

ГЕРОИ, О КОТОРЫХ МЫ НЕ ЗНАЛИ

Концепция проекта

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2018

ИНФОРМАЦИЯ О РАЗРАБОТЧИКЕ (ИДЕЯ).

БАДАХОВ Вячеслав Иванович

Участник конкурса «Лидеры России» 2018/2019

Региональный полуфинал (СЗФО)

Контакты:

reg46732@gmail.com

+7 (911) 111-22-99

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ

1. Настоящий герой – никогда сам не расскажет о себе.
2. В обществе есть запрос на поиск объединяющих ценностей. Проект направлен на вовлечение молодежи в социально-значимые события, формирование гражданской позиции, выявления объединяющих современную молодежь ценностей. Молодое поколение сейчас взрослеет позже, система координат у современных тинейджеров находится в стадии формирования. С одной стороны, молодежь ищет способы заявить о себе, с другой еще пока не знает – что. Необходимо дать молодежи широкую тему/идею для самореализации, в частности, через популяризацию «Добрых дел».

- 3. Говорить с молодежью нужно в комфортной им среде. На базе популярных социальных сетей требуется создать площадки, на которых энергия молодого поколения будет задействована в благих и полезных обществу целях.**
- 4. Нужно сформировать верную систему мотивации, причем находя ее именно в реакции сверстников на видеосюжеты, действуя и поощряя положительные и актуальные для самой молодежи ценности.**
- 5. Проект требует системного подхода в реализации комплекса мер по формированию, поддержке, массовому вовлечению и социальному продвижению активной молодежи, развитию у нее гражданских качеств.**

ЦЕЛИ ПРОЕКТА.

Создание условий для формирования лояльной молодежной аудитории, мотивированной на формирование неискаженной «системы координат ценностей».

В 2019 – запустить пилотный проект на территории Санкт-Петербурга с последующим развитием проекта до федерального уровня.

Проект должен помочь сформировать объединяющие ценности, выявить активную часть молодежи, равнодушную к будущему России, поддерживать и содействовать развитию волонтерской деятельности.

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА.

- 1. Вовлечение молодежи в социально-значимые для них события/действия;**
- 2. Дать поступку/подвигу ИМЯ;**
- 3. Формирование документированной базы наших героев для современников и будущих поколений;**
- 4. Формирование объединяющих ценностей молодежи и популяризация их среди молодежи;**
- 5. Государству - получение обратной связи от молодежи;**
- 6. Для молодежи – возможность рассказать что для них ВАЖНО и кто их ГЕРОЙ.**

ФОРМАТ УЧАСТИЯ.

- 1. Форма подачи – видеосюжет/видеоинтервью (короткий рассказ) о героях нашего поселка/района/города/региона;**
- 2. Площадка – страницы в социальных сетях (youtube, instagram, вконтакте);**
- 3. Задача – создать видеосюжет/видеоинтервью и донести «на языке сверстников» такими же школьниками о героях среди нас и вызвать чувство восхищения/гордости поступком героя, поступок должен вдохновлять.**

4. **Участие происходит на конкурсной основе.**
5. **Конкурс – многоуровневый с динамичной системой мотивации для всех участников проекта.**

Уровни:

1. Школьный;
2. Районный;
3. Региональный (пилотный проект ограничен – СПб);
4. Федеральный (на пилотном проекте – недоступен).

НАПРАВЛЕНИЯ (ТЕМАТИКА).

1. Социальная;
2. Экологическая;
3. Трудовая;
4. Военная;
5. прочее.

УЧАСТНИКИ И ИХ ФУНКЦИИ (ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ).

- 1. Школьники – авторы. Базовый возраст – 13-18 лет, но ограничений по возрасту участников - нет;**
- 2. Студенты профильных ВУЗов - творческие руководители/шефы;**
- 3. Представители учебных заведений – координаторы;**
- 4. НКО – организаторы.**

ПРЕДМЕТ ОЦЕНКИ.

Оценивается:

- 1. Поступок (подвиг), его значимость;**
- 2. Формат подачи и раскрытия идеи/информации.**
- 3. Выводы, формирование ценности для молодежи автором (авторами).**

ОБОСНОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ

Настоящий герой – никогда сам не расскажет о себе.

Проект направлен на решение проблем формирования и корректировки объединяющих ценностей молодежи, как наследников нашего государства.

Во времена ложных ценностей научить подрастающее поколение определять добро и зло посредством формируемого общественного мнения на электронных площадках, как средства моментального распространения информации.

С одной стороны, молодежь ищет способы заявить о себе, с другой еще пока не знает – что.

