Соловьёв Роман Игоревич**

Директор школы «Вверх»
Руководитель профориентационного
проекта «Завтра - это Ты»

vk.com/romankosia
instagram.com/romankosia

**Калинина Екатерина Сергеевна**

Игротехник школы «Вверх»
Волонтер КОМОДОРСАДМ
«Перспектива»

vk.com/kalina_ket
instagram.com/ketsvinusha

**Смирнова Мария Игоревна**

Методист летней лагерной смены
«Многопрофильная академия
социального успеха»

vk.com/marusyasmi
instagram.com/shuunechka

**Ермолина Мария Владимировна**

Руководитель проекта «Танцуй ради
жизни» в Кировской области

vk.com/mashaermol
instagram.com/sungtaerim

**Старкин Евгений Николаевич**

Руководитель мастер-класса
«Каллиграфия»

vk.com/lopaz
instagram.com/tamktotem

**Кощеев Павел Андреевич**

Фотограф летней лагерной смены
«Многопрофильная академия
социального успеха»

vk.com/thepowerofthedarkside
instagram.com/thepowerofthedarkside

**Юфеев Сергей Владимирович**

Директор ООО «Отлично»,
документальный фотограф

vk.com/sergey_5
instagram.com/sergeyuferev

**Шураков Сергей Александрович**

Идейный вдохновитель творческого
объединения «BreakFastClub»

vk.com/s_shu
instagram.com/mr_grayker

**Кетов Михаил Ильич**

Аэросъемка, мирмекология,
фотография, панорамы, комиксы

vk.com/mi_ket
instagram.com/mi.ketov

ПАРТНЕРЫ #МАСУ



Частное учреждение
дополнительного образования и
реализации социальных
проектов «Центр социально-
психологической помощи»

csp43.ru
vk.com/csp43



Кировское отделение
всероссийского общественного
движения
«Волонтеры-медики»

vk.com/volmedic_kirov
[волонтеры-медики.рф](http://volontery-mediки.рф)



Кировское отделение
всероссийского общественного
движения «Волонтеры Победы»

[волонтерыпобеды.рф](http://volonterypobedy.rф)
vk.com/kirov_v_zapobedu



Кировское областное
государственное автономное
учреждение «Областной дворец
молодежи»

vk.com/dvorets_kirov



Региональный ресурсный центр
по развитию добровольчества в
Кировской области

dobrovyatka.ru
vk.com/dobrovyatka



Школа «Вверх»

8 (8332) 79-10-43
shkola-vverkh.rф
vk.com/schoolLup
instagram.com/schoolLup



Региональная общественная
организация
родителей детей-инвалидов
«Дорогою добра»
Кировской области

rordi.ru
vk.com/dorogoyu_dobra



Кировское региональное
отделение ООГДЮО «Российское
движение школьников»

vk.com/rms.kirov
[рдш.рф](http://rdsh.rф)



Кировское региональное
отделение МООО «Российские
Студенческие Отряды»

rsokirov.ru
vk.com/club24447840



АКАДЕМИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КТО ТАКОЙ ДОБРОВОЛЕЦ И ЧТО ТАКОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ?

Доброволец — это человек, участвующий в общественно полезной деятельности безвозмездно и на основе осознанного свободного выбора.

Добровольцем может быть человек любой национальности, социального положения, профессии, возраста. Российских добровольцев объединяет активная жизненная позиция, желание оказывать помощь тем, кто в ней нуждается, стремление приносить пользу людям и своей стране.

Добровольческие или волонтерские организации представляют собой свободные союзы людей, объединенных каким-либо специальным интересом, отраженным в программе организации. Такие программы, как правило, содержат предоставление специальной помощи и услуг.

КТО МОЖЕТ СТАТЬ ДОБРОВОЛЬЦЕМ (ВОЛОНТЕРОМ)?

Любой желающий ребенок или взрослый, разделяющий цели и задачи общественной организации, социальных программ и содействующий их реализации.

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ (ВОЛОНТЕРСКАЯ) ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

— форма социального служения, осуществляемая по свободному волеизъявлению граждан, направленная на бескорыстное оказание социально значимых услуг на местном, национальном или международном уровнях, способствующая личностному росту и развитию выполняющих эту деятельность граждан (добровольцев).

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВКЛЮЧАЕТ:

- помощь пожилым людям, беспризорным детям, молодёжи и студентам, бездомным, людям с ограниченными возможностями (инвалиды), мигрантам, беженцам, бывшим заключённым и другим;

- помощь животным, добровольная помощь зоопаркам и заповедникам;

- просветительские беседы, направленные на профилактику наркомании, ЗППП, СПИДа, подростковой преступности;

- благотворительные концерты и театральные выступления;

- спортивное добровольчество;

- экологические марши, уборка мусора и загрязнений, посадку цветов, газонов, кустов и деревьев в парках, благоустройство и обустройство дворов, участков, городских улиц;

- противопожарную пропаганду, участие волонтеров в обнаружении и тушении пожаров на ценных природных территориях;

- пропаганду здорового образа жизни;

- интернет-добровольчество — бесплатные сайты и форумы;

- пропаганду добровольческой деятельности, вовлечение населения в добровольчество.

КАК ВСЁ НАЧИНАЛОСЬ?

Добровольчество как идея социального служения почти столь же древняя как и понятие "социум". В обществе всегда находились люди, для которых способом самореализации, самосовершенствования, связи и общения с другими людьми был труд на благо того сообщества, в котором этому человеку довелось родиться и жить.

Однако только в XX веке в Европе добровольчество стало приобретать всеобщее

распространение. После Первой Мировой Войны, в 1920 во Франции был осуществлен первый волонтерский проект с участием немецкой и французской молодежи, в рамках которого добровольцы восстанавливали разрушенные 1-й Мировой Войной фермы в районе мест наиболее ожесточенных боев между немецкими и французскими войсками.

С тех пор волонтерство успело набрать размах и

популярность всемирного масштаба. В добровольчестве определились разнообразные формы, виды, продолжительность деятельности.

Вовлеченность в добровольчество не имеет

религиозных, расовых, возрастных, гендерных и политических границ. В многочисленные сети добровольческих организаций вступают свыше сотни миллионов людей ежегодно.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1) безвозмездность, добровольность, равноправие и законность деятельности добровольцев (волонтеров);

2) свобода в определении целей, форм, видов и методов в выборе добровольческой (волонтерской) деятельности;

3) гласность и общедоступность информации о добровольческой (волонтерской) деятельности;

4) гуманность, соблюдение прав и свобод человека при осуществлении добровольческой (волонтерской) деятельности;

5) равенство всех независимо от пола, вероисповедания, национальности, языка, социального статуса, возраста в праве на осуществление добровольческой (волонтерской) деятельности;

6) солидарность, добросовестность и сотрудничество участников добровольческой (волонтерской) деятельности;

7) безопасность для своей жизни и жизни окружающих.

ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО - ЭТО ТРЕНД

Россия



Имеют опыт добровольческой деятельности:

2013 год — 3% россиян*

*Фонд «Общественное мнение», 2013 год

2015 год — 7% россиян*

*Фонд «Общественное мнение», 2015 год

2017 год — 36% россиян*

*НИУ ВШЭ, 2017 год

Мир



**19%
населения
Франции**



**34%
населения
Германии**



**26%
населения
Японии**



**33%
населения
Ирландии**

Потенциал роста

Более 50% заявляют о готовности участвовать в волонтерском движении*

*НИУ ВШЭ, 2017 год

ЗАЧЕМ ЛЮДИ ЗАНИМАЮТСЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВОМ?

4 стимула:

- Расширение социальных контактов
- Карьера
- Альтруистические мотивы
- Самопомощь и саморазвитие

*Мгновенный результат,
который можно понять.*

*Чем больше отдаем, тем
больше получаем*

Мотивация участия:

- 48% — досуг и новый опыт, желание проводить интересно время
- 47% — профессиональное развитие и карьера

Наличие поощрений:

- 91% продолжают заниматься добровольчеством без поощрений
- 66% стали бы это делать чаще*

*исследование ВЦИОМ 2017 год

90% работодателей считают, что выпускники не соответствуют ожиданиям рынка**

**исследование Kelly Services и HH

Волонтерство формирует:

Солидарность общества

- 77% россиян руководствуются интересами
- 17% — личными стремлениями

Доверие друг к другу

- Системный кризис доверия
- «Атмосфера общих дел»*
- 58% россиян готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают
- *Фонд «Общественное мнение» 2013 год

Нравянодушие

Ответственность

- 17% россиян могут повлиять на происходящее в стране
- 36% готовы брать ответственность за нее

Лояльность и снижение напряженности

КАК РАЗВИВАЕТСЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО?

