

УДК 159.9:002

**М.Г. ПОТАПОВА, О.В. СЕМЕНЯК**

*(semenjakolga@rambler.ru)*

*Астраханский государственный технический университет*

**РЕКОМЕНДАЦИИ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ НАГЛЯДНОГО МАТЕРИАЛА  
В ПРОФИЛАКТИЧЕСКОМ НАПРАВЛЕНИИ РАБОТЫ ВУЗА  
(из опыта работы психологической службы)**

*Характеризуется понятие профилактического мероприятия, которое помимо информационной функции, несет в себе обязательное мотивирующее воздействие на аудиторию: участники мероприятия получают эмоциональное подкрепление – уверенность в том, что они теперь знают, как поступать и почему поступать именно таким образом. Анализируются особенности подготовки и проведения профилактических мероприятий.*

*Ключевые слова: подготовка профилактического мероприятия, оптимальная форма проведения профилактического мероприятия с информированной аудиторией, эвристическая беседа.*

В современном мире визуальных технологий и информационных перегрузок любая информация, не подкрепленная иллюстрацией, не всегда воспринимается сразу и запоминается сложнее, чем этого ожидают. Поэтому на сегодняшний день встретить профилактическое, ознакомительное да и просто любое информационное мероприятие без прилегающих к нему буклетов, презентаций, видеороликов, яркого раздаточного материала, практически, невозможно. При этом выдерживать конкуренцию со шквальным потоком иллюстративной информации, который встречает нас на каждом шагу, нелегко. Рекламные баннеры, радио, телевизионные рекламные ролики, модная художественная литература, кинофраншизы, телесериалы, социальные сети – это то, что приходит в голову в первую очередь. А ведь студенту еще необходимо усваивать учебный материал, зачастую, осваивать дополнительную профессию, позволяющую улучшить свое финансовое положение, просто читать ленты новостей и хотя бы слегка быть в курсе событий в регионе, стране и мире.

Поэтому при подготовке любого профилактического мероприятия приходится учитывать и объем, и качественный уровень воздействия информационного потока: человек, привыкший воспринимать как должное спецэффекты голливудских блокбастеров, невольно повышает свои ожидания к любой презентации и любому видеоролику. Обилие листовок, буклетов и визиток, раздаваемых на улицах города, их объем на фонарных столбах, в общественном транспорте, в почтовых ящиках, даже на дверях квартир, делает их частью городского пейзажа, и немудрено, что им уделяется внимания не больше, чем опадающей осенью листве.

Из опыта работы психологической службы АГТУ мы можем порекомендовать при подготовке профилактических мероприятий обращаться к иллюстративному материалу, который дает наибольший эффект как в привлечении внимания, так и в запоминании – речь идет об использовании видеоматериалов. Наряду с презентациями, позволяющими структурировать информацию и представить ее схематически, видеоролики представляют ее сжато во времени и насыщенно по содержанию: визуальный ряд сопровождается звуковым воздействием, что позволяет охватить максимальное количество участников мероприятия (информация легко принимается как аудиалами, так и визуалами). Опыт показывает, что широко представленная в сети Интернет тематика видеороликов позволяет выбрать соответствующий мероприятию иллюстративный материал по теме любого вызова современному обществу. Кроме того, показанный в начале мероприятия видеоматериал, посвященный теме мероприятия, позволяет аудитории быстрее включиться в обсуждение проблемы, делает работу с аудиторией более предметной.

Но ограничиваться одними видеоматериалами при проведении мероприятия – значит, превращать серьезную работу в тематический видеопокказ, следовать за формой в ущерб содержанию. За последние два года активной профилактической работы во всех институтах и на всех факультетах АГТУ, психологическая служба вуза убедилась в том, что самым продуктивным видом взаимодействия с аудиторией является эвристическая беседа, позволяющая направлять ход рассуждений участников в конструктивное русло.

Современный человек грамотен, он информирован, практически, обо всем. Даже если это не так, он хочет в это верить. Разубеждать студента в том, что он имеет свое мнение – это противопоставлять его цели мероприятия, вынуждать его оппонировать и протестовать. Для привлечения внимания к теме мероприятия провоцирование спора с аудиторией может дать результат, но этот результат ограничится только временным привлечением внимания. В то же время эвристическая беседа позволяет всем участникам аудитории активно общаться, не подвергая сомнению собственную значимость и значимость своего мнения для организаторов мероприятия. То есть, такая форма проведения профилактических мероприятий мотивирует аудиторию к активному высказыванию своих мыслей, предположений и выводов, а это, в свою очередь, помогает не только скорректировать ход рассуждений в продуктивном направлении, но и выявить реальное положение дел по актуальной проблеме и проблемам, смежным с ней.

