

Минобрнауки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

**Е. Н. Белякова**  
**Е. А. Привалова**

## **Социальные проекты в СМИ**

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям  
и выполнению самостоятельной работы

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Кострома  
2024

Методические рекомендации включают вопросы, задания и необходимые разъяснения для подготовки к практическим занятиям и выполнения самостоятельной работы, в том числе, для подготовки и реализации собственного проекта в рамках изучения дисциплины «Социальные проекты в СМИ». Предназначены для студентов направления подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Рецензент

Сарафанов И.Д., главный редактор Интернет-портала ООО ИПО «Логос», генеральный директор АО «Взгляд» (44ТВ), член правления регионального отделения Союза журналистов Костромской области

**Белякова Е. Н., Привалова Е. А.**

Социальные проекты в СМИ: методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям и выполнению самостоятельной работы / Е. Н. Белякова, Е. А. Привалова – Кострома : Костромской государственный университет, 2024. – 40 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Содержание дисциплины.....	4
Содержание практических занятий и самостоятельной работы.. ..	7
Методические рекомендации для разработки и защиты социального медиапроекта.....	12
Критерии оценки знаний, умений и навыков студента .....	18
Примеры проверочных заданий .....	19
Библиографический список .....	23
Приложения.....	25

## Введение

Методические рекомендации разработаны на кафедре медиакоммуникаций и туризма КГУ в соответствии с Государственным образовательным стандартом и учебным планом по н. п. 42.03.05 «Медиакоммуникации». Методические рекомендации определяют принципы и подходы по подготовке к практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентов при освоении дисциплины «Социальные проекты в СМИ».

Дисциплина «Социальные проекты в СМИ» является важным звеном в системе профессиональной подготовки и формирует целостное представление об особенностях развития современного общества, а также факторах, влияющих на его развитие.

На практических занятиях студентам предлагается обсуждение ключевых понятий дисциплины, коллективная и индивидуальная работа по анализу и оценке социальных медиапроектов современных СМИ, а также разработка и обсуждение концепций собственных проектов.

За период обучения необходимо овладеть навыками сбора, анализа, обработки и систематизации информации по темам и проблемам, представленных в современных СМИ.

В качестве итоговой практической работы студентам предлагается разработать и реализовать собственный социальный медиапроект и представить его на защиту в рамках итоговой аттестации по дисциплине. Защита творческой работы проводится публично с последующим обсуждением. Вид итогового контроля – зачет.

## Содержание дисциплины

### *Цель дисциплины:*

Формирование и развитие практических навыков моделирования и реализации социальных проектов в рамках деятельности СМИ.

### *Задачи дисциплины:*

- формирование комплексного научного знания по важнейшим аспектам жизни современного общества;
- формирование и развитие практических навыков моделирования и реализации социальных проектов в рамках деятельности СМИ.

### *Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины:*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

#### *знать:*

- основы социального проектирования;
- основные социальные проблемы современности;

- иметь представление о сущности и причинах важнейших проблем современности;

- понимать их взаимосвязь, пути решения;

*уметь:*

- сформулировать основную задачу проекта, выявить целевую аудиторию и охарактеризовать её, самостоятельно создать социальный проект и оценить его значимость и своевременность;

- предложить творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере медиа;

- сотрудничать с представителями различных сегментов общества;

- реализовать медиапроект в рамках своих полномочий;

*владеть:*

- навыками интерактивного общения с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства;

- навыками решения поставленных задач при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере медиа.

### *Основные разделы дисциплины*

#### Тема 1. Основы социального проектирования

Проектирование как элемент человеческой деятельности. Место и роль проектирования в человеческой деятельности. Основные области проектной деятельности. Отличительные особенности социального проектирования. Содержание и функции социального проектирования.

Тема 2. Субъекты и объекты социального проектирования. Понятие структуры социальной проектной деятельности. Выявление социального субъекта и социального объекта, определение информационного ресурса, понятие социального заказа и формы его проявления. Этапы организации социального проекта и его структура.

Тема 3. Содержание и форма социального проекта. Социальный проект как модель желаемого состояния социальной системы. Проблема выражения характеристик социальной системы в количественных показателях. Качественно-содержательные показатели в социальном проектировании.

Тема 4. Социальное проектирование как процесс. Проблема определения оптимальной последовательности процесса проектной деятельности. Составление план-графика социального проекта. Определение ключевых контрольных точек и их базовых показателей. Формирование ресурсной базы проекта.

Тема 5. СМИ, как особая сфера социального проектирования. Основной инструментарий СМИ в сфере социального проектирования. Соотнесение цели проекта и особенностей базовой аудитории СМИ. Выделение референтных аудиторных групп. Формирование ключевых информационных зон социального проекта.

Тема 6. Организация работы с целевой аудиторией в рамках социального проекта. Формирование вне редакционного актива проекта и работа с ним. Организация обратной связи с аудиторией и отдельными целевыми группами в рамках социального проекта. Обратная связь в рамках социального проекта. Контрольные замеры эффективности проекта.

Тема 7. Социальное проектирование в современных социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиторией социальных сетей. Распределение пиков информационной нагрузки по ходу проекта. Эффект твиттера. Эффект коллективного редактора в социальных сетях.

Тема 8. Особенности социального проектирования в условиях мультиплатформенных СМИ. Сегментация аудитории проекта в зависимости от платформы СМИ. Перенос «центра информационной тяжести» от одного вида СМИ к другому. Организация диалога различных аудиторных групп через СМИ. Проведение мультиплатформенных информационных атак и марафонов в рамках социального проекта. Организация флэш-мобов в рамках социального проекта.

#### *Основные понятия дисциплины*

*Проект* – работа, направленная на решение конкретной проблемы, на достижение оптимальным способом заранее запланированного результата в виде реального объекта или интеллектуального продукта.

*Проблема* – противоречивая ситуация, в основе которой заложено несоответствие должного (желаемого, ожидаемого) и реально существующего.

*Социальное проектирование* – это процесс создания прототипа, прообраза социальных объектов, качеств, процессов и отношений.

*Социальный проект* – это программа (комплекс мероприятий), в соответствии с которой будет осуществляться деятельность по решению социально - значимой проблемы с ее обоснованием и оценкой ожидаемых или достигнутых результатов.

*Субъекты социального проектирования* – отдельные личности, организация, трудовые коллективы, социальные институты, ставящие целью организованное, целенаправленное преобразование социальной действительности.

*Объектом социальном проектирования* называют системы, процессы, организации социальных связей, взаимодействий, подвергающиеся воздействиям и выступающие основанием для этого воздействия

#### *Признаки социальных проектов:*

- концепция проекта должна быть создана с учётом научного знания и практического опыта;
- проект не должен противоречить нравственным нормам, принятым в обществе;
- проект не должен утверждать общепринятые социальные ценности;

- проект должен отвечать социальному заказу;
- проект должен быть реализуемым и эффективным;
- проект должен быть рассчитан на ограниченный, четко определённый промежуток времени.

*Актуальность* – важность, значительность чего-либо для настоящего момента.

## **Содержание практических занятий и самостоятельной работы**

### **Планы практических занятий**

#### **Практическое занятие 1**

*Тема:* Основные понятия курса

*Вопросы для обсуждения:*

1. Базовые понятия дисциплины: проект, проблема, социальный проект, социальное проектирование.
2. Категория субъекта и объекта в гуманитарных и социальных науках.
3. Категория субъекта и объекта в социальном проектировании.
4. Определение информационного ресурса, понятие социального заказа и формы его проявления.

*Задание:* выпишите определения основных понятий курса (приветствуется использование различных словарей и специальной справочной литературы), сформулируйте собственное понимание, что такое проект, проблема, социальный проект, социальное проектирование, субъект и объект в социальном проектировании.

#### **Практическое занятие 2**

*Тема:* Качественно-содержательные показатели в социальном проектировании

*Вопросы для обсуждения:*

1. Признаки проекта. Отличительные признаки социального проекта.
2. Понятия «результат» и «эффект» в проектной деятельности.
3. Характеристика качественно-содержательных показателей в социальном проектировании.

*Задание:* внимательно изучите сайты и страницы в соцсетях региональных СМИ, выпишите названия реализуемых в них проектов. Выделите из этих проектов те, которые можно отнести к разряду социальных. Сформулируйте ожидаемый (или полученный) результат

и эффект от этих проектов. Дайте оценку этим проектам с учетом качественно-содержательных показателей. (*Пример описания см. в Приложении 1*).

