

ПРОЕКТ
МОЛОДЕЖНОГО ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ
СУРГУТ
(наименование муниципального образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры)

Общие сведения о Проекте	Информация о полном или частичном ремонте здания (зданий), помещений учреждения молодежной политики, молодежного пространства	Не требуется
	Информация об учреждениях молодежной политики, молодежных пространствах, для которых только закупается оборудование	Муниципальное бюджетное учреждение по работе с подростками и молодежью по месту жительства «Вариант»
	Объем средств на содержание учреждений молодежной политики, молодежных пространств (коммунальные платежи и зарплаты), включенных в Проект за предыдущий календарный год	219 045 705, 67 (двадести девятнадцать миллионов сорок пять тысяч семьсот пять рублей, шестьдесят семь копеек)
	Информация о количестве муниципальных учреждений молодежной политики, включенных в Проект	- Муниципальное бюджетное учреждение по работе с подростками и молодежью по месту жительства «Вариант». - Муниципальное автономное учреждение по работе с молодежью «Наше время». - Муниципальное бюджетное учреждение «Центр специальной подготовки «Сибирский легион» имени Героя Российской Федерации полковника Богомолова

	Александра Станиславовича.	
Краткое описание Проекта (до 2500 символов, включая пробелы)	Проект «Молодёжный медиацентр» направлен на создание на базе МБУ «Вариант» профессиональной медийной площадки и единого информационного пространства для подростков и молодёжи Сургута. «Медиацентр» может стать «голосом» молодёжи города: на понятном аудитории языке освещать события, проекты, инициативы молодых людей, актуальные для молодёжи социальные темы, позитивные примеры и истории успеха молодых сургутян. Участники проекта получают первичные навыки работы в сфере цифровых коммуникаций, с помощью профессионального оборудования и экспертов на практике осваивают приёмы и инструментарий работы в качестве корреспондентов, контент-менеджеров, операторов, фотографов, дизайнеров, монтажёров, учатся основам цифровой безопасности, работе в команде, реализуют актуальные для городского сообщества медиапроекты. Главная целевая аудитория проекта – подростки и молодёжь от 12 до 35 лет. При этом потенциальными бенефициарами контента и организованной медиаплощадки являются и другие целевые группы – школьники, студенты, работающая молодёжь, специалисты учреждений дополнительного образования и молодёжной политики, в общей сложности более 127 тыс. человек. Реализация проекта включает создание «Молодёжного медиацентра» на базе одного из молодёжно-подростковых клубов МБУ «Вариант», формирование команды, приобретение профессионального оборудования для создания фото-, видео- и аудиоматериалов о жизни молодёжи города, оснащение и оформление имеющихся помещений, формирование медиаплана работы медиацентра совместно с общественными молодёжными организациями («Движение Первых», «Волонтеры Победы», «Юнармия» и др.), производство контента для соцсетей, его размещение и масштабирование в партнёрских социальных сетях и СМИ города Сургута. Проект рассчитан на обучение в течение 2027 года не менее 40 человек. В процессе обучения	

	планируется реализовать не менее 4 авторских командных проектов, поддерживать не менее 10 партнёрских проектов, обеспечить информационное сопровождение не менее 20 мероприятий учреждений молодёжной политики. Совокупный охват аудитории произведённым контентом планируется на уровне не менее 100 тыс. просмотров на сайтах и в социальных сетях. Основные расходы связаны с приобретением профессионального оборудования (инфраструктурный блок), организацией работы «Молодёжного медиацентра» и обучения молодёжи востребованным компетенциям в сфере медиапространства с привлечением экспертов (содержательный блок). На осуществление проекта требуется 8 900 000 (восемь миллионов девятьсот тысяч) рублей. Запрашиваемый объём субсидии из окружного бюджета — 6 230 000 (шесть миллионов двести тридцать тысяч) рублей (70%), объём финансирования из местного бюджета — 2 670 000 (два миллиона шестьсот семьдесят тысяч) рублей (30%).
Актуальность Проекта	В Сургуте треть жителей составляет молодёжь до 35 лет. Это разномасштабное сообщество включает в себя многочисленных школьников, студентов десятка вузов и ссузов, работающую молодёжь. При этом освещение их жизни, проблем, ключевых новостей, объединяющих тем носит локальный характер и в городской инфорповестке главным образом привязано к событийной канве — «День знаний», «День науки», «Последний звонок», сдача ЕГЭ, «День молодёжи», профессиональные праздники и т.п., хотя заслуживает полноценного постоянного присутствия в информационном поле Сургута. Также «Молодёжный медиацентр» может стать координатором совместной работы школьных, студенческих и корпоративных пресс-центров, студий, медиаобществ по освещению молодёжной политики и жизни молодёжи Сургута. Это даст возможность видеть и масштабировать в медиа истории сверстников, локальные, ранее незамеченные, но социально важные инициативы, транслировать позитивные смыслы, паттерны и практики, альтернативные радикальным нарративам, формировать у аудитории навыки безопасного поведения в цифровой среде. Проект закроет сразу несколько болевых точек: отсутствие доступного пространства с профессиональным оборудованием, дефицит обучающихся программ для старта в медиа, слабую

