УДК 37.018.761

Ежов П.Ю.
к.п.н., доцент кафедры социальной психологии, конфликтологии и управления
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
г. Екатеринбург, Россия

Куликова Н.А.
Студент
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
г. Екатеринбург, Россия

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОНЛАЙН-АКЦИЯ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ТАБАЧНОЙ ЗАВИСИМОСТИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ «УЖЕ НЕ МОДНО!»: ОПЫТ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация

В статье приведен алгоритм создания и реализации международной молодежной социокультурной акции по профилактике табачной зависимости «Уже не модно!». Акция приурочена календарному событию «Всемирный день без табака». Для организации данной акции использована платформа Google: создание сайта, создание контрольного теста.

Ключевые слова: Google-формы, профилактика табачной зависимости, онлайн-акция, нулевой бюджет, доступность.

Ezhov P.Y.
Candidate of Pedagogic Sciences, associate Professor of the Department of social psychology, conflictology and management of the Ural state pedagogical University
Yekaterinburg, Russia
Kulikova N.A.
student of the Ural state pedagogical University
Yekaterinburg, Russia

INTERNATIONAL ONLINE CAMPAIGN FOR THE PREVENTION OF TOBACCO ADDICTION AMONG YOUTH «IS NO LONGER FASHIONABLE!»: EXPERIENCE OF CREATING AND IMPLEMENTING

Abstract

The article presents an algorithm for generating and realization of international youth social action for prevention of tobacco dependence «Is no longer fashionable!». The action is timed to the calendar event "world day without tobacco". For organizing this campaign used a platform of Google: create a website, create a controlled test.

Keywords: Google forms, tobacco addiction prevention, online promotion, zero budget, availability.

Международная молодежная онлайн-акция по профилактике табачной зависимости «Уже не модно!» стала итогом поиска инновационных социокультурных форм работы с молодежью, удовлетворяющих определенным требованиям. Коллективом разработчиков были определены требования акции. Среди них – социальная значимость, своевременность, доступность, активность участников, использование возможностей современных гаджетов и т.д. Определяющей также стала установка на нулевой бюджет акции. Возможность реализовать ее только своими силами и при использовании исключительно нематериальных ресурсов заинтересованных сторон. В разработке акции приняли участие студенты Института психологии Уральского государственного педагогического университета Гуральская Ксения, Емельянова Анна, Зайцева Екатерина, Закирова Эльвира, Зиганшина Юлия, Кочнева Анастасия, Куликова Надежда, Мащенко Мария, Халикова Галина. Непосредственное руководство созданием и реализацией акции осуществили студентка Института психологии ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» Куликова Надежда и доцент, кандидат педагогических наук Ежов Павел Юрьевич.

Для придания международной значимости акции в качестве событийной основы был выбран «Всемирный день без табака» 31 мая.

Название акции было сформулировано в результате проведения командой разработчиков Мозгового штурма. Среди прочих требований к названию была предусмотрена возможность проведения не «одноразовой» акции, а перспектива создания нескольких акций, связанных с современными зависимостями молодежи: алкогольной, «сетевой», пищевой и т.д. Не исключалась возможность создания серии мероприятий по профилактике социальных проблем, таких как коррупция, межнациональная вражда, экстремизм и др.

Форма и содержание. В соответствии с поставленными к акции требованиям была выбрана форма онлайн-акции. В качестве информационной основы был взят фильм Общественной организации «Общее Дело» «Секреты манипуляции - Табак (Курение)» [4].

На основании содержания фильма были составлен тест, включающий 25 содержательных вопросов и нескольких вариантов ответов на каждый вопрос.

Базой для создания «электронной площадки» акции послужила платформа Google. При создании материалов использовались специальные сайты и литература по конструированию Гугл-форм [3, 5, 7] .Сначала был создан сайт акции [6]. Структурно он включил следующие вкладки: «Главная», «Организаторы проекта», «Результаты», «Ответы теста», «Контакты».

На Главную страницу были выведены условия участия в акции, активная ссылка на фильм «Секреты манипуляции. Табак», кнопка перехода к участию в акции (Рис. 1).