### Практическое занятие 3

*Тема:* Составление план-графика социального проекта

*Вопросы для обсуждения:*

1. Основные этапы подготовки и реализации проекта.
2. Планирование проектной деятельности: целеполагание, анализ ресурсов, принципы и методология, организация процесса, пути достижения результата.
3. Оформление проектной заявки.

*Задание:* сформулируйте социально значимую проблему, частичное или полное решение которой возможно в рамках медиапроекта. Определите цель этого проекта, обозначьте ожидаемый результат. Представьте краткое описание основных этапов реализации проекта. (*Основные этапы проекта см. в Приложении 2*).

### Практическое занятие 4

*Тема:* СМИ, как особая сфера социального проектирования

*Вопросы для обсуждения:*

1. Определение СМИ, признаки СМИ, виды современных СМИ.
2. Социальная функция СМИ: в чем выражается, как проявляется.
3. Социальные проекты в современных СМИ.

*Задание:* внимательно изучите сайты и страницы в соцсетях выбранных вами СМИ, выпишите названия реализуемых в них проектов. Выделите из этих проектов те, которые можно отнести к разряду социальных. Сделайте подробный анализ 2-3-х проектов по следующему плану:

1. Название СМИ, название проекта, автор и команда проекта, время существования проекта.
2. Проблема, на решение которой направлен проект, цель и задачи проекта.
3. Основные результаты проекта.
4. Эффект от проекта на основе качественно-содержательных показателей (указать, каких).
5. Ваша оценка проекта.

### Практическое занятие 5

*Тема:* Организация работы с целевой аудиторией в рамках социального проекта

*Вопросы для обсуждения:*

1. Понятия «аудитория», «основная целевая аудитория», «косвенная целевая аудитория», «потенциальная аудитория» в социальном проектировании.
2. Организация обратной связи с аудиторией и отдельными целевыми группами в рамках социального проекта.
3. Обратная связь в рамках социального проекта.

*Задание:* выпишите определения понятий «аудитория», «основная целевая аудитория», «косвенная целевая аудитория», «потенциальная аудитория», «реальная аудитория» и сформулируйте способы определения и основные признаки целевой аудитории.

### Практическое занятие 6

*Тема:* Социальное проектирование в современных социальных сетях

*Вопросы для обсуждения:*

1. Определение и виды социальных сетей.
2. Социальные сети и СМИ.
3. Социальные проекты в социальных сетях.

*Задание:* внимательно изучите содержание выбранных вами соцсетей, выберите в них те материалы (публикации), содержание которых отвечает признакам социальных проектов. Сделайте подробный анализ 2-3-х материалов по следующему плану:

1. Название соцсетей, название материала и ссылка на него.
2. Проблема, на решение которой направлен материал, его цель и задачи.
3. Основные результаты и эффект от публикации на основе качественно-содержательных показателей (указать, каких).
4. Ваша оценка материала.

### Практическое занятие 7

*Тема:* Особенности социального проектирования в условиях мультиплатформенных СМИ

*Вопросы для обсуждения:*

1. Сегментация аудитории проекта в зависимости от платформы СМИ.
2. Организация диалога различных аудиторных групп через СМИ.
3. Организация флэш-мобов в рамках социального проекта.

*Задание:* внимательно изучите сайты и страницы в соцсетях выбранных вами СМИ, опишите, как организуется диалог различных

аудиторных групп через СМИ. Опишите организованные СМИ флэш-мобы в рамках какого-либо социального проекта.

### Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студента базируется на изучении материалов лекций, материалов СМИ и рекомендуемой литературы, подготовке аналитических исследований и собственного медиапроекта.

Защита проекта проводится публично с последующим обсуждением представленной работы.

№	Название раздела, темы	Задание для самостоятельной работы
1	Основы социального проектирования	Представьте письменный ответ на вопрос, содержащий ваши суждения: чем принципиально социальный проект отличается от проекта коммерческого или пиар-проекта? Приведите пример известных вам социальных проектов, реализуемых в настоящее время
2	Субъекты и объекты социального проектирования. Понятие структуры социальной проектной деятельности.	Сформулируйте актуальную социальную проблему, на решение которой мог бы быть направлен ваш медиапроект. Определите, для какой социальной группы она актуальна, а какая социальная группа будет целевой аудиторией медиапроекта. Ответ обоснуйте.
3	Содержание и форма социального проекта.	Определите основную и промежуточную цели вашего медиапроекта, сделайте анализ ресурсов, выявите потенциальных стейкхолдеров, сформулируйте ключевые задачи, составьте календарный план проекта (см. Приложение 4. п.8.).
4	Социальное проектирование как процесс. Проблема определения оптимальной последовательности процесса проектной деятельности.	Определите основные этапы реализации проекта, пропишите функции каждого участника проекта, составьте паспорт проекта (см. Приложение 4).
5	СМИ, как особая сфера социального	Проанализируйте возможности использования существующих каналов

	проектирования.	региональных СМИ для достижения цели социального проекта: реализуются ли в региональных (или федеральных) СМИ проекты, работающие на решение вашей проблемы, в настоящее время? Есть ли программы, где затрагивается эта проблема? Заинтересованы ли СМИ в разработке медиапродукта по данной проблеме? Каковы потенциальные возможности в использовании ресурсов СМИ для решения проблемы?
6	Организация работы с целевой аудиторией в рамках социального проекта.	Проанализируйте возможности использования/создания лидеров общественного мнения для трансляции идей проекта. Организуйте редакторскую группу для работы с аудиторией, определите ее круг задач. Продумайте организационно-технические условия для диалога с аудиторией с использованием традиционных и современных средств обратной связи
7	Социальное проектирование в современных социальных сетях	Предложите варианты использования существующих интрнет-площадок для достижения основной/вспомогательных/промежуточных целей проекта
8	Особенности социального проектирования в условиях мультиплатформенных СМИ	Определите ключевые информационные узлы социального проекта в расчете на каждый из задействованных видов СМИ. Предусмотрите «лидирующую» и «комментирующую» группы.
9	Подготовка и защита социального проекта в СМИ	В процессе реализации проекта соберите и систематизируйте информацию, подтверждающую его эффект (проведите соответствующее анкетирование или соцопрос, организуйте обсуждение проекта в соцсетях, привлечите для оценки проекта экспертов и т.д.). Представьте отчет по результатам проекта. (см. Приложение 3). Подготовьте и проведите презентацию проекта по утвержденной тематике

# Методические рекомендации для разработки и защиты социального медиапроекта

## Этапы разработки проекта

**Этап 1.** Выявление проблемы. Анализ ситуации.

### **Ключевые понятия**

*Ситуация* – совокупность типичных условий и обстоятельств, в которых функционирует некий субъект (организация, группа, человек, общность).

### **Основные проблемы и задачи этапа**

*Главная задача* – выявить проблемную ситуацию и сформулировать проблему. Далее – преобразовать проблему в цель и задачи будущего проекта

*Потенциальная проблема:* в процессе анализа ситуация либо не воспринимается как проблемная, либо воспринимается как неразрешимая.

*Алгоритм анализа проблем* представляет собой следующую последовательность шагов:

1. Характеристика проблемного поля (список проблем).
2. Классификация проблем.

### *Основания для классификации:*

– по области проектирования: социально-политические, экономические и т. д.;

– по элементам ситуации: проблемы, связанные с образом жизни, со сферой жизнедеятельности, социокультурной средой обитания;

– по характеру проблем: социальные (отражение факторов неблагополучия), социокультурные (отражение субъективно воспринимаемого несоответствия между оптимальным и реальным состоянием), личностные (оценка субъектом своих жизненных условий, обстоятельств и процессов);

– по радиусу действия: общенациональные, региональные, территориальные, городские, проблемы определенной группы/общности/организации.

3. Актуальность проблем. Критерии оценки значимости проблем могут быть различными:

– личностная значимость или актуальность с точки зрения функционирования организации/общности/группы;

– степень социальной значимости, т.е. возможность перерождения проблемы в зону напряженности;

– радиус действия, масштаб проблемы.

### **Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа**

1. Почему возникла необходимость в выполнении проекта?