	видимость молодёжных городских инициатив в информационном поле. В результате это не только даст инструменты для самореализации и профориентации конкретным группам, но и обогатит медиасреду города в целом, повысив уровень медиаграмотности и активности молодёжи. Развитие проекта позволит укрепить имиджа Сургута как «Города молодых» и повысит доверие к официальным коммуникациям.
Цели и задачи Проекта	Цели создания «Молодёжного медиацентра» включают: 1. Реализацию задач городской молодёжной политики в медиапространстве, организацию системного освещения на медиаплощадках новостей, событий, проблем молодёжи Сургута, 2. Развитие творческих способностей и цифровых компетенций подростков и молодёжи в области медиаиндустрии, профориентационную работу с участниками и вовлечение в общественно значимую деятельность, 3. Создание единого медиапространства в молодёжной среде города, формирование положительного имиджа города Сургута как «Города молодых», 4. Освоение и применение молодёжью новых решений в работе с медиаконтентом (нейросети, вертикальные видео, пр.), 5. Повышение цифровой безопасности и медиаграмотности, противодействие деструктивным информационным влияниям. Основные задачи медиацентра: 1. Формирование единого пространства для творческого самовыражения молодёжи и реализации инициатив в сфере масс-медиа, его развитие во взаимодействии с учреждениями молодёжной политики, образования и культуры. 2. Создание и поддержка молодёжных медиапроектов, направленных на воспитание гражданской ответственности, патриотизма и социальной активности. 3. Организация социально значимых мероприятий/информационных кампаний по актуальным для молодёжи темам среди жителей города и региона. 4. Включение в информационную повестку молодёжной городской политики на городском и

	региональном уровнях. 5. Создание пула талантливых молодых авторов, способных формировать устойчивую позитивную повестку. 6. Обучение современным технологиям производства мультимедийного контента и развитие профессиональных навыков участников.
Основные исполнители и их функции в Проекте	1. Администрация г. Сургута (отдел молодёжной политики) – общее руководство, координация, обеспечение финансирования, контроль. 2. Муниципальное бюджетное учреждение по работе с подростками и молодёжью по месту жительства «Вариант». Роль: база для вовлечения целевой аудитории и площадка для деятельности. Что делает: предоставляет пространство (помещения, клубы по месту жительства), чтобы медицентр физически существовал и был доступен для подростков и молодёжи. Кто участвует: специалисты по работе с молодёжью помогают формировать инициативную группу — ищут ребят, которые хотят попробовать себя в журналистике, съёмке, монтаже, SMM. Они же курируют участие подростков, следят за безопасностью и вовлекают тех, кому особенно нужна поддержка (например, из групп риска). Синергия: «Вариант» уже работает с локальными молодёжными сообществами, поэтому через него проще всего набрать участников и сразу запускать проекты на местах. 3. Муниципальное автономное учреждение по работе с молодёжью «Наше время». Роль: ресурс для кадров, практик и дополнительного вовлечения. Что делает: в структуре учреждения есть подразделение, где уже организованы активности, связанные с медиа и творчеством. Кто участвует: специалисты по работе с молодёжью и наставники из этих подразделений могут стать кураторами направлений в медицентре (вести мастер-классы, помогать с реальными кейсами). Также через «Наше время» можно привлечь трудоустроенную молодёжь (от 14 лет) — они станут активными участниками и даже волонтерами проекта. Синергия: учреждение помогает связать теорию с практикой — участники создают реальный контент (ролики, посты, памятки), который решает социальные задачи.