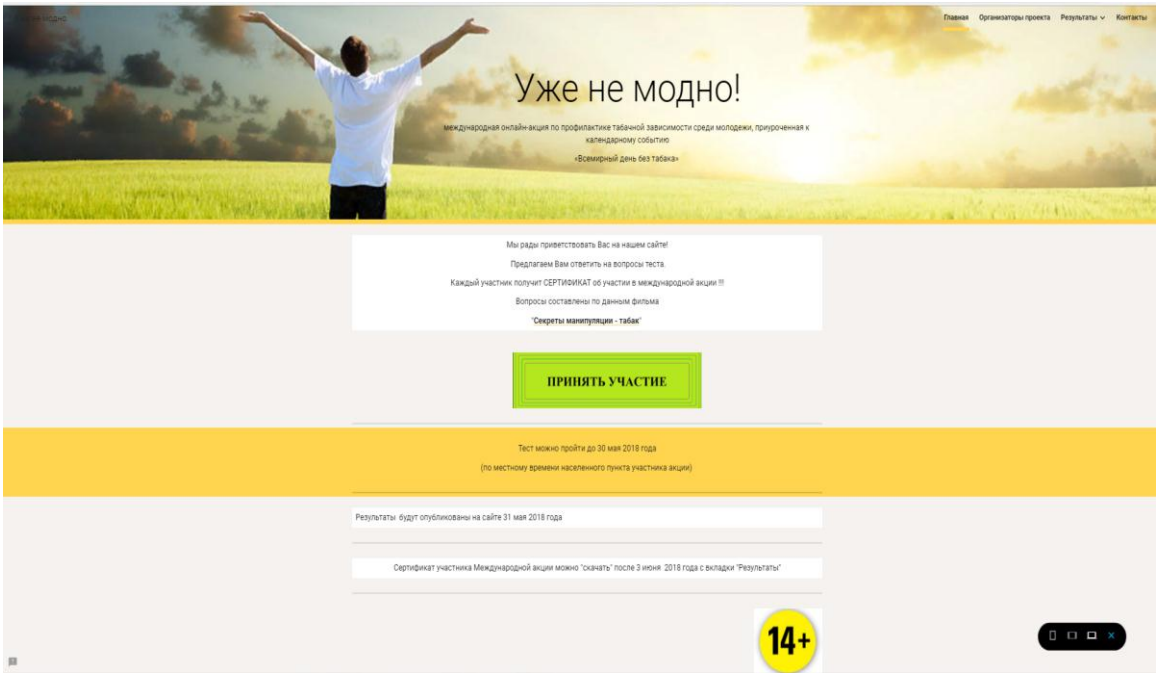


Рис. 1. Вкладка «Главная страница»

На вкладке «Организаторы проекта» были выведены логотипы организаций и активные ссылки на их сайты (Рис. 2).

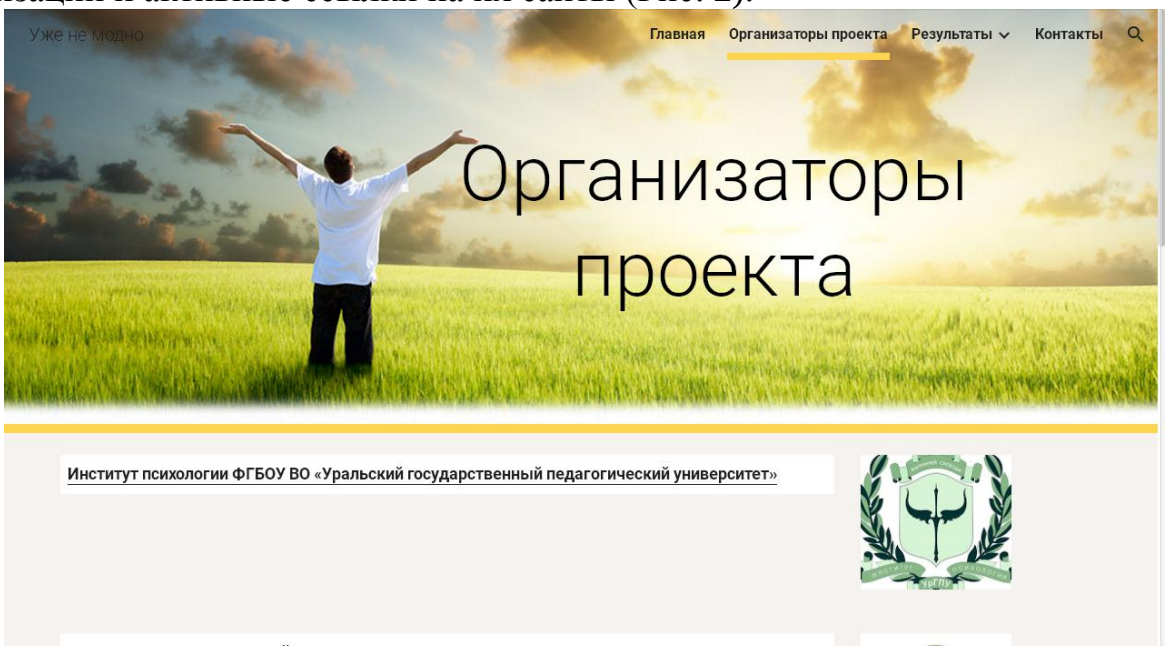


Рис. 2. Вкладка «Организаторы проекта»

При отсутствии логотипа, как например, у клиники ментального здоровья Доктора Александрова, была представлена фотография главного врача (Рис. 3).

