**Методические рекомендации по организации и проведению акций, направленных на пропаганду бесконфликтного общения.**

Составитель: Баландина Е.А., руководитель социально-

психологической службы МАОУ «Гимназия №6»г. Перми

Чрезвычайно важным фактором, влияющим на развитие личности, является активная общественная деятельность.

Данный вид деятельности можно организовать во внеурочном пространстве школы. И тем самым оживить и приблизить, с точки зрения подростковой культуры. Существуют современные формы социальной активности и современного искусства, которые обогащают внеклассную школьную жизнь. Одними из форм, являются акции и флешмобы. Рассмотрим акции.

*«Акция – это действие, предпринимаемое для достижения какой-нибудь цели» - словарь Ожегова.*

**Акция** – активная форма работы, которую проводят участники движения в школах, клубах, на концертах, спортивных праздниках. Цель акции может быть различной: информирование, пропаганда здорового образа жизни, привлечение новых членов движения. Роль членов движения в акциях зависит от её целей и содержания. В одном случае это раздача листовок, буклетов, в другом – проведение ОУ тематического дня, в третьем – участие в телевизионной передаче.

Мы рассмотрим акции, формирующие коммуникативные УУД. Воспитательная, развивающая или коррекционная деятельность, особенно профилактического содержания в школе, может осуществляться посредством проведения социально-психологических акций. С помощью акции можно быстро, емко ненавязчиво донести до большого количества детей и подростков (родителей, учителей) нужную идею, привлечь внимание к проблеме. Акция позволяет транслировать позитивный ценностный ряд и ненавязчиво задавать ориентиры. «Это - игровая среда, которая на определенное время создается в пространстве школы, параллели, класса. Она не мешает разворачиваться другим видам деятельности детей и взрослых, но имеет некоторое собственное содержание, правила, намеченный результат» (М.Р.Битянова).  
Цели акции:

1. Привлечение внимания к существующей проблеме (актуализация). Это может быть проблема, волнующая определенную группу учащихся школы, либо проблема, обозначенная взрослыми для проработки с профилактической целью. Таким образом, ключевым моментом акции является деятельность по привлечению внимания субъектов образовательного процесса к существующей проблеме, в том числе посредством распространения информации.

2. Создание условий для формирования толерантного поведения подростков;

3. Распространение среди субъектов образовательного процесса информации о правилах конструктивного общения.

4. Изучение отношения учащихся (учителей, родителей), к существующей проблеме.  
**Социальная акция** – это реклама возможности повлиять на окружающий мир. Во время проведения социальной акции участники не просто получают информацию о проблемах и бедах, они вместе ищут пути решения этих проблем и методы выживания внутри них, если проблемы неразрешимы.

В школе (классном коллективе) можно проводить следующие виды акций:   
- исследовательские: проведение опроса разных групп учащихся, педагогов и родителей;   
- рекламные: реклама нравственных и социальных ценностей и т. п.;   
- социально–педагогические, воздействующие на изменение сознания, поведения, отношения ученика (учителя, родителя) к чему – либо;   
- профилактические, содержанием которых является предупреждение развития кризисных ситуаций, зависимого поведения, формирования вредных привычек и т.п.;

В подготовке и проведении акции можно выделить несколько этапов.   
1. Подготовительный этап.

При разработке и подготовке акции целесообразно определить на решение какой проблемы она направлена, кто является ее целевой группой, какова цель и какие задачи она решает. Дети и молодёжь могут быть для взрослых очень ценными консультантами. (Никто так хорошо не объяснит, в чём состоит дефект обуви, как тот, у кого натёрта нога.)

Начиная акцию, организаторы акции должны четко ответить на 3 вопроса.

**Первый вопрос:** «Чего мы хотим добиться?» (перед началом акции)

Например:

- повышения информированности учащихся в вопросах …;

- признания важности продвигаемой акцией идеи;

- привлечения внимания к …;

- вовлечения учащихся в решение социальных проблем;

- увеличения количества участников акции (по сравнению с прошлой акцией);

**Второй вопрос**: «Что целевая аудитория должны понять?» (в ходе акции)

**Третий вопрос**: «Какие действия люди должны предпринять?» (после акции).

Также следует уточнить такие организационные моменты как, место и время проведения, форму.

Желательно, чтобы цель акции была сформулирована в виде слогана, девиза – легко и надолго запоминающегося.

В нашей гимназии реализованы акции, в рамках данной темы: «Стоп-Хандра», «Бегом от стресса».

Организационная подготовка любой акции обеспечивается изучением проблемной ситуации и формулировкой проблемы, формированием команды исполнителей, распределением обязанностей и зон ответственности между членами команды.

Методическая подготовка акции обеспечивается определением целей и задач, выбором формы ее проведения, разработкой сценария акции, подготовкой необходимых материалов и атрибутов.

Информационная подготовка социальной акции обеспечивается проведением PR─мероприятий социальной акции. Созданием и тиражированием информационного продукта социальной акции: стикеры, флаеры, плакаты, транспаранты, листовки.

***Рекомендации к оформлению информационного материала:***

* листовка должен быть оформлена красочно, так как её задача - привлечь внимание,
* листовка может содержать фразы из молодежного сленга,
* составляя призывы к действию можно использовать различные мотивы, которые могут повлиять на выбор ребенка *(например: ты хочешь проявить свои лидерские качества, интересно провести свой досуг, научиться новому делу…)*
* информационный материал, представленный в листовке, должен быть изложен кратко и лаконично, так как человек должен получить максимум информации за короткий промежуток времени.