2. Какие источники информации (статистическая аналитическая информация, публикации в прессе, материалы конференций, постановление администрации и т.п.) помимо самого заявителя свидетельствуют о том, что проблема существует и ее важно решить?

**Этап 2.** Определение целевой аудитории.

*Ключевые понятия*

*Основная целевая аудитория* – приоритетная группа людей, испытывающая потребности или проблемы, которые может решить ваш проект. Именно эта категория людей является инициатором покупки/потребления разрабатываемого продукта/услуги и принимает окончательное решение. При этом, не всегда реальная целевая аудитория совпадает с желаемой. Например, компания, которая производит уникальную посуду, планировала продавать ее в розницу клиентам, интересующимся дизайном. Но оказалось, что посудой больше заинтересовались рестораторы, и компания стала получать заказы со всего мира. Таким образом, их реальной ЦА оказались не розничные покупатели, а представители ресторанного бизнеса.

*Косвенная целевая аудитория* – играет пассивную роль в процессе принятия решения о покупке/потреблении разрабатываемого продукта/услуги, но частично или полностью влияет на людей из основной группы. В процессе рекламной коммуникации не является приоритетной.

*Потенциальная аудитория* – это группа людей, которые могут принять решение о покупке/потреблении разрабатываемого продукта/услуги при его грамотном позиционировании.

*Реальная аудитория* – это совокупность людей, выступающая постоянными потребителями разрабатываемого продукта/услуги.

*Основные проблемы и задачи этапа*

1) определение тех социальных категорий и групп, которые выступают источником и носителем проблем.

2) определение или формирование аудитории, которой необходимо скорректировать ценности, поведение.

**Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа**

1. На кого направлен проект?

2. Кому можем помочь в результате выполнения проекта?

**Этап 3.** Целеполагание.

*Ключевые понятия*

*Цель* – предмет стремления, желаемая ситуация в будущем. Технологически цель – «перевернутая» проблема – следствие.

*Основные проблемы и задачи этапа*

На данном этапе осуществляется определение цели проектирования и шагов их достижения (задач).

Цель должна быть реалистичной, соотноситься с проблемой, задачами, видами деятельности и ресурсами организации или команды проекта. Задачи вырабатываются на материале проблем, они ориентированы на устранение условий и факторов, порождающих проблемную ситуацию.

Признаки корректных задач:

- являются логическим следствием проблемы;
- напрямую связаны с деятельностью по проекту и направлены на решение заявленной проблемы для достижения поставленной цели (причинно-следственная связь);
- сформулированы четко и конкретно, выражены не общими словами, а в количественных и качественных индикаторах, которые могут стать показателями успешности выполнения проекта;
- представляют собой конкретные промежуточные измеряемые результаты в ходе реализации проекта.

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

1. Какова цель, на достижении которой направлена деятельность в рамках проекта? Насколько ее достижение решит или снизит остроту поставленной проблемы?
2. Каковы средства проверки достижения цели проекта?
3. Насколько реально достижение поставленной цели в условиях данного региона (позиция администрации, наличие законодательной базы, доступность дополнительных ресурсов, наличие специалистов и т.п.)?
4. Как выполнение поставленных задач приближает ситуацию к достижению заявленных целей?

**Этап 4. Инструментальное оснащение проекта.**

***Ключевые понятия***

*Инструмент* (лат. *instrumentum* – орудие) – технологическая оснастка, при помощи которой производится работа. Сложный инструмент включает в себе идею нескольких элементарных.

***Основные проблемы и задачи этапа***

1. Осуществить поиск вариантов проектного изменения ситуации.
2. Просчитать возможные последствия реализации каждого решения и выбрать оптимальные и обеспеченные в ресурсном отношении действия и акции.
3. Обосновать наиболее эффективные формы коммуникаций между исполнителями, инициаторам проекта и аудиторией.

4. Проработать проект в содержательном отношении, то есть определить средства и методы достижения цели, определив их в виде практических мероприятий и содержания деятельности внутри каждого из них.

5. Обосновать логическую последовательность и взаимозависимость действий, представить в виде графика действий

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

1. Какими методами будут решаться обозначенные выше задачи проекта:

- методы устной пропаганды (беседа, дискуссия, занятие...)
- методы печатной пропаганды (брошюра, буклет, листовка, памятка)
- методы наглядной пропаганды (видео, слайд-программа, фото)
- методы реального действия?

2. Почему выбраны именно эти методы?

3. Применение указанных в проекте методов (проведение мероприятий) гарантировало бы получение ожидаемых результатов?

4. Насколько оптимально (адекватно) используемые методы ведут к получению указанных в проекте результатов?

5. Каков план - график выполнения проекта?

**Этап 5. Ресурсное оснащение проекта.**

***Ключевые понятия***

*Ресурсы проекта* – это трудовые, технические и/или материальные единицы, используемые при выполнении задач по проекту и обеспечивающие возможность реализации всех поставленных целей проекта.

***Основные проблемы и задачи этапа***

1. Определить характер и объем затрат.
2. Выявить и привлечь необходимые для решения задач ресурсы (финансовые, информационные, кадровые, технологические и пр.).
3. Определить социальные силы поддержки — те структуры, которые заинтересованы в реализации проекта

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

1. Какой будет объем затрат при выполнении проекта?

2. Нужно ли привлекать в работу проекта другие ресурсы?

**Этап 6. Создание проектного продукта.**

***Основные проблемы и задачи этапа*** – выполнение всех необходимых действий для достижения цели.

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

Зависит от выполнения этапов 1–5.

**Этап 7.** Анализ результата работы.

***Основные проблемы и задачи этапа***

1. Осуществить замеры проектного изменения ситуации.
2. Обосновать корреляцию выявленных изменений с проектными мероприятиями.
3. Выявить потенциал для расширения/продолжения проекта.

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

1. Какой конкретный эффект может быть достигнут во время выполнения проекта, т.е. если проект будет выполнен, то какого конкретно улучшения или изменения следует ожидать в связи с решаемой в рамках проекта проблемой?

**Этап 8.** Защита проекта.

***Основные проблемы и задачи этапа***

Результаты проектной деятельности могут защищаться в виде публичной защиты. Одной из целей публичной защиты является формирование объективной оценки творческих способностей и интеллектуального потенциала автора (авторами) проекта.

***Вопросы, на которые нужно дать ответ при реализации этапа***

Зависит от выполнения этапов 1–7.

### **Требования к публичной защите проекта**

1. Публичная защита проекта проводится самим автором (если работа индивидуальная) или несколькими представителями творческой группы.

2. Представление-защита проводится в устной форме, демонстрацией фрагментов проекта, или его короткой демоверсии.

3. Время, предоставляемое для выступления, 20 минут вместе с ответами на вопросы.

4. Содержание и композиция публичной защиты проекта – инициативное и творческое право его авторов, однако в выступлении обязательно должны быть представлены следующие вопросы:

- 1) обоснование выбранной темы – актуальность;
- 2) определение цели и задач представляемого проекта, а также степень их выполнения;
- 3) краткое содержание (обзор) выполненного проекта, с обязательными акцентами на ключевых положениях;
- 4) представление всех технических параметров проекта (использованные компьютерные программы, научные источники, демонстрационно-справочный аппарат, иллюстративные материалы и т.п.);

После завершения своего выступления участники творческой проектной группы, представлявшие работу, должны суметь ответить на

вопросы.

В публичной защите проекта возможно использовать различного рода дополнительную печатную рекламно-пояснительную продукцию (программа, аннотация, рекомендательные и пояснительные записки и т.д.).

Перед публичной защитой необходимо провести экспертное тестирование демонстрационной техники, записать проект или его демонстрационную версию на компьютер, который будет использоваться во время защиты, проверить качество записи и условия демонстрации.

### **Требования к презентации**

Способность участника конкурса грамотно изложить презентационный материал по данной теме: мастерство владения ораторской речью, артистичность, логическая связанность изложения, аргументированность и качество оформления работы. (Основная цель презентации – в короткое время изложить основные результаты проделанной работы. Доклад должен быть кратким и ясным).

Соответствие содержания работы заявленной теме.

Обоснованность и доказательность выводов. (Выводы вытекают из сути работы. Они должны формулироваться в кратких лаконичных фразах, составленных декларативно, без дополнительной документации, т.е. устанавливающих, утверждающих что-то положительное или отрицательное).

Четкость, краткость, оригинальность ответов участников конкурса на заданные членами жюри вопросы. (Эта часть защиты демонстрирует культуру мышления и общую эрудицию учащегося.).

Определяются формы презентации при постановке цели и задач проекта. Предлагается подбирать формы проведения презентаций с учетом индивидуальных особенностей учащихся, их личным выбором и предпочтениями. В процессе презентации, считает тот же автор, важно подчеркнуть положительную тональность в оценке результатов, какими бы несущественными они не казались, инициировать конструктивную дискуссию по оценке предъявленного проекта.

Особое внимание уделяется речевой и психологической подготовке выступления.

## **Критерии оценки знаний, умений и навыков студента**

Формами контроля знаний, умений и навыков студентов являются:

- работа на практических занятиях: подготовка сообщений в соответствии с планом практического занятия, участие в обсуждении дискуссионных вопросов;
- выполнение индивидуальных заданий, включающих в себя изучение справочной и учебной литературы, анализ медиаматериалов и создание концепций социальных проектов;
- выполнение тестовых заданий по темам дисциплины;
- представление и защита разработки социального медиапроекта.

По итогам выполненных заданий студент получает зачет по дисциплине.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он

- знает основные понятия курса, грамотно использует их при изложении изученного материала и в процессе его обсуждения,
- знает факты современной действительности, свидетельствующие о существовании социальных проблем в различных сферах современного мироустройства;
- владеет способностью применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- не испытывает затруднения в подборе, систематизации и анализе материалов СМИ;
- способен создавать собственные тексты, направленные на выявление, анализ, поиск путей решения современных проблем;
- способен создать и реализовать собственный медиапроект, направленный на выявление, анализ, поиск путей решения современных проблем.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он

- не знает основных понятий дисциплины,
- допускает грубые ошибки в ответе, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала;
- не ориентируется в современной действительности, не имеет представления о существовании социальных проблем в различных сферах современного мироустройства;
- испытывает существенные затруднения в подборе, систематизации и анализе материалов СМИ;
- не способен создавать собственные тексты, направленные на выявление, анализ, поиск путей решения социальных проблем;

– не способен создать и реализовать собственный медиапроект, направленный на выявление, анализ, поиск путей решения современных проблем.

## Примеры проверочных заданий

### Задания по проверке теоретических знаний по дисциплине

#### Вариант № 1

#### Зачетное задание для студентов очной формы обучения по дисциплине «Социальные проекты в СМИ»

Ф. И. О. студента \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата зачета \_\_\_\_\_

Работа рассчитана на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. Дайте определение социальным проблемам:

\_\_\_\_\_

2. Перечислите факторы, влияющие на решение социальных проблем.

а) \_\_\_\_\_

б) \_\_\_\_\_

в) \_\_\_\_\_

3. Укажите виды социальных проектов в соответствии с их ключевыми задачами и функциями:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Что является отличительной особенностью медиапроекта?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### Вариант 2

#### Зачетное задание для студентов очной формы обучения по дисциплине «Социальные проекты в СМИ»

Ф. И. О. студента \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Дата зачета \_\_\_\_\_

Работа рассчитана на 30 минут. Прочитайте задание, заполните строки.

1. Дайте определение *основной целевой аудитории, косвенной целевой аудитории, потенциальной аудитории*:

---

---

---

2. Сформулируйте, чем принципиально социальный проект отличается от коммерческого или пиар-проекта.

---

---

---

---

3. Укажите важнейшие аспекты глобальной демографической проблемы на современном этапе:

---

---

---

---

4. Перечислите социальные проекты региональных или федеральных СМИ, реализующих

просветительские функции \_\_\_\_\_

---

---

организационные функции \_\_\_\_\_

---

---

коммуникативные функции \_\_\_\_\_

---

---

идеологические функции \_\_\_\_\_

---

---

### **Кейсовые задания**

*Задание №1.* Почему в современных условиях при проектировании социальных инноваций основное внимание уделяется учету ценностных ориентиров человека, сообщества, общества?

*Задание №2.* Можно ли считать, что три выделенных подхода к социальному проектированию (объектно-, проблемно- и субъектно-ориентированный подходы) существенно различаются? Разве при любом из выбранных подходов не создается социальный объект или не решается та или иная социальная проблема и т. д.?

*Задание №3.*

Выполните анализ сильных сторон представленного проекта по следующему плану:

1. Какие конкурентные преимущества имеются у команды?
2. Какие сильные стороны проекта необходимо активнее продвигать в процессе коммуникации с целевой аудиторией? Анализ возможностей:
  1. Как в развитии возможностей использовать сильные стороны проекта?
  2. Как в максимально короткий срок реализовать возможности, предоставляемые внешней средой?

*Задание №4.*

Выполните анализ слабых сторон представленного проекта по следующему плану:

1. Какие шаги необходимо сделать для устранения слабых сторон или превращения их в сильные стороны?
2. Возможно ли минимизировать влияние слабых сторон на проект?
3. Как быть с теми слабыми сторонами, которые невозможно изменить?

*Задание №5.*

Выполните анализ рисков (угроз) представленного проекта по следующему плану:

1. Перечислите потенциальные риски (угрозы) для реализации представленного проекта.
2. Можно ли преобразовать выявленные угрозы в возможности?
4. Можно ли нейтрализовать угрозы, на которые мы не в силах повлиять?
5. Что необходимо сделать, чтобы нейтрализовать риски (угрозы) в максимально короткий срок?

*Задание №6.* Прочитайте представленное ниже описание проекта, проведенного совместно с благотворительным фондом Константина Хабенского «У нас ВИЧ. И мы не страшные // Вечерний Екатеринбург:[портал]. URL: [http://вечерний-екатеринбург.рф/ourcity/socialissues/33190-u-nas- ---vich--i-my-ne-strashnye/](http://вечерний-екатеринбург.рф/ourcity/socialissues/33190-u-nas----vich--i-my-ne-strashnye/)

На основе представленной информации заполните таблицу:

№	Параметры	Описание проекта
1	На решение каких проблем (противоречий) направлен проект?	
2	Целевая аудитория проекта, контактные (заинтересованные) группы.	
3	В чем состоит основная идея проекта?	
4	Цель, задачи проекта	
5	Описание проекта	
6	Содержание проекта: какая деятельность планируется (мероприятия)	
7	Основные этапы и сроки реализации	
8	Ресурсы: кадровые, финансовые, материально-технические	
9	Потенциальные риски:	
10	Ожидаемые результаты: количественные и качественные показатели	
11	Ожидаемый эффект	
12	В чем выражается инновационность или новое качество результата? (сформулировать)	

***Представление проекта  
«Добро в один клик»: дарите книги с любовью!***

Мы помогаем фонду Константина Хабенского. Присоединяйтесь! Издательская группа «ЭКСМО-АСТ» и благотворительный фонд Константина Хабенского при поддержке Ассоциации деятелей культуры, искусства и просвещения по приобщению детей к чтению «Растим читателя» продолжают сотрудничество в рамках помощи детям, проходящим лечение в онкологических центрах.

Приглашаем вас принять участие в нашей акции ДОБРОВОДИН КЛИК и подарить добрые книги тем, кто нуждается в чуде как никто другой. Мы верим: вовремя прочитанная книга может придать сил и укрепить надежду на победу в решающей битве за жизнь. И отправляем любимых героев детства на помощь ребятам. Для того чтобы стать участником акции ДОБРОВОДИНКЛИК, нужно: выбрать книги или игрушки из шести специальных разделов на странице акции в нашем магазине; положить книги в корзину и ввести промокод ДОБРО в специальном поле; выбрать получателя (фонд Константина Хабенского).

Для вашего удобства товары акции разделены на темы: книги для малышей; истории для детишек от 0 до 3 лет; книги на все времена: сказки и легенды; игры и игрушки: классические игрушки и книжки с игровыми

элементами; наборы для хобби и творчества: все для развития творческой фантазии; книги о дружбе и любви: художественные произведения о самом главном; книги для самых любознательных: энциклопедии и научно-популярные книги для детей.

На все перечисленные товары устанавливается 25 % скидка и бесплатная доставка.