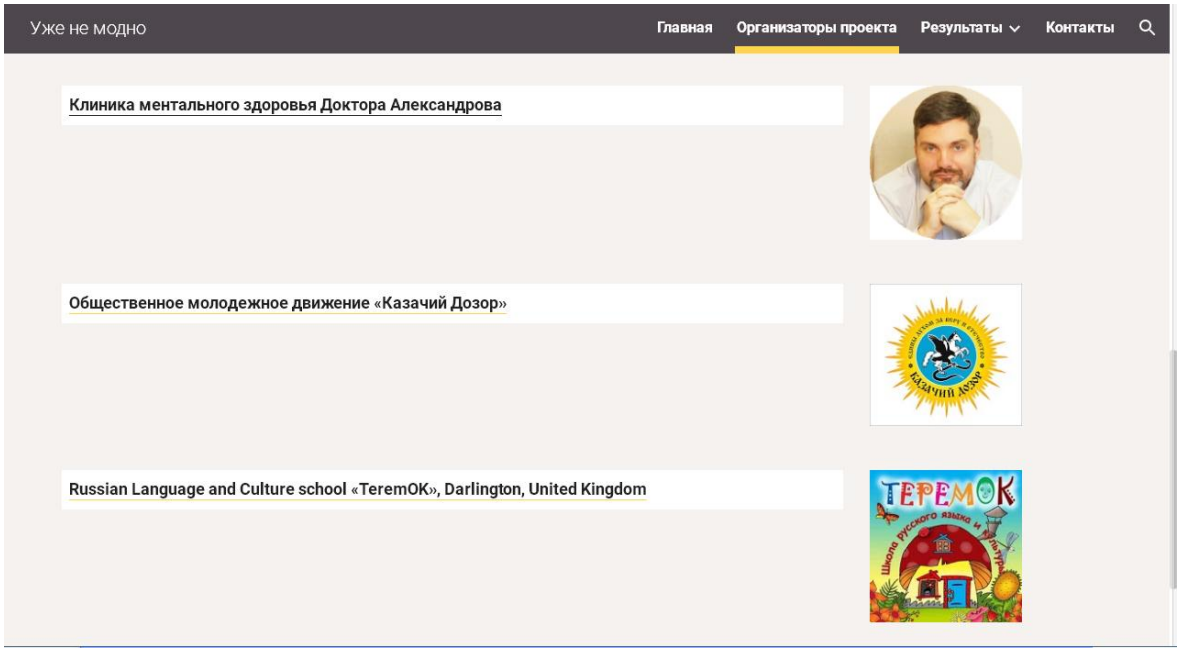


Рис. 3. Пример использования фотографии главного врача вместо логотипа

Всего в качестве организаторов выступили 6 организаций, в том числе 1 английская: Институт психологии ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», МБУ ДО «Детско-юношеский центр «Вариант», РОО СО Общество русской культуры «Отечество», Клиники ментального здоровья доктора Александрова, Общественное движение «Казачий Дозор» в Свердловской области, Russian Language and Culture school «TeremOK» (Darlington, United Kingdom).

Вкладка «Результаты» (Рис. 3) содержала клавишу перехода к результатам акции (Рис. 4) и клавишу для скачивания сертификата участника (Рис. 5). Сертификаты хранятся на бесплатно-предоставляемом файловом хранилище «Гугл-диск».

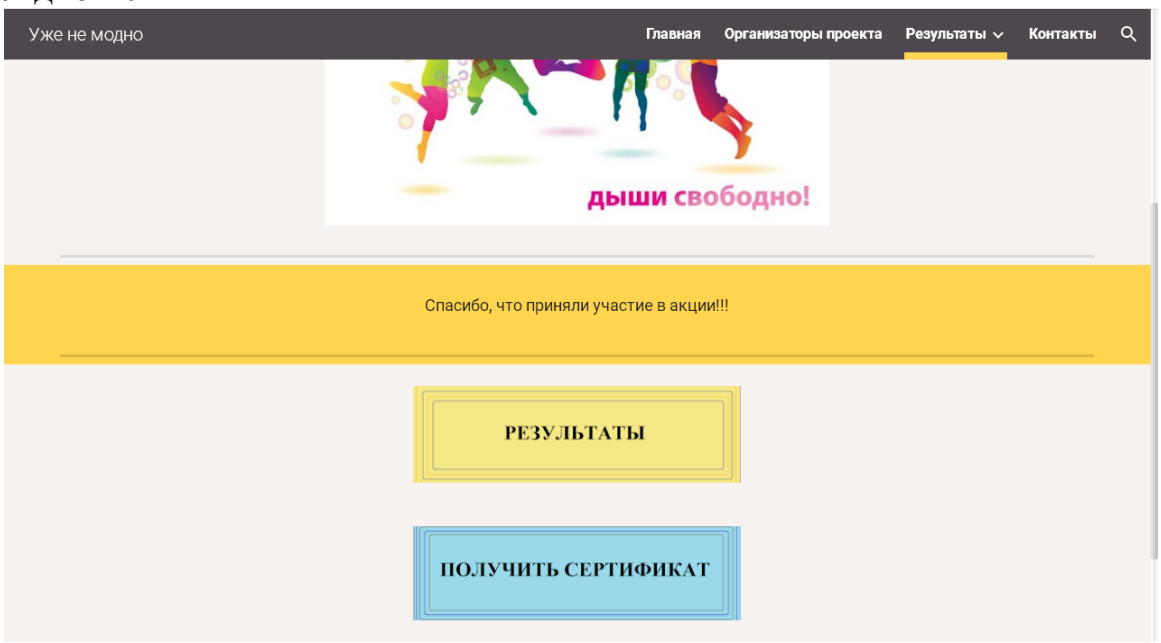


Рис. 3. Вкладка «Результаты»

