

Онлайн-занятие
по проектной деятельности в зимний период
по направлению Лесная охрана
ТЕМА: ОРГАНИЗАЦИЯ НАГЛЯДНОЙ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ
ПРОПАГАНДЫ

Предусмотрено по теме 1 занятие: теоретическая часть (45 мин),
1 практическое занятие (45 мин).

Цели занятия: приобретение знаний по организации противопожарной пропаганды.

Задачи:

обучающие: познакомить с алгоритмом разработки листовок и аншлагов.

развивающие: развивать умение создавать противопожарные аншлаги и листовки, сформировать навыки совместной работы, умения работать самостоятельно.

воспитательные: воспитывать чувство бережного отношения к природе и к своему здоровью.

Планируемые результаты: обучающиеся познакомятся с биологией цветения и плодоношения различных пород, лесным районированием. Научаться проводить фенологические наблюдения, собирать плоды и шишки, подготавливать их на хранение. Познакомятся со способами отбора деревьев для сбора лесосеменного материала, определение всхожести семян.

Оснащение рабочего места: мультимедийное оборудование, презентация, карточки с изображениями противопожарными аншлагов и листовок.

Тип занятия: изучение нового материала.

Форма занятия: коллективная

План занятия

1. Организационный момент.
2. Мотивация учебной деятельности.

3. Теоритическая часть.
 - 3.1. Виды, методы и средства противопожарной пропаганды
 - 3.2. Организация устной лесоохранной пропаганды
 - 3.3. Организация наглядно - изобразительной пропаганды
4. Практическая часть.
 - 4.1. Заготовка шишек в зимний период
 - 4.2. Определение качества семян
 - 4.3. Расчеты количества семян с одного дерева.
5. Рефлексия. Подведение итогов занятия.
6. Аналитическая часть.

Теоретическое часть

Ход занятия

- 1. Организационный момент.** Приветствие обучающихся и настрой на работу.
- 2. Мотивация учебной деятельности.**
 - В практику противопожарной пропаганды должно быть введено неукоснительное правило: давать населению в различных формах на входе в лес своевременную достоверную информацию о пожарной обстановке в лесу. Как можно информировать население о пожарной обстановке в лесу?

Ответы детей:

Концепция противопожарной пропаганды должна исходить из стремления при вить населению не только осторожное, но и грамотное обращение с огнем, предотвращающее возникновение пожаров, а в случае загораний не допускающее распространение огня на окружающие лесные участки.

Определение темы и сообщение цели занятия.

Педагог сообщает тему и цели занятия.

Подготовка к изучению нового материала.

Главная идея противопожарной пропаганды заключается в объяснении людям простой истины: основное зло не в том, что человек пользуется огнем в лесу, а в том, что он им пользуется неправильно. При правильном использовании огня его распространение на окружающие лесные участки исключено. Человек должен понять, как правильно пользоваться огнем в лесу, научиться этому в совершенстве.

Проблемный вопрос для обсуждения:

Противопожарная пропаганда в настоящее время в основном формирует у людей жалость к лесу и его обитателям. Эта психологическая установка обоснована. Однако нельзя ограничиваться только общими закливаниями типа «Береги лес от пожара», «Лес – наше богатство». Что в первую очередь объяснять людям в первую очередь?

Ответы детей:

3. Теоретическая часть.

3.1. Виды, методы и средства противопожарной пропаганды

Основные виды пропаганды, традиционно применяемые лесной охраной, – устная, печатная и наглядно иллюстративная. В последние годы, в связи с повышением значимости профилактических мер по предупреждению лесных пожаров в системе противопожарных мероприятий возросла роль натурной пропаганды, непосредственным участником которой является лес. Очевидно, что в связи с ростом экологического сознания общества в ближайшей перспективе следует ожидать дальнейшего повышения удельного веса общественно массовых пропагандистских мероприятий.

Деление противопожарной пропаганды по видам можно считать условным, но оно необходимо для определения и выбора основных направлений пропагандистской деятельности в зависимости от особенностей лесных территорий и состава населения. При системном подходе к организации противопожарной пропаганды все эти виды используются комплексно.