«Воля и великодушие граждан, которые участвуют в таких проектах, формируют столь необходимую России атмосферу общих дел, создают колоссальный социальный потенциал, и он должен быть обязательно востребован. **Необходимо снять все барьеры для развития волонтерства,** оказать всестороннюю помощь и СО НКО»

Президент России Владимир Путин в Послании ФС РФ 5 декабря 2016 года

- 💡 Концепция развития добровольчества в РФ до 2025 года
- ✓ План мероприятий по развитию волонтерского движения в РФ

- Совершенствование законодательства и налогообложения
- Разработка регламентов взаимодействия органов власти и волонтерских организаций
- Лучшие практики в каждой отрасли методрекомендации для ОИВ
- Обучающие программы для организаторов и госсектора
- Вовлечение обучающихся
- Вовлечение граждан старшего возраста
- Вовлечение инвалидов
- Единый календарный план мероприятий
- Меры нематериального поощрения
- Информационная поддержка
- Сокращение дистанции между властью и волонтерским движением

★ Стандарт поддержки волонтерства в субъектах РФ



9 шагов

1. Принятие регламента взаимодействия
2. Ответственный в Правительстве
3. Создание Совета
4. Открытие ресурсных центров
5. Гранты и субсидии
6. Информационная поддержка
7. Подготовка добровольцев и должностных лиц
8. Меры поощрения
9. Оценка внедрения Стандарта

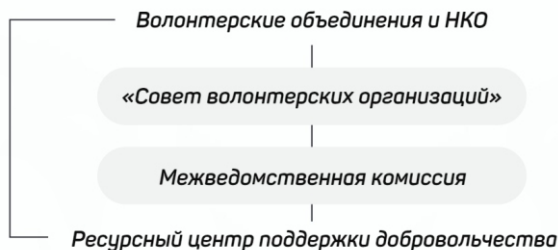
Законодательное регулирование

- Унификация понятий «доброволец» и «волонтер»
- Организатор волонтерской деятельности
- Права и ответственность
- Наделение полномочиями ФОИВы

Правительственная комиссия по развитию добровольчества

Расширение полномочий органов власти в области поддержки волонтерства

Ответственность на уровне вице-губернаторов



САЙТ «ДОБРОВОЛЬЦЫРОССИИ.РФ»



Удобный сервис для неравнодушных людей

- Объединение волонтеров
- Участие в 2 клика
- Предложения по интересам
- Баланс спроса и возможностей
- Новостной портал и блоги
- Обучение: лучшие практики и онлайн-курсы
- Фиксация достижений в портфолио
- Конкурсы проектов
- Поиск партнеров
- Аналитика и статистика
- Региональные разделы
- КСО-программы

Добровольцы России

добровольцыроссии.рф

- 15 000+ добровольцев
- 800+ организаций
- 400+ мероприятий

Конкурс «Доброволец России» — успеи подать заявку!

ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС

«ДОБРОВОЛЕЦ РОССИИ»

2017

Регистрация до 15 октября!

Вручение ежегодной премии на
Всероссийском форуме добровольцев
5 декабря в Москве

АКАДЕМИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА В НКО

1. Принцип по отношению к окружающему миру - управляет системой наиболее активный элемент.

Никто не создаст идеальных условий. Условия будут только усложняться. Либо мы профессионалы и добровольно беремся решать проблему и мы это делаем, а значит управляем ситуацией. Либо ситуация управляет нами.

2. Принцип - мы сами создаем информацию о нас.

В противном случае информация будет создана о нас без нас, за нас и мы не сможем на нее влиять. Это может негативно повлиять на доверие к нам и может подорвать всю нашу работу на корню. Необходимо постоянно и четко распространять информацию о нас, о нашей деятельности, дабы общество понимало что, как и для кого делается.

3. Любый обыватель должен легко понять зачем мы существуем, откуда взялись, какие и почему мы проблемы решаем.

Для этого необходимо создавать собственные информационные потоки, которые обычный обыватель будет способен легко найти и понять.

4. Ориентир должен быть на людей, а не заработок организации.

Мы должны информировать и искать соратников, а не быть в постоянных поисках гранта или инвесторов. Если Ваша работа будет интересной и действительно нужной, инвесторы найдутся сами.

5. Принцип самостоятельности - нам никто ничего не должен.

Так как мы сами решили этим заниматься. Ни СМИ, ни бизнес, ни государство не должны нам помогать. Необходимо рассматривать себя как помощника - посмотреть, чем мы можем помочь СМИ, бизнесу и государство и уже от этого отталкиваться.

ЗАЧЕМ НКО БЫТЬ В СЕТИ?

Лишь малая часть НКО дает ответы на вопросы: «Кто? Что? Где? Зачем?» и выкладывает в общий доступ. Важный момент - простой обыватель должен понимать и иметь возможность найти информацию об общественной организации.

Присутствие в сети - формирование доверия.
- информирования (миссия, цели, как она управляется, кто за ней стоит, кто в правлении, что это

за люди и почему им можно доверять);
- формирование доверительного отношения к организации за счет публикации информации о ее деятельности в социальных сетях, обратная связь по текущей работе;
- открытые предложения для участия в деятельности.

ЭТАПЫ РАБОТЫ СО СМИ

1 ЭТАП - ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ

Цель этапа:

привлечь внимание и вовлечь СМИ в мероприятие.

Основные мероприятия этапа:

- написание информационной базы по мероприятию - необходимый костяк от которого в дальнейшем будет удобно отталкиваться, т.к. объяснять придется много кому и много раз.

Также этот материал пригодится при написании пресс-релизов, создании основного информационного потока.

- создать свой информационный поток - сайт/лендинг/группу ВК/встречу ВК. Здесь необходимо организовать 100% обратную связь и подготовить раздел - «Самые распространенные вопросы» для того, чтобы в дальнейшем не отвечать на них сотню раз. Также данный момент эффективно сработает на всех 3 моментах создания доверительного отношения - информирования, отношения и вовлечения в деятельность. Периодически стоит напоминать основной

информационной повод, получать пассивную (участие в опросах, лайки) и активную обратную связь (комментарии, репосты). Продумать собственные хештеги - желательно, чтобы они были одинаковыми в соц. сетях.

- составить список СМИ, подходящих для сотрудничества. Прощупать почву и работать со СМИ, целевая аудитория которых совпадает с Вашей.

Продумать формы работы со анонсов, размещение полноценных материалов - интервью, методический, исторический, материал по теме).

- подготовить пресс-релизы для СМИ.

Неправильно поданный хороший информационный повод может разрушить ваше сотрудничество. Для каждого СМИ необходимо обдумывать свой подход и подбирать стороны мероприятия, действительно интересные конкретному СМИ.

- начать работу со СМИ, составить

последовательный план взаимодействия со СМИ для того, чтобы информация не смешивалась и можно было ее последовательно использовать в собственном информационном потоке. Здесь полезно использовать разные форматы, продуманные ранее. Необходимо объявлять в собственном информационном потоке о сотрудничестве нового информационного партнера, размещать их материалы, но не забывать про размещение собственных материалов.

- определить, кто будет главным официальным партнером - это один из козырей, который можно предлагать СМИ и создать отдельный блок, где это будет написано.

- согласовать работу СМИ на мероприятии - время, место и что конкретно потребуется СМИ(картинка, время для работы СМИ с vip-лицом);

2 ЭТАП - МЕРОПРИЯТИЕ

Цель этапа:

создать комфортные условия для работы СМИ на мероприятии.

Основные мероприятия этапа:

- создать условия для работы СМИ - картинка, время работы с vip-лицом;
- предоставить краткую информацию о мероприятии, пресс-релиз, факт-лист, лист с фамилиями и должностями.

3 ЭТАП - ПОСТ-РАБОТА

Цель этапа:

создать условия для дальнейшего сотрудничества со СМИ.

Основные мероприятия этапа:

- проверить все размещенные в СМИ материалы о мероприятии;
- благодарственный материал в Вашем информационном потоке об участии СМИ в мероприятии;
- благодарственный материал за помощь просто участников и тех, кто активно и пассивно помогал в раскрутке мероприятия;
- работа с комментариями.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Социальная реклама - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума.

Цель такого типа рекламы – «изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – создать новые социальные ценности».

В Российской Федерации регулируется ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ. В социальной

рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах.

Социальная реклама использует тот же набор средств, что и коммерческая: телевизионные ролики, печатная, уличная, транспортная реклама и т.д. Основное отличие социальной рекламы от коммерческой заключается в цели. В то время как коммерческие рекламодатели стимулируют

благожелательное отношение к тому или иному товару или рост его продаж, цель социальной

рекламы заключается в привлечении внимания к общественному явлению.

Необходимо четко разделять два вида социальной рекламы: реклама ценностей и информационная реклама, продвигающая социальные программы, услуги, организации.

Эффективность социальной рекламы следует измерять по таким показателям, как узнаваемость обществом того или иного социального феномена и изменение общественной позиции по отношению к нему, формирование устойчивого общественного мнения. При этом следует учитывать одну важную вещь: в отличие от рекламы коммерческой, социальная часто не приносит быстрых результатов в виде прибыли, материальных и моральных дивидендов. Ее эффективность может проявиться и через несколько лет, и через целое поколение.

Критерии эффективности социальной рекламы

- соответствие работы действующему законодательству;

- понятность работы - понятно, какое сообщение в рекламе передается, для чего создана работа и к каким действиям она призывает жителей города/региона (изменению поведения, мнения, формированию нового видения, желанию проявить активность и т.д.);

- мотивирующая сила работы - насколько работа мотивирует к действиям - способствует тому, чтобы люди хотели ответить на заявленный в ней призыв – сделать что-то, изменить поведение, мнение, задуматься, осознать, принять участие в акции и т.д.;

- соответствие сообщения целевой аудитории - насколько язык и стиль рекламы или акции соответствуют той аудитории, к которой адресовано рекламное сообщение или на которую направлена активность;

- креативность идеи проекта - яркость, необычность идеи, которая лежит в основе работы, нетривиальность решения;

- качество воплощения идеи - дизайн, качество изображения и звука и т.д., экономичность ее реализации.

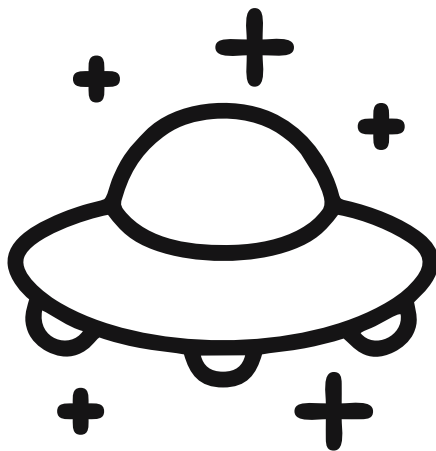
Полезные ссылки

- www.1soc.ru - методическая помощь в организации работы по развитию социальной рекламы в регионах;

- www.socrekлама.ru - подборка из самых актуальных вопросов, которые связаны с теоретическими и практическими вопросами создания социальной рекламы;

- www.adme.ru - сайт о творчестве;

- www.atprint.ru - банк социальных, социально-маркетинговых и информационных материалов, макетов, роликов для использования СМИ и некоммерческими организациями.



АКАДЕМИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ И СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Социальное проектирование – это:

- конструирование индивидом, группой или организацией действия, направленного на достижение социально-значимой цели и локализованного по месту, времени и ресурсам;

- деятельность, направленная на разработку и реализацию проектов, имеющих социальную значимость;

- индивидуальная или коллективная деятельность, тщательно построенная и спланированная для достижения поставленной цели.

Проект - это ограниченное во времени предприятие (мероприятие), направленное на создание уникальных продуктов и услуг или получение принципиально новых результатов.

Проект может существовать в двух формах
Как составная часть программы, представляющая собой форму конкретизации и содержательного наполнения приоритетных направлений развития социокультурной жизни территории.

Как самостоятельный вариант решения локальной проблемы, адресованный конкретной аудитории.

Несмотря на разнообразие и многоплановость, все проекты имеют общие характеристики:

- разовость – все проекты представляют собой разовое явление, они приходят и уходят, появляются и исчезают, оставляя после себя конкретные результаты, существенно отличаясь от повседневных обязанностей и деятельности;

- уникальность – нет двух одинаковых проектов.

Каждый проект, независимо от его результатов, в своей основе имеет неповторимое, характерное только для него;

- инновационность – в процессе реализации проекта всегда создается нечто новое, изменения могут быть большими и маленькими;

- результативность – все проекты имеют вполне определенные результаты. Все проекты нацелены на получение определенных результатов, иными словами, направлены на достижение целей;

- временная локализация – все проекты

ограничены четкими временными рамками; проект – это создание чего-либо к установленному сроку, имеет планируемую дату завершения, после которого команда проекта распускается.

Эти характеристики взаимосвязанные и задают три измерения – критерии, по которым можно оценить любой проект: сроки – затраты – результат.

Социальный проект – это информационное, финансово-экономическое, организационно-нормативное обоснование системы мер, направленных на решение той или иной социальной проблемы.

По мнению профессора В.И. Курбатова потребность в социальном проектировании возникает при совпадении трех условий:

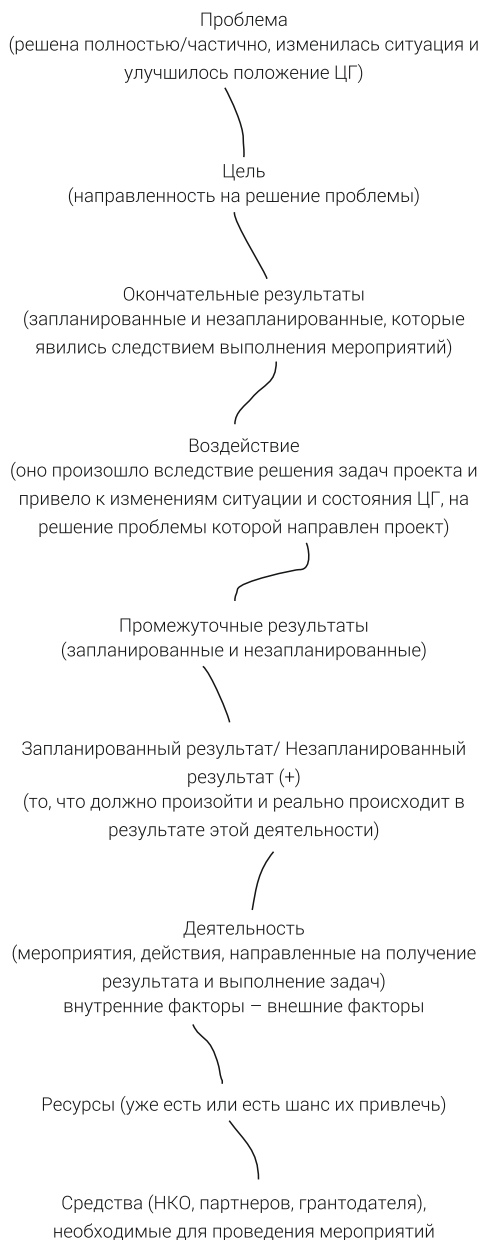
- 1) наличие сложной проблемы;
- 2) необходимость предварительного моделирования способов ее решения;
- 3) наличие в распоряжении частичных ресурсов (средств) для решения социальной проблемы.

В.Н. Якимец выделяет следующие его элементы:

- * объект (что проект создает, изменяет, формирует?);
- * субъект проектирования (кто разрабатывает, реализует, осуществляет управление проектом?);
- * процесс конструирования (какие этапы выделяются, какова их последовательность?);
- * ресурсы и средства (с помощью чего реализуется проект?);
- * социальные технологии (какие технологии используются при реализации содержания проекта?);
- * методы социального проектирования (с помощью каких методов, способов, приемов разрабатывается, реализуется проект, осуществляется деятельность по управлению проектом?);
- * условия проектирования (в какой среде, при каких обстоятельствах реализуется проект?);
- * механизмы социального проектирования (основные виды и формы деятельности, осуществляемые в рамках проекта?).

ПРОЕКТ ОСНОВЫВАЕТСЯ НА ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННОЙ СВЯЗИ: ЕСЛИ СДЕЛАТЬ ЭТО, ТО ПРОИЗОЙДЕТ ТО-ТО И ПРИВЕДЕТ К РЕЗУЛЬТАТУ.

Схема причинно-следственных отношений в проекте



Таким образом, проектная деятельность – предвосхищенная деятельность, направленная на достижение цели через осуществление изменений в условиях ограниченного времени. Существующая ситуация - отличается от желаемой (необходимой). Нужна деятельность, которая обеспечит изменение данной ситуации.

Предпроектный анализ. Рождение замысла проекта.

На этапе разработки проекта необходимо провести предпроектный анализ. Он включает исследование следующих вопросов.

1. Какие актуальные проблемы, требующие решения, есть в окружающем социуме? Что говорит о том, что выявленные проблемы являются актуальными? Какие факты (ситуации) Вы можете привести в качестве аргумента актуальности выявленных проблем?
2. Какие организации занимаются решением выявленных проблем? Какой организационно-правовой формы эти организации? Каковы функции и задачи этих организаций?
3. Какие есть достижения или неудачи в разрешении этих проблем?
4. Потребности каких целевых групп нарушают существующие проблемы?
5. Действие каких факторов оказывает влияние на выявленные вами проблемы? На какие факторы вы можете воздействовать, минимизировать их влияние, нейтрализовать?
6. Какое нормативно - правовое поле есть в государстве, вашем регионе, муниципальном образовании для решения выявленных проблем?

Полученные ответы на указанные вопросы позволяют сформировать понимание контекста выявленных проблем, возможных механизмов воздействия на них. Ответы на вопросы определит возможный круг ваших партнеров, направленность деятельности, фокус проекта.

Предпроектный анализ - шаг к обоснованию актуальности и значимости проблемы, решаемой в проекте.

Как правильно сформулировать цель проекта?

Целями проекта являются:

- продукт, который следует произвести;

- услуга, которую следует оказать;
- результат, которого следует достичь.

Цель проекта – разрешить указанную проблему, она должна быть достижима в принципе, а так же в обозначенные сроки и при тех затратах, которые указаны в бюджете. Цель проекта – это получение ожидаемых изменений ситуации в обществе в результате выполнения проекта.

При формулировке цели опирайтесь на стандарт постановки целей, который задает требования к эффективно сформулированной цели, т.е. на SMART-анализ.

S – Specific (специфичность – уникальность).

Цель нужно описать простыми словами, чтобы была понятна уникальность проекта. Необходима конкретика, чтобы можно было сравнить результат проекта с целью

M – Measurable (измеримость). Цель должна быть измерима количественно. Необходимо в цели задать основополагающие параметры запланированного результата, чтобы в ходе реализации проекта можно было контролировать процесс достижения результата.

A – Appropriate (уместность). Цель должна быть уместной, актуальной в данное время и соответствовать стратегическим задачам и перспективам организации.

R – Realistic (реалистичность). Реалистичность цели означает реальную возможность достижения цели с ресурсами, имеющимися в организации и техническим прогрессом. Например, торговать фейерверками на солнце не реалистично.

T – Time bound (ограниченность во времени). В цели указываются временные рамки проекта, то есть дата начала и окончания проекта.

Что такое задачи проекта?

Задачи – конкретные и поддающиеся измерению возможные изменения ситуации, которую Вы описывали в разделе «Описание проблемы». Эти изменения (улучшения) произойдут в результате осуществления Вашего проекта. Из правильно поставленных задач достаточно легко сформулировать результаты, подтверждающие достижение цели.

Задачи должны быть логически и эмпирически направлены на достижение этой цели. Что еще более важно, задачи должны быть напрямую связаны с эффективным осуществлением деятельности по проекту.

Раздел по задачам в заявке является первым этапом (уровнем), на котором эксперт уже ожидает увидеть определенную степень точности, ясности и измеримости. Если формулировка задач нечеткая, выражена общими словами, построена недостаточно логично, и вообще выполнение задачи не может быть никоим образом оценено, эксперт может принять решение вернуть заявку без дальнейшего анализа.

Последовательность задач:

- Выявление и анализ ресурса;
- Создание продукта (услуги);
- Продвижение продукта (услуги);
- Приращение, прибавление стоимости ресурса;
- Накопление, выявление новых ресурсов.