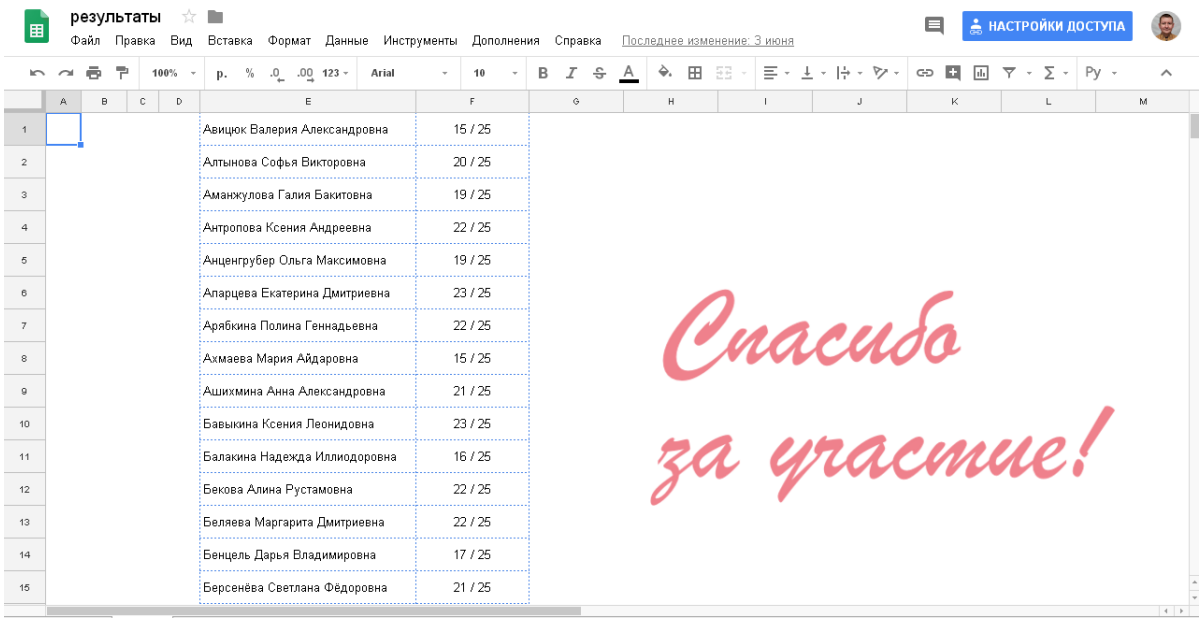


Рис. 4. Лист с результатами акции

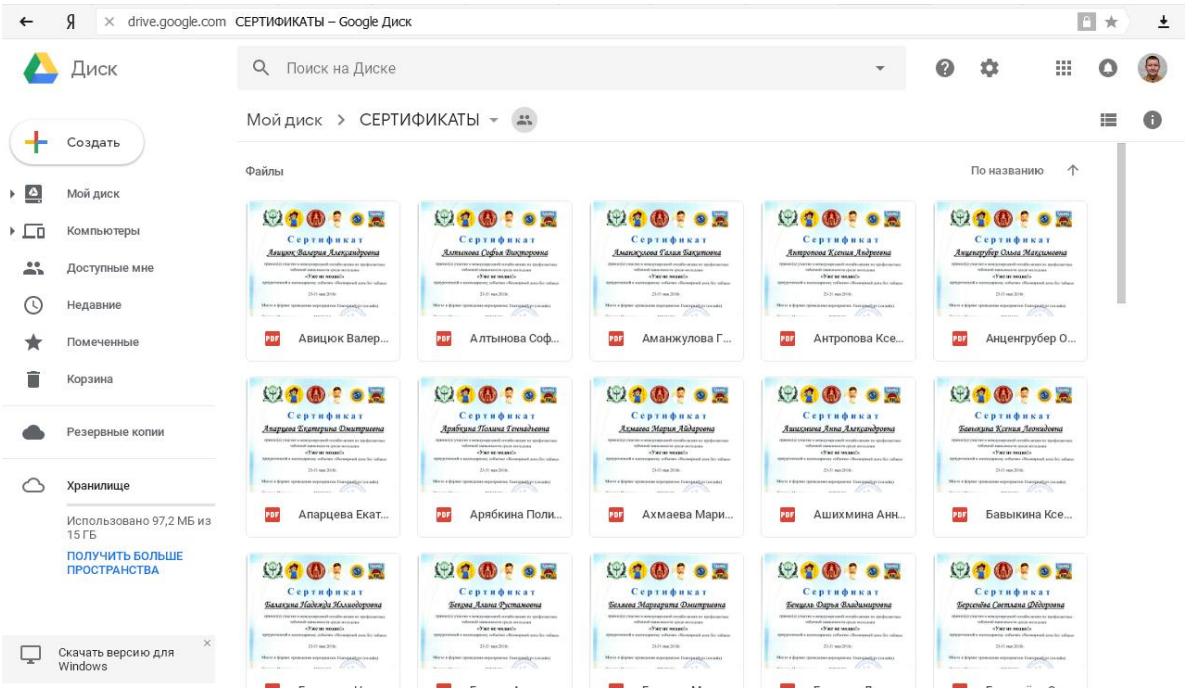


Рис. 5. Сертификаты участников

Ход участия в акции. По активной ссылке на Главной странице «Принять участие» посетитель сайта мог перейти к Гугл-форме с вопросами анкеты и тесту. Тест состоял из 25 вопросов. Вопросы были составлены по фильму «Секреты манипуляции».