*Подробнее об акции:* Акция ДОБРО В ОДИН КЛИК проходит в четвертый раз. За плечами около 1000 собранных книг, которые прочли, читают и будут читать воспитанники детских домов и дети с тяжелыми заболеваниями, чья жизнь надолго ограничена больничными стенами. Благотворительный фонд Константина Хабенского занимается организацией помощи детям с онкологическими и другими тяжелыми заболеваниями головного мозга.

Каждая покупка гарантированно и бесплатно попадет в один из центров: НИИ детской онкологии и гематологии, РОНЦим. Блохина; Научно-практический центр специализированной медицинской помощи детям имени В. Ф. Войно-Ясенецкого; детское онкологическое отделение радиотерапии и комплексных методов лечения Российского научного центра рентгенорадиологии; 1-е и 2-е отделение детской нейрохирургии НИИ нейрохирургии имени академика Н.Н. Бурденко; онкологическое отделение, Морозовской детской городской клинической больницы; отделение нейроонкологии/опухолей головного и спинного мозга лечебно-реабилитационного научного центра «Русское поле» (г. Чехов).

Дарите книги с любовью!

## **Библиографический список**

а) основная литература по дисциплине:

*Гатина, Л.И.* Социальное проектирование : учебно-методическое пособие / Л.И. Гатина ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО «Казанский государственный технологический университет». – Казань : КГТУ, 2009. – 80 с.

*Ткаченко, Н.В.* Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 336 с.

*Архипова Е. Б.* Методология разработки социальных проектов как инструмента социальных изменений // Методология исследования социального развития и благополучия: учебные кейсы и практические задания : учеб. пособие / А. В. Старшинова и др. ; науч. ред. А. В. Старшинова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – С. 109–129.

б) дополнительная литература по дисциплине::

*Виноградов В.Н., Эрлих О.В.* Основы социального проектирования. – Санкт-Петербург: Леонтьевский центр, 2000. – 25 с.

*Курбатов, В. И.* Социальное проектирование : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – 416 с.

*Луков В.А.* Социальное проектирование : учеб. пособие для студентов вузов / В. А. Луков. 6-е изд., испр. – Москва : Моск. гум. ун-т : Флинта, 2006. – 240 с.

*Плотинский Ю.М.* Модели социальных процессов: Учеб. Пособие. – Москва : Логос, 2001 – 296 с.

Социальное проектирование в эпоху культурных трансформаций / под ред. В. М. Розина. – Москва : ИФ РАН, 2008. – 268 с.

*Бочкарев А. И.* Социокультурное проектирование инновационной творческой среды : монография / А. И. Бочкарев, Т. С. Бочкарева ; под науч. ред. А. И. Субетто ; М-во образования и науки РФ, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Поволжский гос. ун-т сервиса». – Тольятти : ПВГУС, 2012. – 521 с.

*Сафронова В. М.* Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе : учеб. пособие для студентов вузов / В. М. Сафронова. – Москва : Академия, 2007. – 236 с.

## Примеры описания медиапроектов региональных СМИ

### ГТРК «Кострома»

#### Азбука здоровья

Действующий радиoproект, выходит с 2019 года, последний выпуск:....

*Описание содержательной части (указано авторами):* «Просто о сложном». Радиoproграмма, состоящая из отдельных небольших выпусков (5-11 минут). В каждом из них ведущий Сергей Сёмин, руководитель медицинского центра ДНК-лаборатория, кандидат медицинских наук, рассказывает об одном конкретном заболевании.

*Признаки социального проекта:* это социальный проект, так как он направлен на просвещение людей по вопросам заболеваний, их профилактики и т.п.

*По классификации:* просветительский (повышение уровня осведомленности граждан).

*Целевая аудитория:* люди, заботящиеся о долголетию и здоровье (20+).

*Цель и задачи:* повысить уровень осведомленности людей о возможности профилактики и ранней диагностики заболеваний.

*Проблема, на решение которой направлен проект:* недостаточная осведомленность людей по вопросам заболеваний, их профилактики и возможности ранней диагностики.

#### Хочу домой

Благотворительный телепроект по поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, выходит с 2013 года, последний выпуск:...

*Описание содержательной части (указано авторами):* Программа о детях. О тех, кто живет в детских домах, и тех, кто уже нашел свою семью. Это программа и о родителях. О настоящих и будущих. О тех, кто хочет подарить детям свою любовь, кто уже принял ответственный шаг взять в свою семью ребенка, или только готовится.

*Признаки социального проекта:* социальный, потому что направлен на помощь детям, которые находятся в детдомах, т.е. на решение социальной проблемы, не имеет коммерческого характера.

*По классификации:* организационно-коммуникативный (направлен на знакомство, организацию встречи между потенциальными родителями и детьми).

*Целевая аудитория:* потенциальные родители, молодые пары и семьи.

*Цель и задачи:* сподвигнуть людей на усыновление ребенка из детдома.

- 1) показать жизнь родителей и детей ПОСЛЕ усыновления;
- 2) донести информацию о тех детях, которые сейчас находятся в детдомах, рассказать их истории.

*Проблема, на решение которой направлен проект:* большинство желающих усыновить детей боятся этого шага (недостаток информации). Это программа о тех, кто помогает детям и родителям – встретиться, полюбить друг друга и научиться жить вместе.

## **ТРК «Русь»**

### **Территория права**

Действующий телепроект, выходит с 04.02.2019, последний выпуск...

*Признаки социального проекта:* это социальный проект, т.к. помогает жителям Костромы разобраться в законодательных вопросах.

*По классификации* – просветительский, т.к. направлен на повышение уровня знаний о правах и обязанностях граждан.

*Целевая аудитория:* костромичи, нуждающиеся в знаниях правовых аспектах.

*Цели и задачи:* объяснить гражданам законодательные вопросы; сориентировать, куда нужно обращаться в проблемных ситуациях.

*Проблема, на решение которой направлен проект:* недостаточная юридическая грамотность населения.

*Описание содержательной части (анонсировано авторами):* «В каждой программе мы будем затрагивать актуальные для костромичей темы.

Например, декларационная кампания, сдача ЕГЭ, и другие. Прокуроры расскажут, какие нарушения чаще всего допускают жители нашей области и что необходимо знать, чтобы не преступить закон».

## Приложение 2

### Этапы разработки проекта

№	Этап проекта	Задачи этапа	Вопросы, на которые нужно ответить
1	Анализ ситуации	<p>1. Характеристика проблемного поля (список проблем).</p> <p>2. Классификация проблем. Основания для классификации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– по области проектирования: социально-политические, экономические и т. д.;</li> <li>– по элементам ситуации: проблемы, связанные с образом жизни, со сферой жизнедеятельности, социокультурной средой обитания;</li> <li>– по характеру проблем: социальные (отражение факторов неблагополучия), социокультурные (отражение субъективно воспринимаемого несоответствия между оптимальным и реальным состоянием), личностные (оценка субъектом своих жизненных условий, обстоятельств и процессов);</li> <li>– по радиусу действия: общенациональные, региональные, территориальные, городские, проблемы определенной группы/общности/организации.</li> </ul> <p>3. Актуальность проблем. Критерии оценки значимости проблем могут быть различными:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– личностная значимость или актуальность с точки зрения функционирования организации/общности/группы;</li> <li>– степень социальной значимости, т.е. возможность перерождения проблемы в зону напряженности;</li> <li>– радиус действия, масштаб</li> </ul>	<p>1. Почему возникла необходимость в выполнении проекта?</p> <p>2. Какие источники информации (статистическая аналитическая информация, публикации в прессе, материалы конференций, постановление администрации и т.п.) помимо самого заявителя свидетельствуют о том, что проблема существует и ее важно решить?</p>

		проблемы.	
2	Определение целевой аудитории	1) определение тех социальных категорий и групп, которые выступают источником и носителем проблем. 2) формирование аудитории, которой необходимо скорректировать ценности, поведение.	1. На кого направлен проект? 2. Кому можем помочь в результате выполнения проекта?
3	Целеполагание	Определение цели проектирования и шагов их достижения (задач).	1. Какова цель, на достижение которой направлена деятельность в рамках проекта? Насколько ее достижение решит или снизит остроту поставленной проблемы? 2. Каковы средства проверки достижения цели проекта? 3. Насколько реально достижение поставленной цели в условиях данного региона (позиция администрации, наличие законодательной базы, доступность дополнительных ресурсов, наличие специалистов и т.п.)? 4. Как выполнение поставленных задач приближает ситуацию к достижению заявленных целей?
4	Инструментальное оснащение проекта	Осуществить поиск вариантов проектного изменения ситуации, выбрать наиболее эффективные формы коммуникаций между исполнителями проекта и аудиторией	1. Какими методами будут решаться обозначенные выше задачи проекта: – методы устной пропаганды (беседа, дискуссия, занятие...) – методы печатной пропаганды (брошюра, буклет, листовка, памятка) – методы наглядной пропаганды (видео, слайд-программа, фото) – методы реального