Календарный план реализации проекта

Основная цель планирования заключается в разработке плана проекта.

С учетом уточненных целей определяется объем и виды предстоящих работ – тех видов деятельности, которые необходимы для достижения конкретных результатов (конечных продуктов нижнего уровня).

На всех стадиях проектирования производится многократное уточнение планов путем перехода от более укрупненного описания предстоящих работ к более детальному. Затем производится оценка длительности планируемых работ и составляется календарный план-график, содержащий сведения о работах, последовательности и времени их выполнения.

Ожидаемые результаты

в этом разделе должна содержаться конкретная информация (с указанием количественных и качественных показателей) о результатах проекта.

Данный раздел содержит подразделы:

количественные показатели - описываются все количественные результаты проекта (количество участников семинара, количество выпущенных методических пособий и т.д.).

качественные показатели – те качественные позитивные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта (например, уровень знаний участников проекта).

Так, с помощью ожидаемых результатов можно проверить достижимость и правильность постановки любой цели.

Партнеры проекта

Организации, имеющие опыт и заинтересованные в решении проблемы. Партнерство в проекте можно представить так:

Участники проекта	Ожидания	Функции и решаемые задачи в проекте	Формы взаимодействия
Партнер 1 (название)			
Партнер 2 (название)			
Партнер 3 (название)			

Ресурсное обеспечение проекта.

Любые ресурсы в современном мире ограничены. Сама технология проектирования была вызвана к жизни жесткой ограниченностью всех видов ресурсов и необходимостью их всемерной экономии. Основная

задача ресурсного планирования сводится к оптимальному использованию всех видов ресурсов для достижения цели с максимальной эффективностью

Тип ресурса	Комментарии
Интеллектуальные	Необходимый уровень знаний основных субъектов проектной деятельности
Материальные	Наличие помещения, оборудования, технические средств, канцелярских принадлежностей и т.п.
Финансовые	Совокупность собственных и привлеченных средств
Профессиональные	Профессионально-квалификационный уровень проектной команды
Правовые	Наличие нормативно-правовых документов, обеспечивающих реализацию проекта (лицензии, сертификаты, регламенты, государственная регистрация и .т.п.)
Организационные	Необходимые и соответствующие организационные единицы
Управленческие	Наличие команды менеджеров, способных реализовывать проект
Нравственно-волевые	Инновационная готовность персонала
Информационные	Наличие системы поиска регулярной информации, базы данных и т.д.
Технологические	Необходимые для реализации проекта производственные, кадровые, маркетинговые и социальные технологии
Иные	

Бюджет.

Раздел содержит список всех ресурсов, необходимых для проведения планируемых мероприятий, отвечает на следующие вопросы: сколько денег потребуется для осуществления

проекта, из каких источников они будут получены, на что они будут потрачены, обосновать, почему? Бюджет должен быть реалистичным, прозрачным, обоснованным.

Мероприятия проекта	Требуемое количество (шт)	Имеется	Требуется	Итого
Обучающий семинар для подростков	25 блокнотов X 25 человек x 35 руб. = 875	-	875 руб.	875 руб.
Разработка и распространение буклетов	250 экз. x 45 = 11250	4570	6680	11 250 руб.

Примерный перечень статей расходов и требующихся ресурсов можно изложить следующим образом:

Люди: штатные работники + эксперты + консультанты + контракты с другими организациями.

Оплата труда: зарплата + стоимость контрактных услуг + налоги.

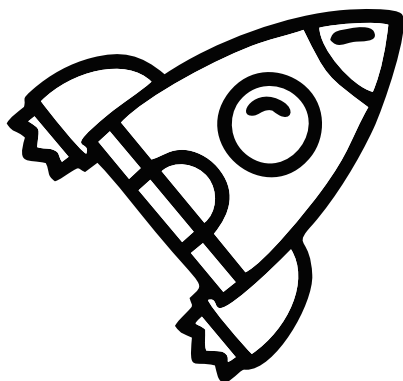
Помещение: оплата аренды + коммунальные платежи.

Командировочные и транспортные расходы: цена билетов на поезд, автобус + суточные + цена проживания в гостиницах.

Оборудование: расходуемые материалов и их ценовое выражение.

Отчет: оплата редактирования + оплата перевода + оплата печати.

Рассылка и связь: почтовые расходы + расходы факсовой, телефонной и электронной связи



АКАДЕМИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

ЗДОРОВЬЕ - ЭТО

- нормальная функциональная способность организма;
- отсутствие болезни, болезненных состояний, болезненных изменений;
- динамическое равновесие организма и факторов окружающей среды;
- способность полноценно выполнять основные социальные функции, участвовать в общественной жизни;
- это состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов.

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ – ЭТО:

- условия, благотворно влияющие на охрану и укрепление здоровья людей;
- деятельность, активность человека по целенаправленному использованию возможностей в интересах здоровья;
- гармонического, физического и духовного развития человека;
- стиль поведения, который приводит человека к желаемой продолжительности и требуемому качеству жизни.

ОСНОВЫ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ «ЗОЖ»



Правильное питание



Чистая вода



Занятия спортом



Отдых



Мозговая активность



Положительные эмоции



Позитивное мышление



Отказ от вредных привычек



Личная гигиена



Экологическое поведение



Режим дня



Закаливание

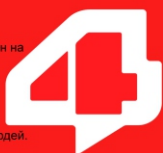
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРОЕКТ «DANCE4LIFE»



DANCE4LIFE

это международный проект, который направлен на продвижение здорового образа жизни среди молодежи, на сохранение и укрепление репродуктивного здоровья, на профилактику ВИЧ-инфекции и других социально-значимых заболеваний, на раскрытие личного потенциала молодых людей.

Проект реализуется в 18 странах мира. На протяжении 12 лет активно развивается в 14 регионах России.



Проект использует яркие интерактивные методы для вовлечения молодежи в активную социальную деятельность и вдохновляет молодых людей объединить свои голоса в борьбе с распространением ВИЧ/СПИДА.

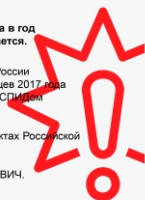


Проблема ВИЧ не теряет своей актуальности. Из года в год количество ВИЧ-инфицированных людей увеличивается.

По данным Роспотребнадзора на 1 ноября 2017 года в России зарегистрировано 1 193 890 диагнозов ВИЧ. За 10 месяцев 2017 года территориальные центры по профилактике и борьбе со СПИДом сообщили о 79 075 новых случаев ВИЧ-инфекции.

Случаи ВИЧ-инфекции зарегистрированы во всех субъектах Российской Федерации.

На долю 15 – 20 летних приходится 25% новых случаев ВИЧ.



Стоит заметить, что уровень информированности молодежи о путях передачи ВИЧ и способах защиты достаточно высок. При этом существующие знания не трансформируются в навыки безопасного поведения, так как информирование является эффективным только на начальных этапах изменения поведения.



Проект Dance4Life предлагает новый инструмент: Путешествие4Life ("Путешествие ради жизни").

"Путешествие ради жизни" - это увлекательная программа, целью которой является становление личности подростков и молодежи. Путешествие способно внести значительный вклад в изменение поведения молодых людей.



Путешествие состоит из 5 этапов и проходит через 3 основные темы.

Я - участники познают себя и свои сильные стороны.

Я и Ты - участники смогут оценить своё поведение и отношение к другим людям, межгендерные отношения.

Я и ОБЩЕСТВО - участники получают возможность исследовать существующие социальные проблемы в обществе, в котором они живут, свою роль в этом обществе, возможность изменить общество в лучшую сторону.

Путешествие состоит из 10 Встреч. Продолжительность каждой - 90 минут.



Участники программы "Путешествие ради жизни" смогут:

- узнать свои сильные стороны;
- стать более уверенными в принятии решений;
- понять, что действительно важно для них и их окружения;
- научиться говорить на «языке возможностей»;
- научиться брать на себя ответственность за свою жизнь и свой выбор;
- подумать о своих мечтах и понять, как достичь желаемого будущего;
- больше узнать об обществе и о тех вызовах, которые могут встать на их жизненном пути;
- узнать о взаимоотношениях со сверстниками;
- понять, как они могут внести изменения в свою жизнь.



Меня своё поведение, отношение к собственному здоровью, реально снизить темпы роста ВИЧ - инфекции. Именно это - основная миссия программы "Путешествие ради жизни".

**Я хочу жить в мире, где важно быть здоровым!
Молодёжь может изменить этот мир**

АКАДЕМИЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

ПРОФИЛАКТИКА: КЛАССИФИКАЦИЯ И ПРИНЦИПЫ ПРОВЕДЕНИЯ

Профилактика (греч. *prophylaktikos* — **предохранительный**) — комплекс различного рода мероприятий, направленных на предупреждение какого-либо явления и/или устранение факторов риска.

Профилактические мероприятия — важная составляющая системы здравоохранения, направленная на формирование у населения медико-социальной активности и мотивации на здоровый образ жизни.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОФИЛАКТИКИ

ПО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Виды профилактики:

- первичная
- вторичная
- третичная

ПО СОДЕРЖАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Типы профилактики:

- общесоциальная
- специфическая

ПО «ТОЧКЕ ПРИЛОЖЕНИЯ» УСИЛИЙ

Уровни профилактики:

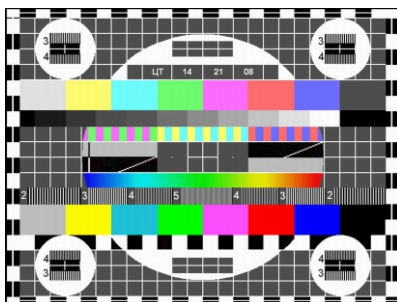
- личностный
- семейный
- социальный

ВИДЫ ПРОФИЛАКТИКИ

1. Первичная профилактика - комплекс мероприятий, направленных на предотвращение возникновения зависимостей среди здоровых людей.