	4. Муниципальное бюджетное учреждение «Центр специальной подготовки «Сибирский легион» имени Героя Российской Федерации полковника Богомолова Александра Станиславовича». Роль: экспертиза в специфическом контенте и партнёрство для тематических проектов. Что делает: центр специализируется на гражданско-патриотическом и военно-патриотическом воспитании. Его эксперты могут помочь медиацентру создавать контент на соответствующие темы: брать интервью у ветеранов, освещать патриотические акции, проекты, например об «Юнармия» или «Пост № 1». Кто участвует: методисты, тренеры, участники юнармейских отрядов – они становятся источниками тем и спикерами для медиапроектов. Синергия: такое партнёрство добавляет медиацентру уникальную нишу – он не просто освещает события, а становится площадкой для сохранения и трансляции ценностей и исторической памяти. Как это работает - формируется рабочая группа, куда входят представители всех трёх организаций. Вместе определяют концепцию, распределяют зоны ответственности, планируют совместные акции (например, съёмку репортажа о патриотическом мероприятии с участием «Сибирского легиона» и ребят из «Варианта») и продумывают систему обучения участников (мастер-классы от наставников «Нашего времени», тематические блоки от экспертов «Сибирского легиона»).
Целевые аудитории	Проект рассчитан на подростково-молодёжную аудиторию города, специалистов дополнительного образования и учреждений молодёжной политики, включая следующие целевые группы: 1. Учащиеся общеобразовательных учреждений (12–17 лет) Проект позволит детям и подросткам: - удовлетворить потребность в творческом самовыражении и обеспечить пространство, где можно безопасно и профессионально пробовать себя в роли автора, актёра, оператора, монтажёра; - развивать интерес молодёжи к современным медиаформатам: создавать короткие вертикальные видео для соцсетей, записывать подкасты, профессионально вести публичные страницы и каналы в социальных сетях, блоги и влоги; - получить возможность под руководством наставников освоить первые профессиональные навыки в

сферах журналистики, связей с общественностью, фото- и видеосъёмки, графического дизайна и помощи экспертов в профессиональной ориентации в сфере цифровых коммуникаций;

- организовать новые возможности социализации: работать в команде над социально значимыми проектами, общаться со сверстниками в неформальной творческой обстановке, развивать сотрудничество и делиться позитивным опытом.

2. Студенты средних специальных и высших учебных заведений, молодые специалисты (17–35 лет)

Проект удовлетворит:

- желание молодых людей развивать медианавыки для построения карьеры (контент-менеджер, SMM-специалист, видеоредактор, копирайтер), личностного развития, ведения личных, общественных, официальных соцсетей;
- интерес к созданию контента на актуальные для общества темы: новости и яркие события в молодёжной среде (Сургута и в городском сообществе в целом, благотворительность и добровольчество, патристическое воспитание, профориентация молодёжи, здоровый образ жизни, история и культура страны и родного города;
- потребность в пространстве для реализации значимых социальных инициатив — например, снять видеоролик о городском проекте для его широкого освещения;
- возможность нетворкинга: знакомство с креативными людьми, общение с экспертами, поддержка команды, поиск партнёров для совместных медиапроектов, координация таких медиапроектов на уровне города.

3. Педагоги, наставники, руководители молодёжных клубов и центров (специалисты по работе с молодёжью, кураторы молодёжных программ, сотрудники учреждений и центров «Вариант», «Сибирский Легион», «Наше время», другие).

Проект предоставит этой целевой группе:

- новую площадку и инструмент, который поможет вовлекать подопечных в активную созидательную

	деятельность; - возможность получать готовый образовательный профориентационный контент для своих программ (уроки, видеоролики, инфографику, лектории, мастер-классы по медиа); - помощь в организации регулярных активностей: центр может использоваться как база для постоянных кружков, медиашкол, хакатонов и т.п. 4. Локальные сообщества и организации Это активные группы города - творческие коллективы, спортивные сообщества, волонтерские движения, студенческие объединения и т.п. Проект может помочь этой аудитории: - удовлетворить потребность в качественном освещении их деятельности (информирование молодежи о проектах сообществ, привлечение новых участников, повышение узнаваемости); - создавать, выпускать и масштабировать контент, который формирует позитивный образ города Сургута и укрепляет локальную идентичность – желание жить и развиваться вместе с родным городом. 5. Широкая аудитория (жители Сургута) Количественная оценка: население города – более 441,4 тыс. человек. Проект удовлетворит потребность в актуальном живом контенте о жизни молодежи города, составляющей треть населения Сургута.
Партнеры Проекта и их вклад в его реализацию	Региональное отделение Общероссийского общественно-государственного детско-молодежного движения «Движение первых» - информационная, консультационная, организационная помощь в разностороннем развитии детей и молодежи. