**Всероссийский конкурс «Доброволец России – 2020»**

**Номинация: «Уверенные в будущем»**

**Направление проектной работы:**

**Сохранение исторической ценности и популяризация РДШ**

**Тема: "Медиастарт"**

**Автор: Кушаков Вячеслав Александрович, ученик 10 класса МОУ СОШ№5 г. Рыбинска**

**Научный руководитель: Мясникова Мария Николаевна, педагог-организатор СОШ №5**

**Место выполнения проектной работы: Ярославская область**

**2020 г.**

**Цели:**

Популяризация Российского Движения Школьников чрез агитацию новый активистов медиа-отрядов региональных отделений РДШ городов -участников, вовлечения участников в квест игру и развития медиаиндустрии в рамках РДШ

**Задачи:**

1. Задействовать при проведении квеста, локально, отделения РДШ

2. Реализовать проверку навыков участников (команд)

3. Обучить участников правильному и более корректному использованию медиа-инструментов

4. Публикация обучающих постов в группе Вконтакте Регионального проекта, квест-игры "Медиастарт"

5. Тренировка навыков участников квеста (команд)

6. Подготовка участников квеста к дальнейшему сотрудничеству с РДШ

**Актуальность:**

Медиа − это не просто система СМИ и массовых коммуникаций. Это сложная категория, включающая в себя различные объекты и субъекты — систему культурно-информационных взаимоотношений, которая в информационном обществе становится главной опорой любой организации. Современный человек погружен в насыщенное медиапространство, которое уже не является инструментом человеческой деятельности. Сегодня каждое наше действие становится составляющей частью медиасреды и коммуникационных технологий. Медиасреда не отдельно существующее пространство. Наши отношения с медиатехнологиями выведены на уровень несущественного ряда событий. Это уже не технические средства, наполняющие нашу жизнь разнообразными образами, а практически не рефлексируемая окружающая среда.

**Гипотеза**:

В наши дни сложно представить себе человека, который не стремится к достижениям высокого результата и получению одобрения в выбранной сфере деятельности. Те, кто считают проблему, которую вы планируете решать, очень большой и важной, являются настоящими профессионалами. Но их нужно раскрыть.

**Проблема:**

С каждым месяцем участие в медиаиндустрии становится все менее и менее привлекательным занятием для молодежи XXI века, что приводит к убытку кадров в рядах медиаотрядов Российского Движения Школьников.

**Этапы реализации**:

**1 этап.** Создание поста, к которому будет прикреплена инфографика, рассказывающая про главные направления медиаотряда участника на период

2019-2020 учебных годов

Доп. требования: инфографика должна быть выложена в форме кадра под постом (использование сторонних изображений - разрешено); файл должен иметь стандартное название

(проверка определения и навыка создания инфографики)

**2 этап.** Съемка патриотического видео-ролика на тему "Мы - едины".

Доп. требования: длина видео-ролика – max. 4 минуты, соответствие патриотической направленности; файл должен иметь стандартное название

(проверка навыка видео-съемки)

**3 этап.** Создание школьной фотовыставки на тему: "Я-волонтер!".

Доп. требования: каждой фотографии должно быть присвоено название; задумка снимка должна быть изложена в 2-3 предложениях; файл должен иметь стандартное название

(проверка навыка фотографии)

**4 этап.** Написание лонг-рида и дальнейшая его публикация в группе в образовательного учреждения, центра дополнительного образования или на личной стене социальной сети ВКонтакте

Доп. требования: лонгрид должен содержать не менее 250 слов и быть оформлен должным образом (выдержка микротем и структуры текста); файл должен иметь стандартное название

(проверка навыка написания и публикации постов)

**5 этап.**  Создание контент-плана группы образовательного учреждения, центра дополнительного образования или личной стены в социальной сети в Вконтакте

Доп. требования: создание контент-плана должно происходить без использования специализированных программ и сервисов; использование MS Excel; файл должен иметь стандартное название

(проверка навыков составления контент-плана)

-(на проведение и выполнение заданий одного этапа команде-участнице дается 4 дней; этапы проводятся с перерывом в 1 день; в последнюю неделю месяца – подведение итогов:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | - | 2 | 2 | 2 | 2 | - | 3 | 3 | 3 | 3 | - | 4 | 4 | 4 | 4 | - | 5 | 5 | 5 | 5 | п | п | п | п | п | п | п |

где: цифры 1-5 – номер этапа; "-" – пустой день; "п" – подведение итогов)

**(выполнение регламентационных требований – обязательно).**

**Введение:**

Постоянно возникает потребность в активизации и ежегодном пополнении органов ученического самоуправления и привлечении новых участников объединения. Одной из форм их подготовки, для дальнейшего сотрудничества с региональными отделениями РДШ, является, так называемое, "профессиональное испытание", которое будет реализовано в качестве квест-игры, в ходе которой будут отобраны участники медиасовета.

**Выводы:**

В ходе проекта организаторы квест-игры обязаны "подготовить" новых участников медиаобъединений, которые в дальнейшем войдут в медиа-отряды и станут их представителями в Российском Движении Школьников.

**Результаты проекта:**

В результате проведения квеста будут созданы новые региональные медиа-отряды в других областях, в которых реализовано Российское Движение Школьников и локальные медийные объединения. Будет сформирована целостная медиасреда; структурирована, объединена и скооперирована работа региональных и локальных медиацентров отделений Российского Движения Школьников, что приведет к популяризации медиасреды и медиа-индустрии, которые, в свою очередь, являются актуальными и "набирающими обороты" средами общественной и профессиональной жизни.

**Целевая аудитория: дети от 8 до 18 лет не включительно**