

нения, обеспечивающий успешность (результативность) деятельности, который выражает отношение к себе как к человеку, способному достичь успеха в каком-либо из ее видов. Важным моментом при рассмотрении самооффективности в связи с проблемой формирования профессиональной компетентности в вузе является вопрос о её структуре, а именно является ли самооффективность обобщенной, относительно постоянной характеристикой личности, охватывающей практически все сферы ее существования, или же она проявляется по-разному в различных областях жизнедеятельности. А. Бандура полагает, что представления о своей эффективности не являются глобальными диспозициями, а зависят от специфики конкретной ситуации, меняясь в зависимости от обстоятельств. Он говорит о наличии «множества образов самооффективности, которые варьируют от одного вида деятельности к другому, от одного уровня сложности – к другому, а также от одних обстоятельств – к другим» [3]. Исходя из этого, он считает более целесообразным для исследования личной эффективности применять не обобщенные опросники самооффективности как некоего генерализованного образования, а шкалы самооффективности в разных видах деятельности. Несмотря на это известны исследования, в рамках которых самооффективность оценивается как некая обобщенная характеристика.

Анализируя данные подходы, мы в большей степени склоняемся к идее о приоритетном выделении самооффективности в каждом конкретном виде деятельности, поскольку очевидно, что в разных ситуациях ожидания субъекта относительно результатов своего поведения могут существенно отличаться. В то же время нам нецелесообразным полностью исключать характеристику общей самооффективности будет оказывать влияние на ее частные проявления в отдельных видах деятельности. В связи с актуализированной проблемой формирования профессиональной компетентности в вузе помимо общей самооффективности наибольший интерес для представляет самооффективность в профессиональной деятельности в целом и как более частное ее проявление – восприятие эффективности собственных действий при реализации конкретных профессиональных компетенций.

Таким образом, исследование самооффективности в профессиональной деятельности актуально в связи с важными прикладными задачами, стоящими перед психологией в свете внедрения компетентностного подхода в образование. Поскольку отношение профессионала к себе, как к компетентному специалисту может оказать заметное влияние на его успешность при осуществлении профессиональных функций, в качестве перспектив исследования выделим необходимость детальной разработки структуры самооффективности, выявления психолого-педагогических условий ее формирования в условиях обучения в вузе.

1. Гордеева Т.О. Гендерные различия в академической и социальной самооффективности и копинг-стратегиях у современных российских подростков / Т.О. Гордеева, Е.А. Шепелева // Вестник Московского университета. Сер. 14: Психология. – 2006. – № 3. – С. 78–85.

2. Гайдар М.И. Динамика личностной самооффективности студентов-психологов в период обучения в вузе / М.И. Гайдар // Известия Волгоградского педагогического университета. – 2008. – № 9. – С. 264–268.

3. Кричевский Р.Л. Самооффективность и акмеологический подход к исследованию личности / Р.Л. Кричевский // Акмеология. – 2004. – № 1. – С. 47–52.

## **СОЗДАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ СРЕДЫ В УЧРЕЖДЕНИИ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

*Корепанова О.С.,*

*магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Амасович Н.В., канд. пед. наук, доцент*

В связи с постоянными социально-экономическими изменениями, которые происходят в современном обществе, приоритетными выступают задачи, связанные с решением нормативно-правового обеспечения деятельности и взаимоотношений живущих в нем людей. Дошкольное образование, как часть общей сферы деятельности, также требует такого регулирования. Одним из средств и условий, обеспечивающих эффективность ка-

чества управления и образования детей дошкольного возраста, является правовое пространство и развивающая среда учреждения дошкольного образования.

**Материалы и методы.** В процессе работы нами были использованы следующие методы исследования: системно-структурный, конкретно-социологический, метод сравнительно-правового анализа [6].

**Результаты и их обсуждение.** Разделяя мнение ученых (Т.Н. Доронова, Н.А. Короткова, Н.А. Реуцкая, Н.Я. Михайленко) мы рассматриваем среду, прежде всего, как основу построения взаимодействия с детьми и фактор социального развития ребенка. [4]. Правовое пространство определяется для нас как часть среды, где отношения между людьми, регламентированные сводом норм, принятых в порядке, установленном указанным обществом. В качестве рабочего определения понятия образовательно-правовой среды учреждения дошкольного образования мы используем следующее:

Образовательно-правовая среда учреждения дошкольного образования – это система материальных и духовных объектов деятельности субъектов образовательного процесса, функционально моделирующая содержание их развития и регламентируемая нормативно-правовыми актами.

Несомненный интерес для практической реализации компонентов правового поля учреждения дошкольного образования представляет рассмотрение путей их реализации.

Остановимся на кратком рассмотрении данных позиций. Анализ предметно-развивающей среды учреждений дошкольного образования г. Витебска показал, что их можно структурировать в следующие группы:

**Пространственно-предметный компонент.** Его содержанием является физическое окружение, к которым относятся: особенности архитектуры здания. В контексте создания образовательно-правовой среды приоритетной задачей будет выступать ориентация педагогов на реализацию принципов организации архитектурной среды дошкольных учреждений: функциональное зонирование, гибкость планировки, многофункциональность пространств.

Прежде всего это доступность сетевого информационного пространства, досок информации, наглядных стендов правового содержания для участников образовательного процесса. Регулярное обновление и сопровождение информационного пространства, своевременное обновляется подбор методической литературы в библиотеке методического кабинета в контексте формирования правовой компетентности субъектов образовательного пространства.