2. Вторичная профилактика - комплекс мероприятий, направленных на работу с людьми группы риска.

3. Третичная профилактика - комплекс мероприятий, направленных на работу с зависимыми с целью профилактики рецидива заболевания.



ТИПЫ ПРОФИЛАКТИКИ

1. Общесоциальная (неспецифическая) профилактика

- сфера деятельности, которая не затрагивает непосредственно проблему зависимости, а влияет на нее косвенно - через административные механизмы, педагогическими средствами.

Например, к этому типу профилактики можно отнести мероприятия по организации досуга детей и подростков - создается альтернатива приему психоактивных веществ, организуется занятость подростков в свободное время.

2. Специфическая профилактика

- мероприятия и программы этого типа влияют на те или иные проявления проблемы негативных явлений (например, алкоголизм, курение и т.д.) и их медицинские и социальные последствия.

К таким программам относятся, например, психологические тренинги, уроки психологии, тематические занятия для подростков, выпуск специализированной литературы, психотерапевтические группы.

УРОВНИ ПРОФИЛАКТИКИ

1. Личностный. К профилактике на личностном уровне можно отнести консультирование, лечение, тренинги личностного роста (мероприятия, направленные на изменение качеств личности).

2. Семейный уровень. К данному уровню относятся тематические родительские собрания, семейные консультации, вовлечение родителей в

общественную работу в школе.

3. Социальный уровень профилактики способствует изменению общественных норм в отношении негативных явлений, а также отношения к зависимым людям. Это помогает создать благоприятные условия для работы на личностном и семейном уровнях.

Из приведенных примеров видно, что все три предложенных классификации существуют одновременно. Это значит, что каждый из видов профилактики может содержать в себе мероприятия обоих типов и при этом действовать на различных уровнях.

СОДЕРЖАНИЕ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ВЫШЕ НАПРАВЛЕНИЙ ОПРЕДЕЛЯЕТ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОФИЛАКТИКИ:

Долгосрочность

Профессионализм

Доступность

Адресность

Своевременность

Последовательность

ТЕХНОЛОГИЯ ИГРЫ В ПРОФИЛАКТИКЕ

Древнее высказывание гласит: «Скажи мне и я забуду, покажи мне и я запомню, дай мне поучаствовать и я пойму».

Активное вовлечение участников в деятельность во время проведения профилактического мероприятия, предоставление им возможности участвовать, используя свой собственный опыт, очень важно. В процессе работы необходимо использовать целый набор интерактивных методик: мозговая атака, работа в малых группах, изучение конкретных ситуаций и викторины. Широко применяемой в профилактических программах интерактивной методикой является ролевая игра. Хорошая, убедительная ролевая игра – это методика, которая может помочь в достижении нескольких основных целей профилактики. Она может:

- предоставить информацию: ролевая игра – это привлекательный способ подачи информации с использованием юмора и жизненной драмы. Она дает возможность инсценировать определенные

мифы/вымыслы, которые распространяют люди, и показать, как их можно развенчать. Через ролевую игру люди могут изучить проблемы, которые им, может быть, не удобно обсуждать в реальной жизни;

- обеспечить мотивацию: используя ролевую игру, можно эффективно инсценировать различные жизненные ситуации, последствия употребления ПАВ. Хорошая ролевая игра занимает сердца и умы аудитории и может создать мотивацию для людей изменить отношение к определенным вопросам;

- способствует развитию навыков: при хорошем исполнении ролевая игра создает возможности для формирования поведения. Может продемонстрировать различные навыки и практический опыт, например, как противостоять групповому давлению или на собственном опыте прочувствовать ту плату, которую придется заплатить за излишнее любопытство – употребление ПАВ.

Использованная литература:

Профилактика злоупотребления наркотиками в среде несовершеннолетних в условиях летних оздоровительных лагерей. Учебно-методическое пособие. – Брянск, 2010 – 38 с.

Социальные технологии - это приемы, методы, способы (и наши умения, стремления и возможности), применяемые в определенной последовательности и направленные на решение какой-либо проблемы, существующей в обществе.

Чаще всего социальные технологии различают по сферам деятельности, например, информационные, обучающие, политические, управленческие и т.д.; по направленности (на кого направлены), например,

технологии социальной работы с различными категориями населения пенсионерами, беженцами, малоимущими и др.

Любые социальные технологии предполагают деятельность, выполняемую в определенной последовательности и нацеленную на получение результата. Опираются технологии на общение и взаимодействие с людьми.

ОБУЧЕНИЕ ПО ПРИНЦИПУ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

Обучение по принципу «равный-равному» среди молодежи (peer-education) — это такой тип обучения, при котором сами молодые люди передают знания, формируют установки и способствуют выработке навыков среди равных себе по возрасту, социальному статусу, имеющих сходные интересы или подверженных сходным рискам.

Такое обучение может носить формальный либо неформальный характер.

Равный (Peer) — человек, обучающий других и при этом принадлежащий той же социальной группе, что и целевая аудитория, на которую направлено обучение. Объединение тех или иных индивидуумов в социальную группу происходит на основе некоторых признаков, таких, как возраст, пол, род деятельности, социально-экономическое положение, статус здоровья, сексуальная ориентация, образ жизни и т.д. При этом в группу могут объединяться люди, имеющие только один общий признак или сразу несколько.

Преподаватели, работающие по принципу «равный-равному» («равные преподаватели», peer educators) — это люди из числа представителей целевой группы, мотивированные на работу с данной

целевой группой и обладающие необходимыми знаниями, умениями и навыками профилактической работы с этой целевой группой.

Цель обучения по принципу «равный-равному» - формирование ответственного отношения молодежи к собственному здоровью и создание возможности его защищать.

Формы обучения по принципу «равный-равному»:

- краткосрочные семинары с использованием интерактивных методов (от нескольких часов до нескольких дней);
 - тренинги (от трех дней и более);
 - неформальные беседы (один на один);
 - и другие.
- Обязательные компоненты обучения по принципу «равный-равному»:
- предоставление информации;
 - создание мотивации;
 - развитие поведенческих навыков;
 - перенаправление к ресурсам.

ПОДХОД «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это совокупность методов и приемов воздействия, основанных на привлечении представителей «равных» к решению проблем целевой группы.

ПРИНЦИП «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это принцип взаимодействия людей, имеющих одинаковые социальные признаки.

ПРОГРАММА «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это план деятельности, работ, действий; изложение содержания и цели деятельности организации, основанной на принципе «равный-равному».

КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это процесс, задачами которого являются предоставление целевой аудитории адекватной информации по тому или иному вопросу, повышение их самооценки, оказание психосоциальной поддержки и направление их к специалистам.

ОБУЧЕНИЕ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это обучение, базирующееся на принципе «равный-равному» и направленное на передачу знаний, формирование мотивации и навыков, способствующих сохранению здоровья.

«РАВНЫЙ», ПРОШЕДШИЙ СПЕЦИАЛЬНУЮ ПОДГОТОВКУ

- это человек из числа представителей целевой группы, мотивированный на работу с данной целевой группой и владеющий достоверной информацией, умениями и навыками профилактической работы с этой группой.

ИНФОРМИРОВАНИЕ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

- это процесс, направленный, в первую очередь, на передачу информации, повышение осведомленности целевой группы по какому-либо вопросу, основанный на принципе «равный-равному». В меньшей степени информирование направлено на формирование мотивации и навыков, на изменение установок и ценностей.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕАТРАЛЬНЫХ МЕТОДИК В ОБУЧЕНИИ ПО ПРИНЦИПУ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ»

Социальный театр – это театр, в драматургической основе которого заложена острая социальная проблема, раскрытая режиссером, донесенная до зрительного зала актерами и воспринятая зрителями в процессе просмотра и активного обсуждения.

Театр – блестящее средство для привлечения внимания. Театр «цепляет» аудиторию, приковывая к себе внимание людей и активно вовлекая их в происходящее. Активное вовлечение означает, что воздействие оказывается на чувства зрителей, а не только на их интеллект.

Именно эта способность затрагивать чувства позволяет театру оказывать влияние на взгляды и представления людей таким образом, который недоступен при использовании традиционных образовательных методов.

Однако для того, чтобы изменить поведение молодых людей, театру недостаточно просто затронуть их душевные струны. Ему необходимо донести свое послание в такой форме, которая позволит молодежи понять его и поступать соответствующим образом.

Создание театрализованного представления по технологии «равный - равному» проходит в 4 этапа:

1. Создание материала при помощи импровизации;
2. Создание предыстории героя;
3. Создание послания (донесение идеи до аудитории);
4. Подготовка к проведению и фасилитации (эффективное обсуждение после представления).

Существует множество различных способов, как разработать сценарий, пригодный для использования в равном обучении. Некоторые используют

традиционный подход к написанию сценария, когда взрослые или молодежь пишут сценарий на определенную тему, а актеры играют по сценарию. Но существует и другой способ разработки сценариев – импровизация.

Импровизация – это процесс создания сцен, непосредственно проигрывая их, без использования предварительно написанного сценария.

По своей природе импровизация – творческий и спонтанный процесс. Она позволяет управлять творчеством и вдохновляет участников на то, чтобы задействовать и свое тело, и эмоции, а не только логическое мышление. Одна или более сцен, разработанных посредством импровизации, затем записываются и могут быть доработаны, чтобы стать полноценным сценарием.

Таким образом, сценарий целиком исходит непосредственно от участников театра и получается живым.