Основной особенностью эвристической беседы является то, что ее участники не получают готовые выводы и алгоритмы действий, это вопросно-ответная форма взаимодействия, в которой вместо сообщения участникам готовых знаний организатор мероприятия помогает им прийти к новым понятиям и выводам. Осуществляется это путем правильно поставленных вопросов и задействования участниками своего опыта, имеющихся знаний и наблюдений. Характерной особенностью такой беседы является выдвижение проблемы, которая требует решения. Для этого задается серия взаимосвязанных вопросов, которые вытекают один из другого. Каждый из подвопросов представляет собой небольшую проблему, но в совокупности они ведут к решению основной проблемы, поставленной перед участниками мероприятия. Вопросы здесь играют очень важную продуктивно-познавательную функцию. Кроме того, эвристическая беседа не допускает грубого и чрезмерно обобщающего отношения к аудитории, когда на участников переносится ответственность за все негативные события современных вызовов обществу.

Совмещение эвристической беседы с визуализированным и озвученным предметом обсуждения делает профилактическое мероприятие живым и интересным для его участников, включая в себя целый ряд обязательных факторов:

- наглядно представленный предмет обсуждения;
- неподдельный интерес к мнению участников мероприятия со стороны организаторов;
- возможность участника мероприятия высказать собственное мнение и быть понятым;
- возможность обсудить несколько точек зрения и прийти к общему выводу.

В ходе такого мероприятия могут демонстрироваться несколько крупных иллюстративных блоков (видеоролик, презентация, раздаточный материал) и каждый из них должен быть обсужден с аудиторией. Поэтому оптимальное количество таких иллюстративных этапов мероприятия – два-три, в таком объеме они не перегружают общий информационный объем мероприятия и оставляют время на конструктивное обсуждение и формулирование выводов.

Материализованным подкреплением выводов, к которым приходит в ходе эвристической беседы аудитория, могут быть буклеты или даже визитки, индивидуально получаемые участниками мероприятия. В этом случае значимость информации, зафиксированной в буклете (визитке) превалирует над красочностью оформления или ценой типографских услуг. Опыт показывает, что такой раздаточный материал не оседает в мусорных урнах.

Любое профилактическое мероприятие, помимо информационной функции, несет в себе обязательное мотивирующее воздействие на аудиторию: участники мероприятия получают эмоциональное

подкрепление – уверенность в том, что они теперь знают, как поступать и почему поступать именно таким образом. Такое мероприятие помогает его участникам почувствовать собственную значимость для вуза, продемонстрировать собственную осведомленность и актуализировать себя.

Таким образом, при подготовке профилактического мероприятия следует включать в его ход иллюстративные видеоматериалы и их обсуждение, а оптимальной формой проведения профилактического мероприятия с информированной, – или кажущейся себе таковой, – аудиторией является эвристическая беседа. Кроме того, качество мероприятия зависит от эмоционального посыла организаторов к участникам, который дает им стимул принимать грамотные решения и формирует убежденность в правомочности своих выводов. Эмоциональный посыл организаторов, доверительный тон и заинтересованное отношение к мнению участников мероприятия позволяют аудитории включиться в обсуждение без сопротивления во время мероприятия, а по окончании мероприятия сформировать грамотное отношение к вызову современного общества и знать, как поступать.

*POTAPOVA M.G., SEMENYAK O.V.  
Astrakhan State Technical University*

***RECOMMENDATIONS TO THE USE OF VARIOUS TYPES OF STATELESS MATERIAL  
IN THE PROPHYLACTIC DIRECTION OF WORK OF THE HIGHER EDUCATION.  
FROM THE EXPERIENCE OF THE PSYCHOLOGICAL SERVICE***

*Characterized by the concept of preventive measures, which in addition to the information function, carries an obligatory motivating effect on the audience: the participants of the event receive emotional reinforcement - the belief that they now know how to act and why they act in this way. Features of preparation and carrying out of preventive measures are analyzed.*

*Key words: the preparation of a preventive measure, the optimal form of carrying out a preventive measure with an informed audience, a heuristic conversation*