Перед заполнением теста участникам было предложено оставить свою контактную информацию: Ф.И.О.; адрес электронной почты; страну и город проживания; представляемую организация и возраст (Рис. 6).

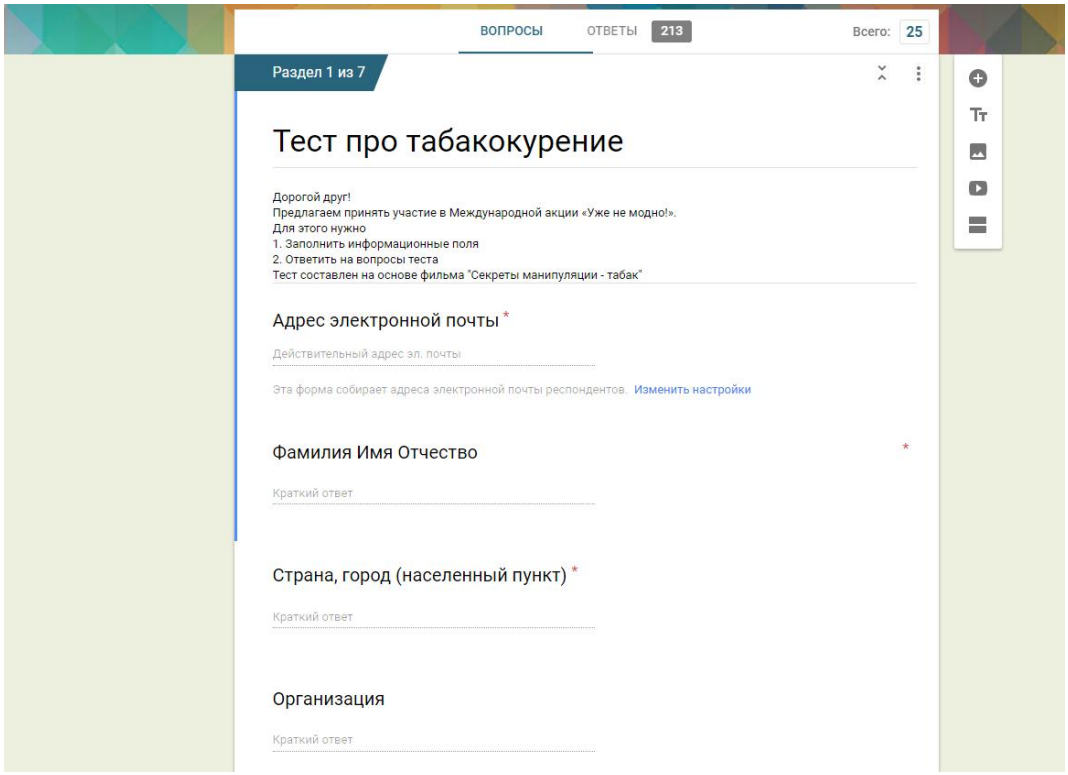


Рис. 6. Анкета участника.

Вопросы теста были разбиты на 5 блоков: состав сигареты, влияние курения на организм, курение и зависимость, манипуляции и статистика (Рис. 7, 8, 9).