При планировании сцены необходимо ясно представлять себе, какие конкретные образовательные задачи вы преследуете, и для аудитории какого возраста будет предназначена ваша сцена. Чтобы определить свои задачи, ответьте на такие вопросы:

- Что вы хотите сказать о выбранной вами проблеме?
- Какие взгляды вы хотите изменить?
- Как бы вам хотелось, чтобы ребята себя вели после того, как посмотрят вашу сценку?

По мере того, как ваше театрализованное представление создается, необходимо периодически возвращаться к задачам, чтобы убедиться, что вы продвигаетесь к достижению общей цели. Одной-двух

образовательных задач обычно достаточно для одной сцены. Если вы попытаетесь реализовать слишком много задач, ваш рассказ будет сбивчивым и будет сложнее донести идею до аудитории.

Обратите внимание на то, что темы, используемые при создании сцен, должны быть конкретными. В рамках каждой темы существует множество отдельных аспектов и при создании сцены требуется сфокусироваться на одном из них.

Сцены должны быть достаточно короткими и иметь продуманное окончание. При создании сцен следует давать свои имена героям, отличные от имен актеров, а также использовать юмор; для эффективного планирования сцен необходимо прибегать к технике «кто, что, где»; возможно также создание сцен, действие в которых не получает своего логического завершения.

После того, как вы разработаете свои образовательные задачи для сцены, найдите ответы на вопросы «КТО? ЧТО? и ГДЕ?». Эти элементы дадут вам инструмент для создания обдуманных и отвечающих вашим задачам сцен.

ДЛЯ НАЧАЛА ОПРЕДЕЛИТЕ: ЧТО?

Имеется в виду конфликт в вашей сцене. Убедитесь в том, что конфликт соотносится с вашей образовательной задачей в этой сцене.

- О чем эта сцена?
- Каковы противостоящие силы, которые создают конфликт?
- Чего хотят персонажи, и как их противоречащие желания становятся причиной разногласия или борьбы?

ЗАТЕМ РЕШИТЕ: КТО?

- Решите, кто будет персонажами в сцене.
- Какие герои будут задействованы в этом конфликте? Помните, что в истории должна быть логика, иначе она не будет правдоподобной.
- Каковы взаимоотношения между героями?
- Сколько времени они знают друг друга?
- Как развиваются их взаимоотношения?
- Какие у героев предыстории?
- Сколько им лет?
- Откуда они?
- Какие национальные группы или социальные слои они представляют? (Все вместе это также называется предысторией персонажа).
- Какова точка зрения героя на данный вопрос?

- Какие личные ценности и убеждения относительно данного вопроса разделяли персонажи до начала сцены?

- Как эти взгляды изменятся (или не изменятся) на протяжении сцены?

Во время создания сценок будьте настолько конкретны относительно всех этих фактов, насколько это возможно.

Вам не нужно заканчивать создавать образ персонажей или конфликт перед началом импровизации. Позвольте своему персонажу развиваться.

Единственное, что должно быть окончательно решено до того, как вы начнете импровизировать, это имя персонажа.

ТЕПЕРЬ ВЫБЕРИТЕ: ГДЕ?

Это относится к месту, где происходит сцена. Понимание, где происходит действие до начала импровизации, помогает актерам лучше понять свои роли.

Убедитесь, что выбранное вами место, так же как и герои, логически согласуется с вашим конфликтом. Ваш выбор места может увеличить драматический накал в сцене.

ИМРОВИЗИРУЙТЕ И ПОВТОРЯЙТЕ!

Как только ваша группа определила методом мозгового штурма «ЧТО? КТО? и ГДЕ?» убедитесь, что все четко знают, как зовут героев, что происходит и чем заканчивается сцена.

Теперь вы можете начать первую импровизацию. Каждый персонаж спонтанно придумывает диалог для сцены без всякого сценария. Пусть кто-нибудь записывает (вручную, на диктофон или на видео). Обсудите сцену сразу, как только закончите первую импровизацию, и решите, что бы вам хотелось поменять. Затем снова проиграйте сцену и обсудите. Стало лучше или хуже? Что сработало в этот раз, чего в прошлый раз не получилось?

Использование процесса «ЧТО, КТО и ГДЕ» поможет вам создать сырой материал для театрализованной постановки.

Следующий этап создания театрализованного представления – создание послания, которое нужно донести до аудитории. Важно разрабатывать «послание», исходя из знаний, возрастных и культурных особенностей зрительской аудитории, ее

ценностей, убеждений и поведенческих моделей, а также исходя из тех образовательных задач, которые вы поставили.

Первый вопрос, который мы должны задать себе, создавая сцену: «Какова идея послания и какие задачи обучения мы ставим». И отвечать на этот вопрос нужно исходя из понятий «Знание, отношение, поведение», чтобы быть уверенными, что идея нашего послания будет доступной для аудитории.

Знание: из сцены аудитория должна узнать важную и достоверную информацию

Отношение: послание должно воздействовать на эмоции и мнения

Поведение: в идеале, сцена должна положительным образом воздействовать на поведение аудитории

Теперь, когда известны цели, нужно придумать «послание», в котором не будут отражены личные предубеждения участников спектакля.

АЛГОРИТМ НАПИСАНИЯ СЦЕНАРИЯ

1. Определение проблемы, основываясь на анализе ситуации в регионе;
2. Определение общей концепции и темы спектакля;
3. Конкретизация и описание проблемы;
4. Конкретизация и описание задач, позволяющих решить данную проблему;
5. Демонстрация возможных стратегий поведения;
6. Описание конкретного «правильного» примера поведения;
7. Призыв к действию.

РЕКОМЕНДАЦИИ К НАПИСАНИЮ ПОСЛАНИЯ

1. Помнить о том, что послание - это красная сюжетная нить, мысль, с которой уходит зритель.
2. Послание должно содержать максимум 6-8 предложений.
3. От общего к частному.
4. Послание содержит призыв к изменению отношения и/или поведения на более безопасное.

ПРИМЕР

Проблема - более 56% ВИЧ-инфицированных в городе N - молодежь.

Тема - профилактика полового пути передачи среди молодежи в возрасте от 15 до 35 лет в РФ.

Послание - Более 56% ВИЧ-инфицированных в городе N - молодежь, основной путь передачи вируса - половой - практика незащищенных сексуальных контактов без использования презерватива. Правильное использование презерватива при каждом сексуальном контакте говорит об уважении к своему партнеру и позволяет защитить свое здоровье на 100%. Используйте презерватив при каждом сексуальном контакте – «Защити свое будущее!».

Фасилитация после представления — это обсуждение, дискуссия, которую проводят после окончания представления. Эту дискуссию проводит ведущий (фасилитатор), который служит как бы мостиком между аудиторией и актерами, которые по-прежнему остаются в образе своих героев во время дискуссии.

Это обсуждение увеличивает опыт участников и способствует их обучению посредством представления большего объема информации,

выявления и развенчивания мифов, ответов на любые вопросы, которые могли возникнуть у аудитории.

Общение со зрителями от имени персонажей спектакля является важнейшей составляющей работы, которая в значительной мере повышает эффективность воздействия на аудиторию, делает весь процесс захватывающим и незабываемым. Все это происходит в комфортной и спокойной атмосфере, так как зрители общаются со сценическими героями, а не с реальными людьми.

ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ ОБСУЖДЕНИЕ ПОСЛЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ БЫЛО УСПЕШНЫМ?

Чтобы обсуждение после представления было успешным, необходимо, во-первых, тщательное планирование. Конечно же, ход любой дискуссии с живой аудиторией непредсказуем, но чем больше группа планирует заранее, тем более эффективной получится фасилитация.

Вы знаете, какие задачи ставили перед собой в

конкретной сцене, чему хотели научить, теперь подумайте о том, как ваша группа может еще более усилить передачу именно этой информации во время обсуждения. Обсудите ключевые моменты, на которые вы хотите обратить внимание зрителей и особую роль каждого из участников вашей группы в ходе обсуждения.

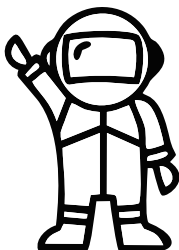
КАКИМИ КАЧЕСТВАМИ ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ ХОРОШИЙ ФАСИЛИТАТОР (ВЕДУЩИЙ)?

Хороший ведущий понимает задачи занятия. Он должен быть достаточно уверенными, чтобы вести обсуждение, но никогда не судить и не проявлять нетерпения. Ведущий должен создать комфортную атмосферу, используя определенный «язык тела», выражающий доброжелательный настрой,

внимательно слушая, направляя вопросы, разъясняя сказанное для зрителей. Ведущий также должен быть способен следить за порядком, концентрировать внимание всех участников на главном вопросе, или послании представления, делать дискуссию динамичной.

КАК АКТЕРУ ЭФФЕКТИВНО ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С АУДИТОРИЕЙ ВО ВРЕМЯ ОБСУЖДЕНИЯ?

Актеры эффективно взаимодействуют с аудиторией, если они все время помнят о задачах обучения и не забывают о своей роли. Во время обсуждения актер должен оставаться в образе своего персонажа, отвечая на вопросы так, чтобы это звучало логично и соответствовало характеру героя.



ФАСИЛИТАЦИЯ

Определение:

1. Обсуждение, управляемая дискуссия, которую проводят после окончания представления;
2. Работа послания со знанием и подсознанием зрителя;
3. Связь спектакля со зрительным залом;
4. Диалог между актерами в ролях и зрителями;
6. Организованный фасилитатором процесс взаимодействия актеров и зрителей для ответов на любые вопросы, выявления и развенчивание мифов, передачи знаний, передачи послания, формирования мотивации зрителя на изменение отношения к проблеме и изменение поведения на более безопасное.