			<p>действия?</p> <p>2. Почему выбраны именно эти методы?</p> <p>3. Применение указанных в проекте методов (проведение мероприятий) гарантировало бы получение ожидаемых результатов?</p> <p>4. Насколько оптимально (адекватно) используемые методы ведут к получению указанных в проекте результатов?</p> <p>5. Каков план - график выполнения проекта?</p>
5	Ресурсное обеспечение проекта	<p>1. Определить характер и объем затрат.</p> <p>2. Выявить и привлечь необходимые для решения задач ресурсы (финансовые, информационные, кадровые, технологические и пр.).</p> <p>3. Определить социальные силы поддержки – те структуры, которые заинтересованы в реализации проекта</p>	<p>1. Какой будет объем затрат при выполнении проекта?</p> <p>2. Нужно ли привлекать в работу проекта другие ресурсы?</p>
6	Создание проектного продукта	Выполнение всех необходимых действий для достижения цели	Зависит от выполнения этапов 1–5
7	Анализ результатов работы над проектом	<p>1. Осуществить замеры проектного изменения ситуации.</p> <p>2. Обосновать корреляцию выявленных изменений с проектными мероприятиями.</p> <p>3. Выявить потенциал для расширения/продолжения проекта.</p>	<p>1. Какой конкретный эффект может быть достигнут во время выполнения проекта, т.е. если проект будет выполнен, то какого конкретно улучшения или изменения следует ожидать в связи с решаемой в рамках проекта проблемой?</p>
8	Защита проекта	Формирование объективной оценки творческих способностей и интеллектуального потенциала автора (авторов) проекта	Зависит от выполнения этапов 1–7

## Пример описания реализованного проекта

Социальный проект  
студентов 3-го курса  
Ивановой Ирины и Петрова Ивана  
Сотрудничество с фондом имени Марины Гутерман  
по сбору средств на лечение детей

**1. Какую социальную проблему решает проект?** Обеспечение дорогостоящего детского лечения.

**2. Доказательства ее существования (актуальность).** Лечение тяжелых детских диагнозов требует сложного лечения с особой аппаратурой, реабилитации, как правило, в частных клиниках, причем 2 – 4 раза в год, то есть все средства должны находить родители. По статистике, размещенной на сайте Высшей школы организации и управления здоровьем, в России с 1980 по 2014 г. доля детей, родившихся больными или заболевших в период новорожденности, выросла в 4,2 раза. Первичная заболеваемость детей в России с 1990 по 2015 г. выросла практически по всем классам болезней (кроме инфекционных болезней и болезней нервной системы). Как бы много благотворительных фондов ни собирало деньги, очереди из нуждающихся семей всегда есть.

**3. Цель проекта.** Делать регулярные денежные сборы для семей, которым необходимо лечение ребенка, с помощью написания эмоциональных текстов-историй об их проблеме.

**4. Задачи проекта.** Очевидно, основные состоят в том, чтобы связаться с родителями, узнать их историю, записать, разместить на сайте, отслеживать пополнение счета и предлагать текст к размещению в различных соц. сетях и группах.

Дополнительной, но не менее важной, задачей является координирование родителей, если они находятся в состоянии растерянности. В таких случаях волонтеры фонды выясняют, запросили ли родители реабилитацию в больнице и, если нет, советуют, как это сделать.

### ***Дерево целей на примере одной истории одной семьи***

Собрать необходимую для лечения сумму

#### Кадровое обеспечение

- 1)Находим волонтеров среди студентов-журналистов 3 курса КГУ через преподавателя
- 2)Обращаемся к студентам лично
- 3) Создаём беседу, где информируем участников, берем их контакты

- 4) Распределяем между волонтерами принятые ранее обращения родителей
- (5) [Чтобы волонтеры до конца остались в составе группы и получили возможность развития], узнаем о проблемах в ходе работы, инструктируем, проверяем тексты, оцениваем + и -, даем советы.

#### Алгоритм работы

- 1) Координатор дает волонтеру задание.
- 2) Волонтер изучает диагноз.
- 3) Волонтер звонит родителям и договаривается об удобном времени телефонного разговора или встречи.
- 4) В ходе разговора волонтер задает вопросы о диагнозе, состоянии здоровья ребенка, жизни семьи. Если необходимо, успокаивает или инструктирует родителя.
- 5) Волонтер просит у родителей фотографии или делает их сам.
- 6) Записываем историю, отправляем куратору. После того, как он сделал все правки, присылаем на сверку родителям и исправляем все неточности, если это необходимо.

#### Продвижение в аудиторию.

- 1) Куратор публикует текст.
- 2) Волонтер распространяет текст со ссылкой на сайт в костромских группах или использует другие площадки.
- 3) Куратор и волонтер отслеживают успешность сбора.

5. **Целевая аудитория.** Работающие костромичи, которые пользуются интернетом. То есть от 20 до 60 лет.

6. **Как проект воздействует на аудиторию?** Предполагается, что в результате прочтения текста, аудитория пожертвует деньги для семьи.

Так же подобные публикации воздействуют на жертвующую аудиторию. Люди узнают о проблеме и сталкиваются с проверкой их равнодушия, участвуют в жизни нуждающейся семьи. Иногда соизмеряя свои бытовые проблемы с такими, реальными, переоценивают жизнь, становятся мудрее и благодарнее, начинают больше думать о проблемах окружающих.

7. **Ресурсы.** Контакты родителей, сведения о диагнозе, телефоны фонда для размещения в соц. сетях – (информационные), время на встречу/ телефонный разговор с родителями, запись истории и распространение. Материальные – средство связи, канцелярские принадлежности, ноутбук для записи, интернет. Кадровые – волонтеры. Организационные – куратор.

8. **По каким признакам оцениваю результат проекта?** Отследить, насколько успешна публикация легко по индикатору сбора. (Так на 18.11.19 собрано 72% для второго ребенка).

Когда я делала первый текст, результаты сбора были менее успешными, чем у других волонтеров. Есть критерии, влияющие на это:

– эмоциональность текста

- наличие цитат родителей
- детальность описаний жизни ребенка
- наличие прямого обращения к аудитории
- времени (во сколько?) размещения в социальной сети, текста, который дополняет публикацию, фотографии
- количества размещений в соц. сетях

В результате к 15.12 написаны, одобрены и опубликованы все три текста, два из них собрали всю сумму.

#### Схема текста:

- Предыстория.
- Как и когда появился диагноз?
- В чем он проявляется?
- Как болезнь повлияла на жизнь семьи.

**Разделение функций.** Все волонтеры выполняли одинаковые функции (связь с родителями, написание текста, сверка с координатором, утверждение у родителей, ожидание публикации, распространение публикации, отслеживание поступлений для ребенка, анализ эффективности работы). Таким образом, функция проверки распределялась на куратора, он же публиковал тексты и давал волонтерам обратную связь по качеству работы и методам её улучшения.

**О сроках.** На создание и публикацию, а также распространение истории каждого ребенка волонтерам давали месяц.

**Риски.** Куратор предупредил волонтеров о возможных сложностях на этапе разговора с родителями, когда они могли бы поддаться чувствам, не справиться с эмоциями, что потребовало бы от волонтеров не сочувствия, но навыков моментально успокаивать человека и продолжать беседу.

Из моего опыта. Особенность проекта – рассказ о личном публично. Герои историй – дети с заболеваниями. Многие родители не хотят, чтобы кто-нибудь знал их имена или видел фото ребенка. Моя последняя декабрьская публикация за неделю не собрала ни одного денежного начисления, так как она размещена только на сайте. В социальных сетях мама запретила распространять информацию. Так же безымянные герои вызывают меньшее доверие у посетителей сайта.