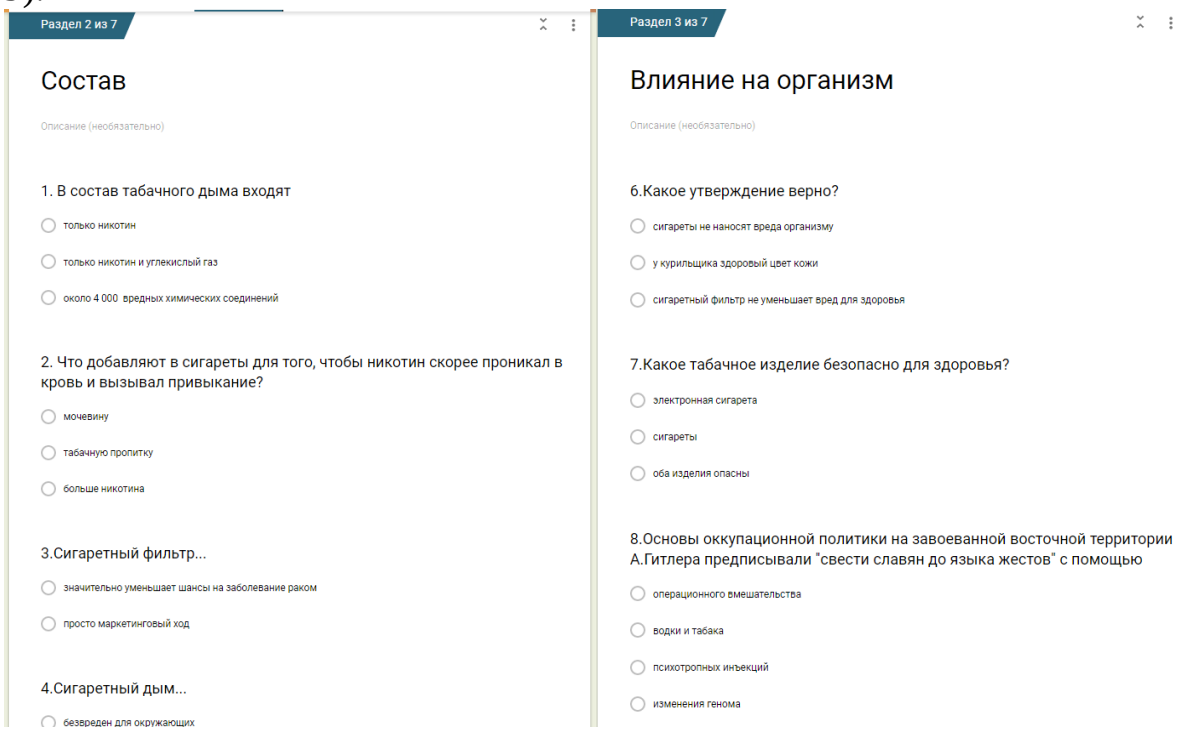
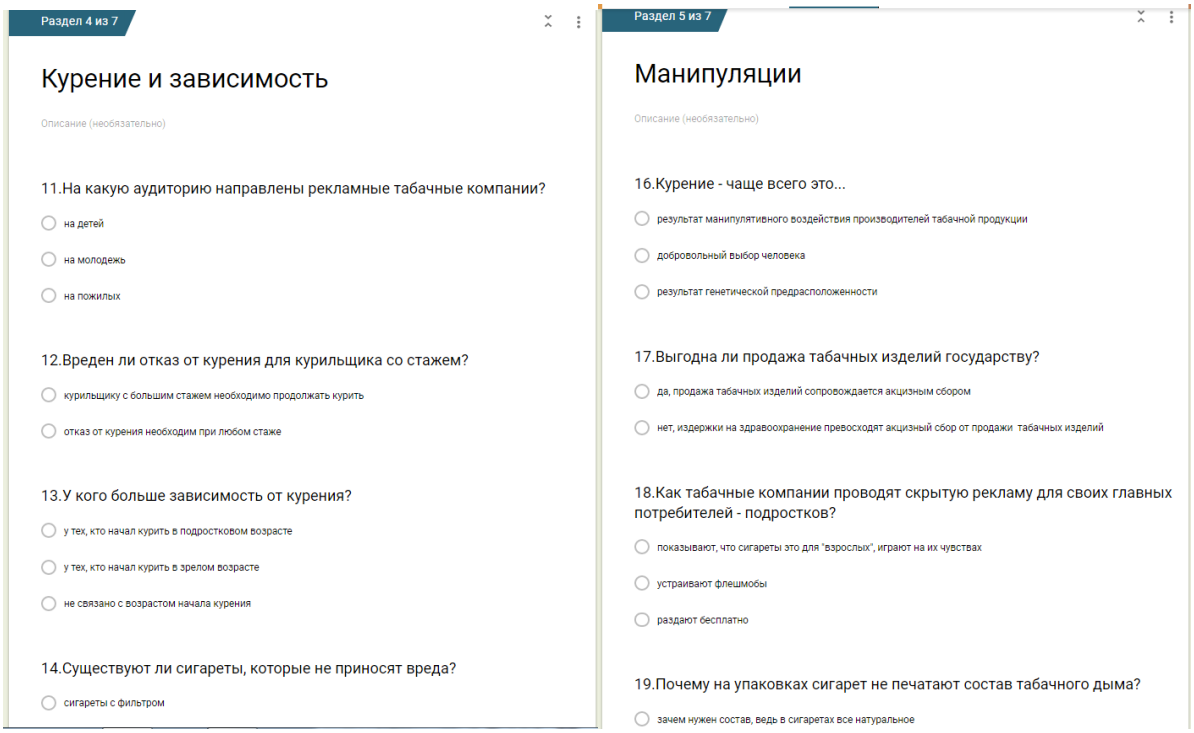


Рис. 7. Скриншот теста



Раздел 4 из 7

Курение и зависимость

Описание (необязательно)

11.На какую аудиторию направлены рекламные табачные компании?

- на детей
- на молодежь
- на пожилых

12.Вреден ли отказ от курения для курильщика со стажем?

- курильщику с большим стажем необходимо продолжать курить
- отказ от курения необходим при любом стаже

13.У кого больше зависимость от курения?

- у тех, кто начал курить в подростковом возрасте
- у тех, кто начал курить в зрелом возрасте
- не связано с возрастом начала курения

14.Существуют ли сигареты, которые не приносят вреда?

- сигареты с фильтром

Раздел 5 из 7

Манипуляции

Описание (необязательно)

16.Курение - чаще всего это...

- результат манипулятивного воздействия производителей табачной продукции
- добровольный выбор человека
- результат генетической предрасположенности

17.Выгодна ли продажа табачных изделий государству?