Вид пропаганды	Метод пропаганды
Устная	Беседа, выступление, инструктаж, предупреждение, лекция, доклад
Наглядно-изобразительная	<i>Плоскостные формы:</i> Плакат, аншлаг, баннер, рисунок, схема, чертеж, план, фотография, слайд, диафильм. <i>Объемные формы:</i> Макет, модель, муляж, чучело, скульптура (образы животных – символов леса, персонажи сказок, легенд, преданий и т.п.)
Печатная	Лозунг, призыв, листовка, памятка, буклет, календарь, статья, брошюра, книга и др.
Натурная	Экологические тропы, туристические маршруты, благоустроенные стоянки и рекреационные зоны отдыха в лесу, школьные лесничества
Общественно-массовая	Дни леса, конкурсы, слеты, экологические субботники, экологические митинги, шествия и манифестации, экологические и природоохранные конференции, семинары, совещания, съезды
Театрализованные формы, шоу	Театрализованные представления, агитпоезда, агитационные акции на транспортных средствах и другие передвижные формы, выставки, стенды

Методы пропаганды – различные приемы и способы (формы) подачи (доведения, распространения) пропагандистского материала. Например, рассказ или показ, демонстрация натуральных образцов или воспроизведение с помощью технических средств основных положений Правил пожарной безопасности, приемов устройства места для костра или его гашения, тушения очагов лесных пожаров и других полезных сведений и фактов, способствующих запоминанию информации и выработке устойчивых стереотипов безопасного поведения людей в лесу.

Средства пропаганды – все то, что обеспечивает эффективное проведение пропагандистских мероприятий, начиная с устного слова, средств печати, наглядно иллюстративных средств и кончая современными средствами статической и динамической проекции, звуко и видеозаписи, звуко и видеовоспроизведения.

Средство пропаганды	Инструмент пропаганды
Средства массовой информации	Печатные издания, кинофильмы, киноролики, радиопередачи, телепередачи, рекламные клипы на радио и телевидении
Технические средства	Фотоаппарат, киноаппарат, диапротектор, проигрыватель, аудио- и видеоманитофоны, видеокамера, телевизор, диктофон, звукоусилительная установка, компьютерная техника и др.
Комбинированные средства	Агитационный поезд, самолет, вертолет, автомобиль, катер, музей, выставка

3.2. Организация устной лесоохранной пропаганды

В устной пропаганде особо следует выделить выступление, инструктаж, предупреждение.

Выступление планируется заранее и, как правило, приурочивается к производственным совещаниям и собраниям трудовых и общественных коллективов. Выступление следует проводить в начале собрания, затрачивая на него не более 20 минут. При большей продолжительности выступления трудно удержать внимание аудитории.

Обязательный инструктаж по правилам пожарной безопасности в лесах проводится в тех предприятиях и организациях, которые работают в лесу на территории лесхоза или лесничества. Инструктаж может включаться в выступление.

В течение пожароопасного сезона посетители леса при встрече с работниками лесной охраны обязательно должны предупреждаться о необходимости осторожного обращения с огнем. Недооценивать такую форму работы, как предупреждение, не следует. Когда посетителям леса были предложены на выбор семь видов противопожарной пропаганды – лекции, беседы, доклады, радио, телевидение, кино, предупреждение, – 52% поставили на первое место предупреждение. Психологически это объясняется тем, что такая форма пропаганды в наибольшей степени соответствует местонахождению людей (в лесу) и непосредственное личное обращение работника лесной охраны заставляет более ответственно обращаться с огнем.

3.3. Организация наглядно - изобразительной пропаганды

Поведением людей управляют не только ситуации, но и различного рода знаковые сообщения, роль которых в лесу выполняют плакаты (аншлаги).

Подавляющее большинство загораний возникает вследствие непреднамеренных действий посетителей леса (машинально брошенные окурки или спички, оставленные без присмотра костры и т.п.). Поэтому основное назначение средств наглядной пропаганды и агитации в лесу – напомнить о необходимости соблюдать правила пожарной безопасности.

Преимущество плакатов и аншлагов заключается в воздействии на людей непосредственно в лесу на достаточно обширной территории.

При этом следует учитывать, что, как правило, основное количество загораний возникает вдоль дорог, тропинок, ручьев, вблизи населенных пунктов. Поэтому размещение средств наглядной агитации планируется на этих участках, в первую очередь вдоль дорог, проходящих в хвойных молодняках и старых горельниках, на участках поврежденного леса (ветровал, бурелом), в торфяниках, на лесосеках с оставленными порубочными остатками и заготовленной древесиной, в местах с подсохшей травой, где загорания наиболее опасны и борьба с ними осложнена из-за свойств горючих материалов.

Плакаты рассчитаны в основном на проходящих или проезжающих мимо людей. Поэтому для их установки необходимо выбирать стратегически важные пункты – перекрестки автомагистралей и дорог, ведущих в лес, места пересечений их с тропами, реками, насаждениями высокого класса пожарной опасности и т.п., так как содержание плакатов и аншлагов должно отражать конкретные правила пожарной безопасности, которые люди запоминают непроизвольно. Здесь неприемлемы излишняя детализировка и многокрасочность изображения, длинные тексты, так как объем информации, воспринимаемой человеком, особенно в движении, ограничен. Оптимальное количество слов, изображений или цветов на плакате должно быть в пределах пяти–семи, но не более девяти, а вдоль автомобильных дорог, где скорость передвижения высокая, – не более трех–четырех. Стихотворные строки, четверостишия легче запоминаются, более эмоциональны, но их следует помещать вдоль пешеходных путей, где скорость движения ниже.