#### ***Пример публикации***

*Сыранов Иван, 8 месяцев*

*Диагноз: Спластическая тетраплегия*

*Необходимо: 104 400 рублей на терапию в костромском центре*

*Восемь месяцев назад в семье Сырановых родился сын Ваня. «Очень долгожданный ребенок», – с улыбкой говорит мама Елена.*

*Беременность была благополучной, но во время родов малыш испытал тяжелое кислородное голодание. Врачи помогли ему оправиться и двое суток мама и новорожденный жили счастливо.*

*На третий день Елену обеспокоило, что Ваня почти не ест. Медсестра, распеленав мальчика, нашла на его коже небольшие коричневые пятна – тканям не хватало кислорода.*

*«Они появились очень быстро. Ещё 10 минут назад я его умывала и пятен не было, – говорит мама. – Очень растерялась тогда – не понимала, почему с моим сыном что-то не так».*

*Так малыш попал в реанимацию перинатального центра с температурой 38 и судорогами, он не мог самостоятельно дышать.*

*«До сих пор становится плохо, когда вспоминаю этот период», – тяжело произносит Елена. Врачи долго не могли определить диагноз и делали тревожные предположения. Через 3 дня мальчика перевели в реанимацию детской больницы за Волгой. От транспортировки усилились судороги.*

*После перевода в отделение патологии в той же больнице Ване понемногу стало лучше. Он смог дышать без искусственной вентиляции и есть.*

*«Это было настоящее чудо», – искренне вспоминает Елена. «Когда нас выписывали, врачи спросили, большая ли у нас семья, потому что понадобится много сил для ухода. С этого момента мы должны были следить за состоянием Ванечки. Начались поиски педиатра, невролога».*

*Впервые Ваня увидел дом только тогда, когда ему исполнился месяц. В 3 месяца уже не было сомнений, что есть нарушения двигательных рефлексов. Ваня не держит игрушки, не тянется, не переворачивается, не может держать взгляд. Надежду даёт терапия в костромском центре.*

*Родители – главные реабилитологи в семье. В клинике им только объясняют, что делать, а потом родные занимаются с Ваней дома. Сейчас малыш уже может играть с игрушкой, которая висит у него над кроватью. Потихоньку начинает действовать левая ручка. Это благодаря терапии. Издаёт звуки, улыбается, как все дети. Эмоционально он очень здоровый».*

*В больнице Москвы у Вани выявили эпилепсию. Приступы опасны тем, что происходят незаметно, ребенок только слегка вздрагивает – это можно зафиксировать лишь на оборудовании. Сейчас мальчик принимает лекарства, которые подавляют болезнь. Но эти препараты сильно замедляют двигательную активность. Падает зрение.*

*«Главное, не опускать руки, – уверена Елена. – Наша семья очень сплотилась. Поддерживаем друг друга, молимся, чтобы всё наладилось, и очень верим, что Ваня поправится».*

*Чтобы осилить дорогой курс терапии семье нужна помощь. Важна любая сумма!*

Ссылки на тексты:

1. <https://marinafond.ru/katalog/item/kusnetsova-ksusha/>
2. <https://marinafond.ru/katalog/item/syranov-ivan/>
3. <https://marinafond.ru/katalog/item/zasedatelev-misha/>

## Приложение 4

### Пример оформления паспорта проекта

#### Паспорт Проекта «Университетский краеведческий маршрут „Живая летопись Костромы“»

Название проекта	Университетский краеведческий маршрут «Живая летопись Костромы»
------------------	---

Оргкомитет проекта	
	<i>Ф.И.О. руководителя проекта</i> Иванов Иван Иванович

№	Ф.И.О.	Роль и функциональные обязанности в ходе реализации проекта
1.	Иванов Иван Иванович	Руководитель проекта
2.	Васильев Василий Васильевич	Организатор краеведческих квестов и интерактивных экскурсий по г. Костроме
3.	Петров Петр Петрович	Ответственный за организацию интерактивных экскурсий
4.	Федорова Анна Ивановна	Ответственный за разработку краеведческого и исторического контента
5.	Ильин Илья Ильич	Ответственный за моделирование и изготовление деревянного макета зданий центра г. Костромы
6.	Павлов Павел Петрович	Ответственный за 3D-моделирование
7.	Сергеев Сергей Иванович	Ответственный за взаимодействие со СМИ и информационное сопровождение проекта

1. География проекта	Костромская область, г. Кострома, Ярославская область
	<i>перечислить все субъекты РФ, районы и населенные пункты, на которые распространяется проект</i>

2. Сроки реализации проекта	Начало реализации	Окончание реализации
	09.2019	12.2019

3. Краткая аннотация проекта	<p>Проект включает несколько этапов по формированию современной краеведческой информационной среды, способствующей воспитанию у студентов и школьников деятельностного патриотизма. Главный принцип проекта: нельзя стать патриотом, забыв откуда родом. Результатом проекта должно стать создание на базе музея университета и прилегающей территории многофункциональной краеведческой площадки, а также ее содержательное и программное наполнение (интерактивные программы, виртуальные и реальные экскурсии, квесты для детей и молодежи краеведческой тематики, фотовыставка, мастер-классы).</p>
------------------------------	---

<p>4. Описание проблемы, решению/снижению остроты которой посвящен проект</p> <p>Актуальность проекта для молодежи</p>	<p>В условиях усиливающегося оттока молодежи из регионов, помимо программ по трудоустройству и расширению возможностей, необходимо повышение интереса к истории родного края.</p> <p>Студенты - участники проекта проявят себя в написании научно-популярных краеведческих текстов, экскурсий, создании квестов, мастер-классов, видео-материалов, фото-коллажей, макетов памятников архитектуры. В Костромском государственном университете осуществляющем обучение по различным направлениям подготовки, включая инженерное образование, дизайн и технологии, IT-технологии, гуманитарные направления (история, журналистика, туризм, реклама и PR), имеются частичные условия для создания уникального просветительского вариативного маршрута «Живая летопись Костромы»: аудиторный фонд, техническое оборудование (частично), информационные и кадровые ресурсы. Однако существует проблема разрозненности студентов разных направлений подготовки. Объединение студентов в многопрофильную команду для создания уникального краеведческого маршрута даст возможность каждому участнику проекта проявить профессиональные навыки и внести свой вклад в развитие родного края. Современные молодые люди (поколение Миллениум) нуждаются в новых форматах представления информации, в том числе, и информации краеведческого характера. Наш краеведческий маршрут, включающий в себя различные виды и формы информации, направленный на действенное включение каждого посетителя в познавательный процесс, предполагает именно такой подход.</p>
--	---

5. Основные целевые группы, на которые направлен проект	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. студенты среднего профессионального высшего образования</li> <li>2. школьники</li> <li>3. иностранные студенты</li> <li>4. молодежь с ограниченными возможностями здоровья</li> <li>5. студенты, склонные к научно-исследовательской деятельности</li> </ol>
---	--

6. Основная цель проекта	Создание на базе музея и прилегающей территории университета многофункциональной краеведческой площадки, направленной на
--------------------------	--

	воспитание любви к Костромскому краю, сохранение региональных традиций и популяризацию краеведческих знаний
--	---

7. Задачи проекта	1. Формирование и наполнение контентом многофункциональной краеведческой площадки
	2. Вовлечение молодежи в краеведческую деятельность посредством сбора краеведческой информации, разработки квест-программ;
	3. Популяризация краеведческого знания при помощи деятельности многофункциональной краеведческой площадки

**8. Календарный план реализации проекта**  
*(последовательное описание основных методов/мероприятий проекта, ведущих к решению поставленных задач, с приведением показателей результативности и период их осуществления)*

№	Решаемая задача (в соответствии с пунктом 7)	Метод/мероприятие и его описание	Сроки (мм.гггг)	Показатели результативности
1.	Задача 1. Формирование и наполнение контентом многофункциональной краеведческой площадки	1. Разработка концепции многофункциональной краеведческой площадки	09.2019	1 концепция Университетского краеведческого маршрута «Живая летопись Костромы»
2.		2. Разработка и изготовление макета «Бронзовый город»	11.2019	1 Изготовлен макет «бронзового города»
3.		3. Разработка и изготовление макета «Деревянный город»	10.2019	2 Изготовлено здание «деревянного города»
4.		4. Разработка сценария и изготовление видеозаписи «Живая летопись Костромы»	11.2019	1 видеозапись
5.	Задача 2. Вовлечение молодежи в краеведческую деятельность посредством сбора краеведческой информации, разработки квест-программ	1. Разработка программ краеведческих квестов для 3-х категорий участников: студентов, учеников начальной школы, подростков.	09.2019	3 программы краеведческих квестов
6.		2. Разработка интерактивных краеведческих программ «Живая летопись Костромы» для молодежи и студентов, в том числе с ограниченными возможностями здоровья	10.2019	2 программы интерактивных экскурсий
7.	Задача 3. Популяризация краеведческого знания при помощи деятельности	1. Открытие университетского краеведческого маршрута «Живая летопись Костромы»	10.2019	Количество участников – не менее 100 чел.