- да, продажа табачных изделий сопровождается акцизным сбором
- нет, издержки на здравоохранение превосходят акцизный сбор от продажи табачных изделий

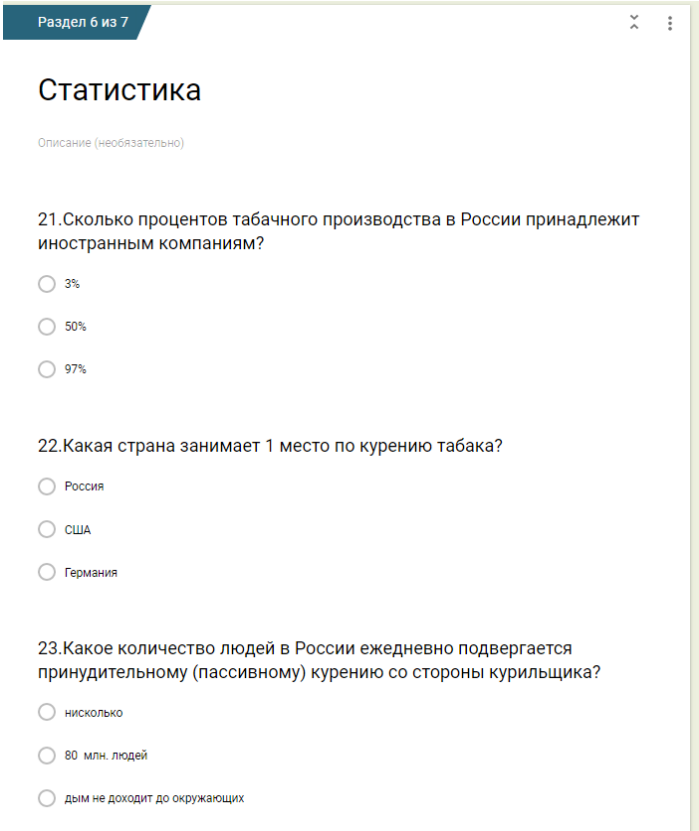
18.Как табачные компании проводят скрытую рекламу для своих главных потребителей - подростков?

- показывают, что сигареты это для "взрослых", играют на их чувствах
- устраивают флешмобы
- раздают бесплатно

19.Почему на упаковках сигарет не печатают состав табачного дыма?

- зачем нужен состав, ведь в сигаретах все натуральное

Рис. 8. Скриншот теста



Раздел 6 из 7

Статистика

Описание (необязательно)

21.Сколько процентов табачного производства в России принадлежит иностранным компаниям?

- 3%
- 50%
- 97%

22.Какая страна занимает 1 место по курению табака?

- Россия
- США
- Германия

23.Какое количество людей в России ежедневно подвергается принудительному (пассивному) курению со стороны курильщика?

- нисколько
- 80 млн. людей
- дым не доходит до окружающих

Рис. 9. Скриншот теста

После теста была размещена оценочная шкала. Было предложено оценить мероприятие по 5-бальной системе. Для оцени были выбраны 3 критерия [1, с. 158]: доступность изложения материала, полезность мероприятия, его «интересность» (Рис. 10).

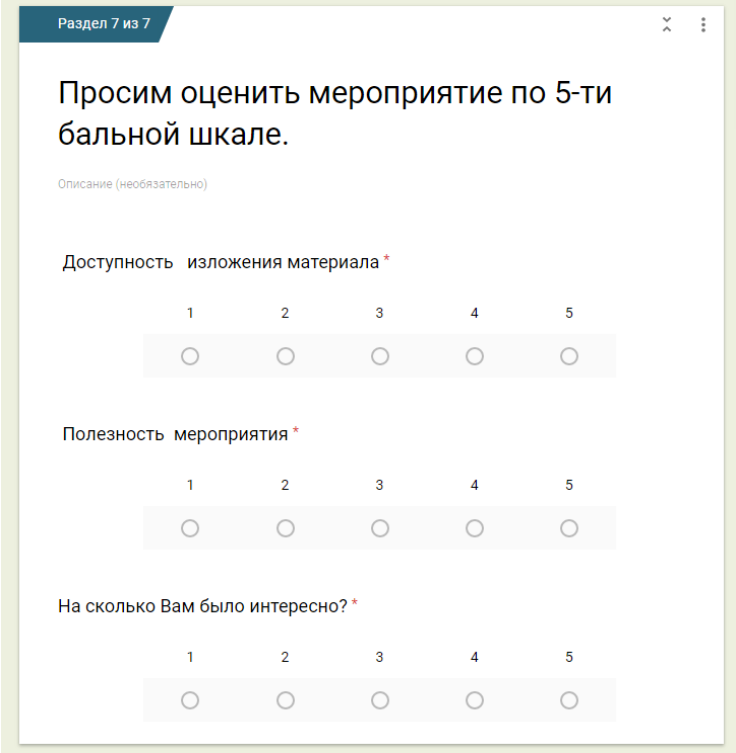


Рис. 10. Шкала оценки мероприятия

Согласно Положению о проведении международной онлайн-акции по профилактике табачной зависимости среди молодежи **«Уже не модно!»** [2] был предложен следующий порядок ее проведения. Информация об онлайн-акции была размещена на Интернет-сайтах заинтересованных организаций и Интернет-сайте онлайн-акции «Уже не модно!». Перейти на сайт акции можно было также по QR-коду (Рис 11). Использование QR-кода было призвано облегчить переход на сайт с помощью мобильных устройств.