Плакаты, установленные у дороги или тропы, не должны сливаться с окружающим ландшафтом. Плакаты размером 90х120 см с высотой букв 8–10 см отчетливо видны в лесу с расстояния 5–10 м.

Лучшими местами для установки плакатов являются такие, где у человека снижаются темп и ритм движения. Например, на остановках

транспорта, у регулируемых переездов, у билетных касс, на выходе из автобусов, электричек и т. п., в специально оборудованных для отдыха местах, укрытиях от непогоды и др. Здесь количество плакатов на самые разнообразные лесопожарные темы может достигать нескольких штук, а их изображения и тексты могут быть более подробными, поскольку люди имеют время для ознакомления с ними.

Плакаты привлекают внимание непродолжительное время и в случае длительного нахождения на одном и том же месте «не работают», так как люди привыкают к ним и не обращают на них внимание. Продолжительность рассматривания плаката на второй день падает вдвое и т.д. Поэтому необходимо переставлять или заменять средства наглядной пропаганды хотя бы один раз в месяц. Для этого следует иметь набор плакатов, а также резервные установочные места, где плакаты устанавливаются не регулярно, а с перерывами. Имея небольшое число плакатов, но меняя их местами, можно добиться, чтобы они вызывали интерес на протяжении всего пожароопасного сезона.

По окончании пожароопасного сезона (наступление устойчивых дождей) все средства наглядной пропаганды в обязательном порядке убираются.

Помимо средств наглядной пропаганды, устанавливаемых в лесу, следует широко использовать также плакаты, отпечатанные на бумаге. Обычно их размещают в производственных помещениях, конторах лесничеств, лесхозов, леспромхозов, музеях и уголках природы, клубах, на автовокзалах, речных и железнодорожных вокзалах, стоянках транспорта и т.п.

В связи с особенностями размещения содержание плакатов должно быть ориентировано не столько на призывы беречь лес от огня и соблюдать те или иные правила пожарной безопасности в лесах, сколько на раскрытие значения лесов в сохранении экологического равновесия, последствий лесных пожаров. Такие плакаты в большей степени должны затрагивать эмоциональную и

эстетическую сферы человека и быть высокого художественного качества. В плакатах также можно использовать рисунки и фотографии. Разумеется, создание привлекательных плакатов требует наличия хорошей полиграфической базы, кропотливой длительной работы, привлечения высококлассных специалистов. Вместо плакатов «Берегите лес от пожара» с горящей елочкой и коробком спичек нужны реалистичные изображения того, что делает огонь с живыми существами, информирование, насколько ядовит дым, сколько заболеваний он провоцирует. Надо убеждать население, что главная причина лесных пожаров — неосторожное обращение с огнем, а не молнии.

Плакаты, изготовленные на бумаге, можно использовать также для размещения на специальных досках, установленных в лесу. В этом случае их содержание может быть более конкретным и соответствовать местным особенностям. Периодичность замены – не реже одного раза в месяц. Печатные средства наглядной пропаганды и агитации (рисунки и фотографии) используют в средствах массовой информации, помещают на товарах массового спроса (наклейки на спичечных коробках, изображения на сумках, рюкзаках, палатках, конвертах и т. п.), транспортных средствах, движущихся через лес (лесовозы, автобусы и др.), при оформлении музеев и уголков природы и т.д.

4. Практическая часть

Место проведения: Учебный класс.

Оборудование: ноутбук, бумага, канцтовары.

1. Объяснение ключевых и понятий (с демонстрацией презентации или видеороликов).

Аншлаг;

Листовка;

Противопожарная беседа.

2. Выполнение практического задания

Сегодня мы с вами познакомимся с созданием противопожарных листовок и аншлагов. Давайте теперь на практике попробуем создать противопожарную листовку или аншлаг.

5. Рефлексия. Подведение итогов занятия.

6. Аналитическая часть

После завершения занятия педагогу необходимо проанализировать занятие:

- достигнуты цель и задачи;
- подходит выбранная форма занятия для данной группы обучающихся;
- на какие вопросы трудно обучающимся было отвечать.

Контрольные вопросы:

1. Что такое листовка?
2. Что такое аншлаг?
3. С помощью чего можно провести противопожарную агитацию?
4. Как правильно сделать листовку?
5. Как правильно сделать аншлаг?
6. Что должно быть в структуре листовки?