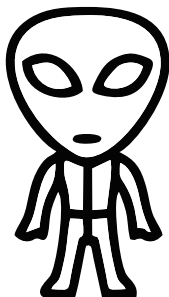
Цели фасилитации:

1. Узнать, дошло ли послание и если дошло, но не полностью или не точно, то корректировать его;
2. Усилить реалистичность показанного на сцене спектакля;
3. Получить обратную связь от зрителей;
4. Передать информацию;
5. Побуждать и мотивировать зрителя на изменение отношения и поведения на более безопасное.

УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ФАСИЛИТАЦИИ:

1. Освещение в зале и на сцене;
2. Фасилитация проводится сразу после спектакля;
3. Вводное слово фасилитатора;
4. Фасилитатор управляет дискуссией;
5. Фасилитатор не принимает участие в спектакле, но принимает участие в его подготовке;
6. Фасилитация должна длиться не более 1 часа;
7. Все актеры принимают участие в фасилитации согласно своим ролям;
8. Перед началом фасилитации актеры представляют зрителям свои роли (возраст, имя, некоторые социальные связи с другими актерами, если необходимо).
9. Актеры остаются каждый в своей роли;
10. Актеры продолжают передавать послание зрителю;
11. Актеры продолжают взаимодействовать и реагировать согласно ролям;
12. Актеры могут задавать свои вопросы зрителям;
13. По окончании фасилитации актеры выходят из своих ролей (имя, возраст, город, организация);
14. Поклон и представление актеров только после фасилитации;
15. Запрещено вмешательство третьих лиц. Дискуссия без давления.
16. Зрители остаются до конца фасилитации.

Фасилитатор - это человек, управляющий дискуссией после показа спектакля

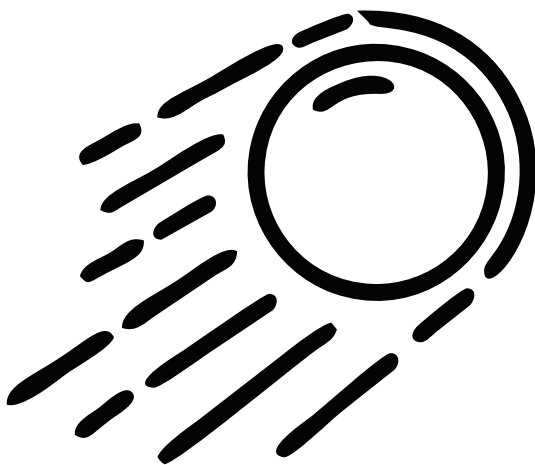


КАЧЕСТВА ФАСИЛИТАТОРА:

1. Знание проблемы;
2. Компетентность, владение полной информацией, отраженной в проблематике спектакля (факты, статистика, теории, доказательства, аргументы и пр.);
3. Заинтересованность;
4. Знание наизусть послания, ориентация вопросов зрителей и ответов актеров на передачу послания;
5. Доброжелательность;
6. Умение слушать и слышать, понимать;
7. Умение анализировать;
8. Умение переформулировать вопросы;
9. Умение задавать вопросы;
10. Навык перефразирования и резюмирования;
11. Умение сглаживать конфликты;
12. Навык работы с микрофоном;
13. Способность чувствовать ситуацию;
14. Владение четкой дикцией;
15. Беспристрастность;
16. Безоценочность;
17. Опрятность, фасилитатор должен выглядеть аккуратно и в соответствии с ситуацией;
18. Внимательность и т.д.

ТЕАТР ПО ПРИНЦИПУ «РАВНЫЙ-РАВНОМУ» ОБЛАДАЕТ НЕИСЧЕРПАЕМОМ ПОТЕНЦИАЛОМ И ГИБКОСТЬЮ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СВОЕ ВООБРАЖЕНИЕ!



Практическое руководство «Использование театральных методик по принципу «равный-равному» (y-peer) разработан в сотрудничестве с Фондом ООН в области народонаселения (ЮНФПА), Объединенной программой ООН по ВИЧ/СПИД (ЮНЭЙДС) и Всемирной организацией здоровья семьи (Family Health International, FHI/YouthNet).

<http://ypeerrussia.ru> – сайт Российской сети Y-PEER

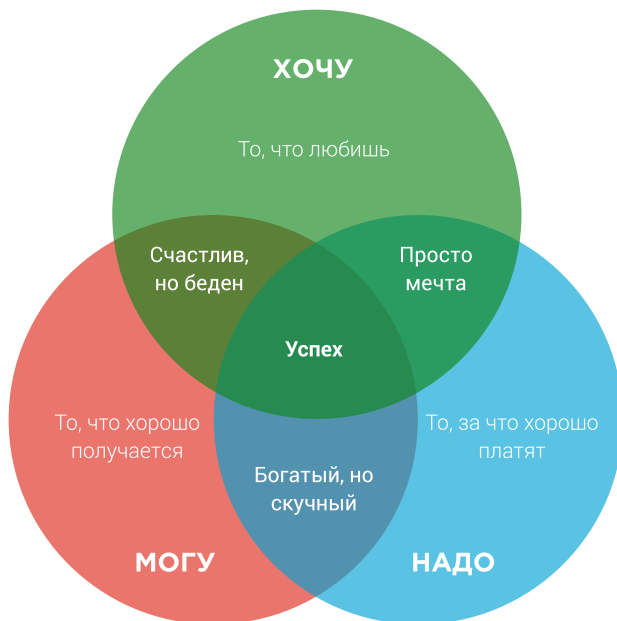
Материалы, предоставлены молодежным театром «Лайт» (г. Самара)

АКАДЕМИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ

КАК ВЫБРАТЬ ПРОФЕССИЮ?

Есть универсальная формула, которую нужно запомнить раз и навсегда, она строится из того, что нам нравится (ХОЧУ), того, к чему у нас есть

склонности и способности (МОГУ), и того, что необходимо обществу и востребовано (НАДО).



ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОФЕССИИ

1. Переносить ответственность на других

«Родители сказали, что нужно идти на программиста», «Друзья пошли на биолога, ну и я тоже» — это позиции людей, которые привыкли уходить от принятия решений.

2. Ориентироваться только на зарплату и престиж

Оплачивается не профессия, а должность и уровень квалификации. Например, зарплата и престиж шеф-повара в дорогом ресторане и повара в школьной столовой различаются в десятки раз. Можно запросто найти школьного учителя, который получает больше PR-менеджера. Если говорить о престижности профессии, то часто это понятие относительное: зависит от круга общения и довольно быстро меняется со временем.

3. Выбирать профессию, не имея о ней достоверной информации

«Хочу быть менеджером. Что он делает? Ну, не знаю» Большинство молодых людей мало осведомлены о том, как, собственно, складывается рабочий день представителей той или иной профессии, что входит в их профессиональные обязанности, а также какие качества нужны, чтобы осилить эту работу.

4. Ставить знак равенства между профессией и учебным предметом

Часто школьники рассуждают по принципу «нравится химия — значит, буду химиком». Но под это определение подходит множество профессий: технолог пищевого производства, фармацевт, учитель химии, учёный, занимающийся фундаментальной наукой, и многие другие.

5. Ставить слишком завышенные или слишком заниженные планки

Часто профессия выбирается исходя из ложной оценки своих способностей: «Я мечтаю стать хирургом, но я дура, я не справлюсь. Лучше пойду в продавщицы». Обратный вариант: «Я классно пою в хоре, и никакая карьера, кроме звезды эстрады, меня не устраивает». Такая позиция относится скорее к разряду невротизма, чем к адекватной оценке своих возможностей.

6. Использовать расхожие стереотипы о профессиях

Нехватка реальной информации заставляет ориентироваться на карикатурные шаблоны: «Все математики бедные и сумасшедшие», «Все журналисты продажные, завтракают со звёздами и погибают в горячих точках», «Все биологи бегают по лугам и ловят бабочек».

ТЕСТЫ НА ВЫЯВЛЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ (ХОЧУ)

ТЕСТ «КАРТА ИНТЕРЕСОВ»



ТЕСТ Д.ГОЛЛАНДА ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТИПА ЛИЧНОСТИ



ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНО- ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ОПРОСНИК (ДДО) Е.А.КЛИМОВА

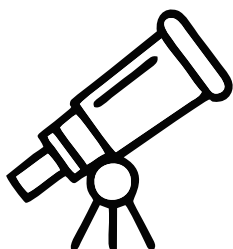


ТЕСТЫ НА ВЫЯВЛЕНИЕ СПОСОБНОСТЕЙ И СКЛОННОСТЕЙ (МОГУ)

ТЕСТ «СКЛОННОСТЬ К АРТИСТИЗМУ»



ТЕСТ НА МЕХАНИЧЕСКУЮ ПОНЯТЛИВОСТЬ. ТЕСТ БЕННЕТА (ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ СТАТЬ ИНЖЕНЕРОМ ИЛИ ОСВОИТЬ ТЕХНИЧЕСКУЮ СПЕЦИАЛЬНОСТЬ)



«ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
ЛАБИЛЬНОСТЬ» (для
тех, кто собирается
работать в офисе и
хочет проверить
внимание и
усидчивость)



ШКОЛЬНЫЙ ТЕСТ
УМСТВЕННОГО
РАЗВИТИЯ ШТУР-2
(для тех, кто
выбирает
специальности
физико-
математического,
естественно-
научного,
общественного и
гуманитарного
цикла)



ТЕСТ «МЫСЛИТЕЛЬ
ИЛИ ХУДОЖНИК» (для
тех, кто выбирает
творческие
профессии)



ТЕСТ
ЭМОЦИОНАЛЬНОГО
ИНТЕЛЛЕКТА EQ
ХОЛЛА (для тех, кто
хочет работать с
людьми)



ТЕСТ ТОМАСА-
КИЛМАННА НА
ПОВЕДЕНИЕ В
КОНФЛИКТНОЙ
СИТУАЦИИ (для тех,
кто хочет работать
с людьми)



ВАШИ ПРЕДПРИНИМА-
ТЕЛЬСКИЕ СПОСОБ-
НОСТИ



С ЧЕГО НАЧАТЬ ВЫБОР ПРОФЕССИИ?