8.	многофункциональной краеведческой площадки	2. Серия мастер-классов «Ремесла и промыслы Костромского края»	11.2019	Количество участников – не менее 150 чел.
9.		3. Конкурс фотографий и фото-выставка «Знакомьтесь: моя Родина»	12.2019	Количество участников – не менее 30 чел.
10.		4. Проведение интерактивных экскурсий «Живая летопись Костромы»	10 – 12.2019	Не менее 5 экскурсий, количество участников – не менее 120 чел.
11.		5. Проведение краеведческих квестов «Живая летопись Костромы»	10 - 11.2019	Не менее 8 квестов, количество участников – не менее 160 чел.
12.		6. Круглый стол «Университетский краеведческий маршрут – первые шаги» с онлайн трансляцией	12.2019	Количество участников – не менее 40 чел.; Совокупное количество просмотров материалов проекта на интернет-ресурсах – 700.

#### 9. Показатели результативности реализации проекта

*(Описание позитивных изменений, которые произойдут в результате реализации проекта по его завершению и в долгосрочной перспективе)*

Количественные показатели <i>(указать подробно количественные результаты, включая численность вовлечения молодежи в мероприятия проекта)</i>	<p>Количество программ краеведческих квестов - 3  количество программы интерактивных экскурсий - 2  количество видеоэкскурсий - 1  Общее количество мероприятий проекта – 8.  Количество участников мероприятий - 500 чел.  Совокупное количество просмотров материалов проекта на интернет-ресурсах – 700.</p>
Качественные показатели <i>(указать подробно качественные изменения)</i>	<p>Мероприятия проекта позволят консолидировать силы студентов. Объединившись в многопрофильную команду для создания уникального краеведческого проекта, участники смогут проявить свои способности и профессиональные навыки, в деятельности почувствовать гордость за свою малую Родину.  Посетители мероприятий получают уникальную возможность не только узнать историю родного края, но и почувствовать атмосферу прошлых веков, осознать себя участником событий прошлого и настоящего. Богатый контент позволит вывести краеведческое образование на новый качественный уровень, повысит привлекательность вуза и региона.</p>

	<p>Конкурс студенческих фото- «Знакомьтесь: моя Родина» позволит выявить и привлечь в Кострому талантливых студентов, поможет студентам презентовать свои творческие работы, получить комментарии экспертов.</p>
--	--

<p>10. Опыт успешной реализации проектов <i>(Следует описать опыт команды проекта по реализации социально значимых проектов в соответствующей сфере деятельности)</i></p>	<p>Создание и управление деятельностью студенческих объединений «Welcome-центр КГУ», «Медиацентр КГУ», успешная реализация проекта «Welcome-центр КГУ как драйвер развития молодежного туризма в Костромской области» - победителя Всероссийского конкурса молодежных проектов среди организации высшего образования в 2018 году, организация и функционирование лаборатории учебного телевидения, опыт участия в научных грантах РФФИ, организация и проведение культурно-просветительских фестивалей «Твои века, Кострома», организация волонтерских команд для помощи в проведении общеуниверситетских мероприятий. Успешное взаимодействие с областным музеем-заповедником, совместная реализации проекта по восстановлению с миниатюре с исторической точностью деревянного храма Преображения в Ипатьевском монастыре (ранее сгоревшего от рук вандалов).</p>
---	---

<p>11. Партнеры проекта и собственный вклад <i>(Необходимо указать партнеров, которые готовы оказать информационную, консультационную, материальную, финансовую и иную поддержку реализации проекта, а также собственный вклад и ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта)</i></p>		
№	Партнер/ Собственный вклад	Вид поддержки
1.	ФГБОУВО «Костромской государственный университет»	Предоставление помещений, лабораторий, части оборудования, информационной площадки для освещения мероприятий проекта.
2.	Департамент культуры Костромской области	Информационная поддержка мероприятий проекта, сопровождение сбора краеведческого материала в архивах и музеях региона, административная поддержка выездных программ проекта, предоставление льготных условий для посещения музеев и выставок участникам проекта
3.	Костромской историко-архитектурных и художественный музей-заповедник	Консультационная поддержка при разработке содержания интерактивных экскурсий и квестов; предоставление исторических материалов (чертежи, схемы, описания очевидцев) для изготовления макетов достопримечательностей Костромы.
<p>12. Дальнейшая реализация и мультипликативность проекта <i>(укажите планы по реализации проекта после завершения грантового финансирования, а также, как будет распространяться опыт по реализации проекта в других регионах)</i></p>		
<p>В 2020 году планируется продолжение проекта через создание комплекса объектов деревянного зодчества и других архитектурных объектов в миниатюре, и таким образом воссоздание на</p>		

территории университета исторического центра г. Костромы в миниатюре (бронзовый и деревянный город). Разработка виртуальных экскурсий по г. Костроме в миниатюре. Этот опыт может быть масштабирован студенческими объединениями патриотической и краеведческой направленности в университетах регионов, имеющих богатую историю (Ярославской, Владимирской и др. областей).

13. Информационное сопровождение проекта

Текущая информационная открытость проекта	Наименование, характеристика СМИ (форма, тираж, охват аудитории)
	<a href="https://ksu.edu.ru/">https://ksu.edu.ru/</a> официальный сайт ФГБОУВО «Костромской государственный университет», 170003 посетителя
	<a href="https://vk.com/kostroma_university">https://vk.com/kostroma_university</a> группа Костромского государственного университета ВКонтакте, 4438 участников
	<a href="https://vk.com/abiturkgu">https://vk.com/abiturkgu</a> группа Абитуриент КГУ ВКонтакте, 1030 участников
	<a href="https://vk.com/welcomeksu">https://vk.com/welcomeksu</a> группа Welcome-центр КГУ ВКонтакте, 1002 участника
	<a href="https://vk.com/mediakgu">https://vk.com/mediakgu</a> группа Медиацентр КГУ ВКонтакте, 1037 участников
	<a href="http://www.facebook.com/KostromaSU/">www.facebook.com/KostromaSU/</a> страница Костромского государственного университета в Facebook, 980 подписчиков
	<a href="https://www.facebook.com/groups/flagshipuniversity/">https://www.facebook.com/groups/flagshipuniversity/</a> страница Опорные университеты России в Facebook, 780 участников
Планируемое информационное освещение проекта в СМИ	Наименование и характеристика СМИ (форма, тираж, охват аудитории)
	<a href="https://ksu.edu.ru/">https://ksu.edu.ru/</a> официальный сайт ФГБОУВО «Костромской государственный университет», 170003 посетителя.
	<a href="https://vk.com/kostroma_university">https://vk.com/kostroma_university</a> группа Костромского государственного университета ВКонтакте, 4438 участников
	<a href="https://vk.com/abiturkgu">https://vk.com/abiturkgu</a> группа абитуриент КГУ ВКонтакте, 1030 участников
	<a href="https://vk.com/welcomeksu">https://vk.com/welcomeksu</a> группа Welcome-центр КГУ ВКонтакте, 1002 участника
	<a href="https://vk.com/mediakgu">https://vk.com/mediakgu</a> группа Медиацентр КГУ ВКонтакте, 1037 участников
	<a href="http://www.facebook.com/KostromaSU/">www.facebook.com/KostromaSU/</a> страница Костромского государственного университета в Facebook, 980 подписчиков
	<a href="https://www.facebook.com/groups/flagshipuniversity/">https://www.facebook.com/groups/flagshipuniversity/</a> страница Опорные университеты России в Facebook, 780 участников

**Белякова Елена Николаевна**  
**Привалова Евгения Александровна**

**Социальные проекты в СМИ**

*Методические рекомендации  
по подготовке к практическим занятиям  
и выполнению самостоятельной работы*

Компьютерный набор Е. Н. Беляковой