Учитывая серьезное развитие электронных гаджетов и простоты их пользования, самый простой способ заявить о себе – это получить оценку, «лайк» в интернете.

Эти действия на сегодня не носят организованного характера, но любой успешный видеосюжет набирает массовые просмотры и лайки, влечет за собой подражание и копирование.

Молодежь находится в поиске значимых событий и спектр их очень широк:

- **От рассказов «о своем завтраке, сне, прическе и т.д.»;**
- **Милых котиках и «пусиках»;**
- **До сюжетов с насилием над сверстниками, учителями, безответными людьми. Учитывая, что зло сделать проще, чем доброе дело - особую популярность получили резонансные «школьные сюжеты».**

Согласно современным исследованиям - взросление откладывается, система координат у современных тинейджеров находится в стадии формирования.

Поэтому необходимо дать молодежи широкую тему/идею для самореализации в правильном направлении, в частности, через популяризацию «Добрых дел».

Данный проект для своего успеха должен иметь свою структуру и системный порядок, работа должна быть масштабна – чтобы объединяла в себя всевозможные темы, близкие каждому гражданину России, должна быть система мотивации - без системы поощрения молодежь утратит интерес к проекту.

Опирается нужно в системе мотивации на ответную реакцию сверстников, задействуя и поощряя положительные и актуальные для самой молодежи ценности.

ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА

Пилотный проект планируется реализовать на территории г. Санкт-Петербурга.

Пилотный проект ограничен:

- Уровнем – региональный (СПб);
- Масштабом – охвачена может быть часть школ, подростково-молодежных клубов, студсоветов и пр.
- Из актива участников (волонтеров) будет формироваться административная поддержка проекта.

При успешной реализации проекта и поддержки на местном и федеральном уровнях – планируется тиражировать и распространить по всей территории Российской Федерации от районного конкурса, через городской, региональный - до федерального.

ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ.

Школьник, участвуя в конкурсе:

1. Формирует личный бренд;
2. Приобретает навыки монтажа;
3. Получает дополнительный балл при поступлении в ВУЗ, победили федерального уровня – грант на обучение;
4. Развивает навыки социального общения;
5. Расширяет круг общения, развивает связи по интересам.

Для школ и ВУЗов:

1. Вовлечение молодежи в волонтерскую деятельность на стадии формирования личности;
2. Формирование социально-ориентированной молодежи – дети будут заняты полезным делом;
3. Выявление талантливой молодежи и ее профориентация;
4. Формирование преемственности от студенческого сообщества к школьному.

КОНКУРСНАЯ МОТИВАЦИЯ.

1. Районный конкурс.

Задача – подготовить короткий видеосюжет (3-5 минут) о поступке/подвиге героя.

Победители получают:

Школьники получают куратора – студента профильного ВУЗа (журналистика, кино и телевидение, и т.п.)

Заинтересованность студентов – подготовленные материалы засчитываются в ВУЗе в качестве курсовых работ.

2. Региональный конкурс.

По итогам региональных конкурсов – подготовка с участием своих студентов-кураторов короткометражного фильма (10-15 минут) о герое.

Победители получают:

- Школьники – дополнительные баллы при поступлении в профильный ВУЗ (благодарственное письмо Администрации);
- Студенты-кураторы – приглашение к сотрудничеству с региональными ТВ-каналами и редакциями, подготовленные материалы засчитываются в ВУЗе в качестве курсовых работ.

3. Федеральный уровень.

По итогам федерального конкурса – подготовка с участием студентов-кураторов короткометражного фильма (20-30 минут) с обработкой на профессиональной студии регионального канала.

Победители получают:

- Школьники – зачисление на бюджетное место в профильный ВУЗ (при согласовании с Комитетом по науке и высшей школе) или грант на обучение;**
- Студенты – приглашение по окончании ВУЗа к сотрудничеству с федеральными телеканалами, подготовленные материалы засчитываются в ВУЗе в качестве курсовых/дипломных работ.**

ЖЮРИ И ОТБОР РАБОТ.

Жюри обязательно должно формироваться на следующих принципах:

- **50%** - из самих участников (вкл. студентов) – мы доверяем нашей молодежи. Доверие порождает встречное доверие;
- **25%** - представители организатора-НКО + «золотой голос»;
- **25%** - представители общественных организаций + профессионального сообщества (ТВ, журналисты, корреспонденты).

Помимо жюри в отборе участвует «народное» голосование.

На каждом этапе при выборе победителей помимо голосов, отданных жюри, учитываются голоса посетителей ресурса (лайки).