8. УСЛОВИЯ АКЦИИ

- ✓ Участие в онлайн-акции добровольное.
- ✓ Участие в онлайн-акции бесплатное.

9. НАГРАЖДЕНИЕ

Все участники акции, ответившие на вопросы теста, получают электронный сертификат об участии в международной онлайн-акции.

10. КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

- ✓ eventezhovekb@gmail.com

Интернет-адрес сайта онлайн-акции

- ✓ https://sites.google.com/view/nemodno/главная?authuser=0
- ✓ QR

Рис. 11. Фрагмент Положения акции с QR-кодом

На сайте акции участникам предлагалась заполнить ценностно-ориентировочный тест по тематике онлайн-акции, состоящий из 25 вопросов. Тест был доступен для заполнения с 23 по 30 мая 2018г. (по местному времени населенного пункта участника акции). 31 мая 2018 года результаты теста были опубликованы на сайте онлайн-акции. 7 июня были сформированы электронные сертификаты участников онлайн-акции, доступные для «Скачивания» (Рис. 12). Сертификаты были изготовлены для каждого участника акции.

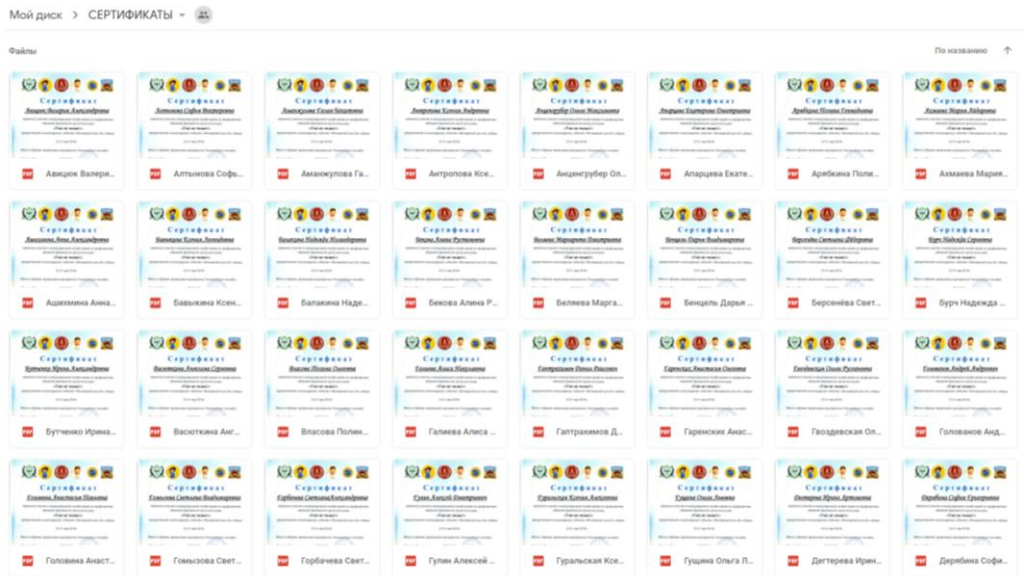


Рис. 12. Сертификаты участников

Итоги акции.

В онлайн-акции приняли участие 207 человек, среди которых:

– 13 граждан иностранных государств (Англии, Японии, Казахстана);
– жители 25 населенных пунктов России;
– 164 человека - молодежь до 35 лет (80%).
– Акция получила следующие оценки участников:
– доступность изложения материала – 4,67;
– полезность мероприятия – 4,63.
– интересность – 4,41.,

что свидетельствует об успешном опыте проведения данного мероприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ежов П.Ю. Критерии включения игры в детскую игровую программу / П.Ю. Ежов // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2016 № 2 (150). – С. 158–163.

2. Положение о проведении международной онлайн-акции по профилактике табачной зависимости среди молодежи «Уже не модно!»

[Электронный ресурс]. / П.Ю. Ежов. URL: https://drive.google.com/file/d/1M5WpysUtcBh8GL7CD4ZPYrSfZKgxjSbe/view?usp=sharing (дата обращения 15.05.2018)

3. Продукты Google [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.ru/about/products/ (дата обращения 15.05.2018)

4. Секреты манипуляции - Табак (Курение) [2014] [Электронный ресурс] : документальный фильм / Общественная организация «Общее Дело». Электронные видео данные (1файл : 0:25:28 ч). 27.10.2011. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FYXpz-YqzQo&t=621s, свободный (дата обращения 15.05.2018)

5. Сидорова Е. В. Используем сервисы Google: электронный кабинет преподавателя / Е. В. Сидорова и др. / СПб.: 2013 – 288 с.

6. Уже не модно! Международная онлайн-акция по профилактике табачной зависимости среди молодежи, приуроченная к календарному событию «Всемирный день без табака» [Электронный ресурс] / Институт психологии ФГБОУ ВО "Уральский государственный педагогический университет" ; Ежов П.Ю. URL: https://sites.google.com/view/nemodno/главная?authuser=0 (дата обращения 15.05.2018)

7. Якуба Сергей. Сервисы Google для образования. Часть 1 / Якуба Сергей и др. / М.: Издательские решения 2017.