ИЗУЧИ МАТРИЦУ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ
(МЕТОДИКА Г.В. РЕЗАПКИНОЙ)



2. ЗАВЕДИ ДНЕВНИК КАК У ЛЕОНАРДО ДА ВИНЧИ

Все знают, что да Винчи вёл особые дневники. Чего в них только нет: рисунки, чертежи и эскизы сопровождаются здесь краткими заметками по вопросам перспективы, архитектуры, музыки, естествознания, военно-инженерного дела и т.п.; всё это пересыпано разнообразными изречениями, философскими рассуждениями, аллегориями,

анекдотами, баснями.

Заведи подобный дневник, записывая туда всё, что тебе интересно: лучшие идеи, открытия, мысли в духе «а что, если» и вообще всё, что нравится делать. Через некоторое время это поможет тебе понять себя и выбрать сферу деятельности.

3. СОСТАВЬ СПИСОК ДОСТИЖЕНИЙ

Запиши, что ты успел сделать, достичь к текущему моменту. Выписывай всё: победу в спортивных соревнованиях, связанную салфетку, пятерку по физике, 50-ый уровень в Доте. Выпиши, что для тебя

является наградой, что тебя больше всего увлекало в каждом деле, почему ты остановился (или нет?). Возможно список достижений подскажет, в чем ты силен.

4. УПРАЖНЕНИЕ «10 ЖИЗНЕЙ»

На чистом листе выпиши в столбик числа от 1 до 10. Представь, что у тебя есть не одна, а 10 жизней. Выпиши, на что бы ты потратил каждую из них.

А теперь подумай, какой жизни ты бы отдал следующий год? Какую жизнь проживёшь второй? Чем ты можешь заниматься каждый день по 20 (или

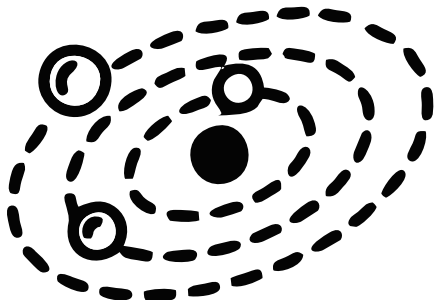
меньше) минут? А чем — по выходным? Чем ты можете заниматься время от времени?

Оказывается, почти всё можно успеть сделать и за одну жизнь. Осталось только выбрать что соответствует формуле «ХОЧУ – МОГУ – НАДО».

5. ПОДУМАЙ НАД МИССИЕЙ

Нарисуй своё будущее через 10-15 лет: чем ты занимаешься, что у тебя уже есть, к чему ты стремишься? Какую пользу ты хочешь принести, что для тебя ценно?

Многие взрослые не могут ответить на этот вопрос. Но чем раньше ты об этом задумаешься, тем больше вероятность, что к концу жизни будет не о чем жалеть.



ПРОФЕССИЯ И ЗДОРОВЬЕ

Практически все профессии предъявляют свои требования к здоровью человека. Одни могут быть связаны со значительным напряжением зрения (оператор, часовщик, ювелир), длительным стоянием на ногах (продавец, зубной врач, парикмахер), высоким нервно-психическим напряжением (учитель, администратор). Другие профессии требуют специального отбора (профотбора), который включает определение годности кандидата по состоянию здоровья, на основе социально- психологического и психофизиологического изучения личности кандидата.

Профотбор абитуриентов проводят многие военные учебные заведения, учреждения МЧС, ФСБ и других федеральных служб.

По условиям труда врачи делят профессии на четыре группы:

- бытовые условия;

- умеренное или непостоянное неблагоприятное воздействие;

- одновременное воздействие нескольких неблагоприятных факторов;

- тяжёлые и вредные условия труда.

Выбирая профессию, надо задуматься, как она повлияет на здоровье: не вызовет ли обострение имеющихся хронических заболеваний или возникновение новых? Подробно о медицинских противопоказаниях к работе и производственному обучению подростков можно прочитать в справочниках, подготовленных Научно-исследовательским институтом гигиены детей и подростков Министерства здравоохранения, в котором содержится более 1400 профессий, которые можно получить в профессиональных учебных заведениях.

ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ МОГУТ ОГРАНИЧИТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ВЫБОР

Если у вас есть эти заболевания, то вам противопоказаны следующие условия работы:	
Органов дыхания	Неблагоприятный микроклимат, загазованность, запылённость, контакт с токсическими веществами, значительное физическое напряжение
Сердечно- сосудистой системы	Значительное физическое напряжение, неблагоприятный микроклимат, контакт с токсическими веществами, работа на высоте, у движущихся механизмов
Органов зрения	Работа с мелкими деталями, значительное физическое напряжение,
Нервной системы	Нервно-эмоциональное напряжение, шум и вибрация, неблагоприятный микроклимат, контакт с токсическими веществами
Опорно- двигательного аппарата	Статичная рабочая поза, значительное физическое напряжение (подъём и перенос тяжестей), работа на высоте, у движущихся механизмов
Органов пищеварения	Контакт с токсическими веществами, значительное физическое и нервное напряжение, рабочая поза, связанная с напряжением мышц живота, нарушение режима питания
Почек и мочевых путей	Неблагоприятный микроклимат, контакт с токсическими веществами, вынужденная рабочая поза, работа, связанная с нарушением режима



КАК ВЫБРАТЬ ИЗ НЕСКОЛЬКИХ ВАРИАНТОВ

1. МЕТОД «КВАДРАТ ДЕКАРТА»

Квадрат Декарта является предельно простой техникой принятия решений, которая требует небольшого количества времени. При помощи Квадрата Декарта легко установить наиболее значимые критерии выбора, а также оценить последствия любого варианта принимаемого решения.

Для использования Квадрата Декарта вам

понадобится листок бумаги и ручка. Работа с Квадратом подразумевает ответы на четыре основных вопроса:

И ещё: очень важно дать на каждый из четырёх вопросов как можно большее количество ответов, т.к. это позволит рассмотреть максимальное количество особенностей проблемы.

2. МЕТОД МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ

Метод многокритериальной оценки позволяет нам лучше понять и использовать систему критериев для принятия решения в ситуации выбора.

Техника составления матрицы

многокритериальной оценки:

- определить критерии, по которым мы оцениваем варианты (желательно использовать не больше пяти-семи критериев);

- взвесить критерии, определить их сравнительную важность (общая сумма веса должна быть равна единице);

- оценить варианты по каждому критерию (для оценки применяем трехбалльную шкалу: 1 — плохо, 2 — хорошо, 3 - очень хорошо);

- подсчитать взвешенные оценки вариантов;
- выбрать самый оптимальный вариант.

3. МЕТОД ИСЧЕЗНОВЕНИЯ ВАРИАНТОВ

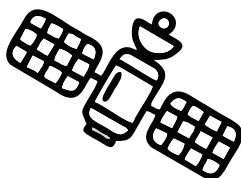
Представьте себе, что ту альтернативу, которую вы выбрали, по каким-то причинам выбрать нельзя. Например, вуз, в который вы хотите поступать, предположим, закрыли. А теперь подумайте, что бы вы делали в случае, если бы это действительно

произошло. И начните это делать. Наверное, вы бы стали рассматривать другие возможности и, вероятно, в ходе этого процесса вы обнаружите, сколько отличных вариантов вы упустили из-за того, что заиклились на какой-то одной альтернативе.

4. МЕТОД «10/10/10»

Этот метод позволяет выйти за рамки узкой перспективы, которую устанавливают мгновенные импульсы. Он заключается в том, чтобы перед принятием решения задать себе три вопроса:

- Как я отнесусь к этому решению через 10 минут?
- А через 10 месяцев?
- Что будет через 10 лет?



КАРТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПУТИ

При планировании профессиональной карьеры можно выделить следующие моменты:

1. Главная цель (кем хочу стать, чего хочу достичь, каким хочу быть);
2. Цепочка ближних и дальних конкретных целей (занятия в кружках секциях, знакомство с будущей профессией, возможным местом учебы или работы);
3. Пути и средства достижения целей (для кого-то знания и умения, для кого-то – связи и деньги);
4. Внешние условия достижения целей (выбор места учебы или работы, возможные препятствия и пути их преодоления);

5. Внутренние условия достижения цели (способности, сила воли, здоровье);

6. Запасные варианты и пути их достижения (это как запасной парашют).

Сухие таблицы, длинные тексты и списки давно уже не вдохновляют. Попробуй нарисовать карту-план своего профессионального пути. Начни с той точки, в которой ты сейчас находишься и рисуй, что будет дальше. Вот несколько подсказок, как это может выглядеть.

СКРАЙБИНГ



1. Что такое скрайблинг: рассказываем просто о сложном

<https://goo.gl/kDChwA>

2. Книга «Скрайблинг. Объяснить просто» Кутузова, Петровский, Любецкий

МЕНТАЛЬНЫЕ КАРТЫ



1. Ментальные карты

<https://goo.gl/cSdDPX>

2. Книга С. Бехтерева «Майнд-менеджмент. Решение бизнес-задач с помощью интеллект-карт»

ИНФОГРАФИКА



Бесплатный онлайн курс «Визуализация данных и дизайн инфографики»

<https://goo.gl/PMgtyP>

КАРТЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ



Всё о карте желаний

<https://goo.gl/oGLDRb>