Основной частью социального компонента выступает человеческий фактор. Для него используется определенный способ взаимодействия включённых в неё участников следующего типа культуры «форма детско-взрослой общности». Учитывается грамотность педагогов и родителей для эффективности сотрудничества используется тестирование, подбор персонала, подготовка воспитанников, наблюдение, работа с родителями.

**Технологический компонент.** Его суть программа обучения. Информация для участников образовательного процесса может размещаться на официальных сайтах учреждений образования, в группах, созданных в социальных сетях, электронные библиотеки в электронных образовательных ресурсах и т.д., где и происходит обмен и накопление официальной и частной информации. Выдвигаются требования к данной информации актуальность, оперативность, достоверность и целостность, полнота, четкость структуризации, распределение данных по тематическим рубрикам. Применяются также курсы повышения квалификации, семинары, родительские собрания, мастер-классы, учебные дисциплины, мероприятия [1]. Именно данные средства создают единое информационное правовое – образовательное пространство.

**Заключение.** Современный ребёнок подвержен информационному штурму от того, какими сведущими в области права они станут, зависит, что ждет нашу страну через десятки лет. Сознательные родители и педагоги это понимают и делают все возможное, чтобы дети были образованными в области правовых знаний. Приоритетными направлениями для нас остаются использование современных технологий обработки и распространения информации и дальнейшее развитие правовой грамотности старших дошкольников [5].

1. Виноградова, Н.А. Интерактивная предметно-развивающая и игровая среда детского сада / Н.А. Виноградова, Н.В. Микляева. – М.: УЦ "Перспектива", 2011. – 208с.
2. Комарова, О. А. Взаимодействие педагога и детей старшего дошкольного возраста в предметно-игровой среде дошкольного образовательного учреждения: автореф. дис. ... канд. пед. наук: (13.00.02) / О. А. Комарова. – М., 2012. – 23
3. Новосёлова, С.Л. Развивающая предметная среда: Методические рекомендации по проектированию вариативных дизайн-проектов развивающей предметной среды в детских садах и учебно-воспитательных комплексах. – М., 2001 – 74 с.
4. Короткова, Н. А. К проблеме организации предметной развивающей среды для детей старшего дошкольного возраста / Н. А. Короткова // Ребенок в детском саду. – 2007. – № 4. – С. 6–9.
5. Правовое воспитание старших дошкольников как психолого-педагогическая проблема Кизик О.БГПУ, г. Минск; (науч. рук. – канд. пед наук, доц. Н.В. Литвина) М., 2001 – 68 с.

## СПОСОБЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ НА АУДИТОРИЮ ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТА

*Куксенюк В.В.,*

*студентка 5-го курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Семенова Н.С., старший преподаватель*

В современном мире при быстро развивающихся технологиях информация становится все более доступной для общества. Организации стараются разными каналами и средствами рассказать о себе и привлечь аудиторию. На данный момент одним из самых эффективных способов передать информацию большой аудитории является реклама. Реклама стала неотъемлемой частью нашей жизни и представить себе мир без рекламы уже практически невозможно. В связи с востребованностью рекламы на рынке встает вопрос о ее содержании, способах, инструментах воздействия на аудиторию.

Цель исследования – рассмотреть способы и инструменты психологического воздействия наружной социальной рекламы, а также проанализируем исследование по теме: психологическое воздействие рекламы на аудиторию юношеского возраста.

Актуальность данной статьи обусловлена широким использованием социальной рекламы в Республике Беларусь как инструмента коммуникации. В настоящее время именно социальная реклама нацелена на утверждение в обществе морально-нравственные принципов и ориентиров, на формирование ценностей, способствующих полноценному гармоничному развитию личности.

**Материал и методы.** Теоретический анализ учебной и научной литературы по исследуемой теме, анкетирование «Коммуникативная эффективность социальной рекламы» И. Калачевой. [1, с.99], математическая обработка данных.

**Результаты и их обсуждение.** Инструменты психологического воздействия в рекламе делятся на визуальные и вербальные. К визуальным инструментам воздействия относятся: сюжетная линия, иллюстрация, графические изображения, видеоряд, шрифт, цветовая картинка, сбалансированность, контрастность, пропорциональность, последовательность, целостность, персонажи. К вербальным инструментам воздействия относятся: слоган, текст и стиль [1, с. 79]. В наружной социальной рекламе Республики Беларусь используют все перечисленные выше инструменты воздействия. Как правило, длинный рекламный текст будет восприниматься медленнее и хуже, чем если бы текст заменили изображением, то информация воспримется гораздо быстрее и правильно переработано потребителем. Два человека, читая один и тот же текст, видят его для себя по-разному, а иллюстрацию люди чаще всего понимают одинаково, другими словами, психологическое воздействие наружной рекламы с помощью изображения является наиболее эффективным.

Существует ряд способов психологических воздействий. А.Н. Лебедева-Любимова выделяют следующие способы: гипноз, внушение, подражание, заражение, убеждение, стереотип, имидж, механизм «ореола», идентификация, технология «25 кадра», рекламные шоу, нейролингвистическое программирование, социально психологическая установка [2, с.278]. Изучив способы психологического воздействия, можно определить, что не все представленные способы, используются в социальной рекламе Республики Беларусь. Из перечисленных способов психологического воздействия в социальной рекламе