Психологическая подготовка акции обеспечивается проведением инструктажа для ведущих и команды исполнителей. Важно, чтобы дети (команда) знали общий сценарий проведения акции, ответственных за каждый ее этап.

1. **Основной этап** – реализация сценария социальной акции.
2. **Аналитический этап** подразумевает подведение итогов акции, определение ее дальнейших перспектив.

Команда проекта подводит итоги и осуществляет анализ социальной акции. Предметом обсуждения является деятельность команды на всех этапах социальной акции. Изучаются успешные и не успешные стороны ее подготовки и проведения, уточняются причины и факторы, повлиявшие на ее результативность, обрабатываются и озвучиваются материалы обратной связи, рассматривается, насколько адекватны были содержание, форма проведения социальной акции ее целям и задачам.

Важно определить дальнейшие перспективы развития сценарного плана акции: целесообразно ли ее повторить, что необходимо усовершенствовать в содержании и технологии ее проведения, можно ли апробированную форму социальной акции «наполнить» иным содержанием.

При проведении акции следует руководствоваться следующими принципами.

* **Принцип личной и социальной ответственности**. Личная ответственность – это ответственность за порученное действие, которое является звеном общего дела. Плохое выполнение порученного дела поставит под угрозу эффективность и результативность всей акции.
* **Принцип открытости**. Вовлекается в процесс сразу большое количество детей разных возрастов.
* **Принцип учета возрастных, индивидуальных особенностей целевой группы,** иных условий проведения социальной акции.
* **Принцип командности**. Акции – командная деятельность. Усилиями одного человека ее реализовать невозможно. Поэтому важно, чтобы каждый член команды четко представлял и общий замысел сценария, и задачи собственного участка работы в рамках акции. Командные отношения иерархичны и выстраиваются по типу соподчинения: организатор – исполнитель. Основополагающими характеристиками командных отношений является партнерство и сотрудничество.
* **Принцип самореализации**. Социальная акция – школа гражданского опыта и становления. Участие в социальных акциях создает условия для творческой самореализации личности, позволяет проявить способности в разных сферах деятельности.
* **Принцип обратной связи**. При проведении социальных акций важно почувствовать настроение целевой группы, вывить отношение к социальному действию, собрать отзывы о социальной акции. Для реализации данного принципа необходимо разработать инструментарий получения обратной связи. Это может быть опросник или другие специальные приемы (дерево настроения, зеркало, книга отзывов, интервью и т. п.).
* **Принцип наглядности и зрелищности**. Реализация данного принципа может обеспечиваться:
* специальной одеждой участников команды акции (футболка, кепка, галстуки, жилеты, сценарные костюмы);
* плакатным, музыкальным и иным оформлением;
* другими сценарными эффектами (запуск бумажных змеев, воздушных шаров, фейерверк).

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

При организации акций участие является средством для развития.Подростки и их сообщества не развиваются, будучи пассивными наблюдателями. Только через непосредственное участие они могут развивать способности и навыки, формировать стремления и достигать самоутверждения. Компетенция появляется в результате полученного опыта. Чем значительнее чьё-либо участие, тем более опытным, компетентным и уверенным становится этот человек, что побуждает его к ещё более эффективному дальнейшему участию.

Роджер Харт (Hart, R. (1997) *Children's Participation: The Theory and Practice of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care,* UNICEF, New York) разработал замечательный инструмент, используя метафорический образ лестницы для анализа разных уровней участия. На основе его разработки «Лестница Харта» составим сравнительный анализ того, что мешает, а что помогает организаторам акций.

**Что помогает, что мешает подросткам самим организовывать акции**

|  |  |
| --- | --- |
| **+ПОМОГАЕТ** | **-МЕШАЕТ** |
| * Повышение самооценки * Большее понимание проблемы * Личностный рост, развитие * Самоопределение, самореализация, профориентация * Возможность реализовать свою гражданскую позицию * Приобретение навыков, профориентация * Повышение общественного статуса * Приобретение круга общения * Членство в группе | * Некомпетентность * Низкая мотивация * Нет доверия со стороны взрослых * Их не воспринимают серьёзно * Нет традиций добровольной работы * Нет организаторских навыков * Страх, что их используют в личных целях * Нехватка времени |

Важные особенности "акции" - ненавязчивость и необычность. Она не мешает существовать в обычном режиме тем, кто хочет ее не замечать, окрашивает в новые яркие краски жизнь тех, кто готов в нее включиться. Акции относятся к технологиям непрямого воздействия, когда учащиеся (педагоги) участвуют в мероприятии добровольно, а цели достигаются за счет того, что они сами открывают для себя новые знания, делают выводы, присваивают ценности, включившись в специально организованную деятельность. При этом дети и подростки сами определяет меру своего участия в акции. Также, одним из акций является то, что эффект от мероприятия ощущают не только ее непосредственные участники, но и опосредованные. При проведении акции часто вступает в действие принцип «сарафанного радио», когда ребята самостоятельно привлекают других к участию, увидев пользу и результативность. Акции на время своей жизни создают в школе определенный настрой, доминирующее эмоциональное состояние; школа становится единым целым, а находящиеся в ней люди - близкими и интересными собеседниками.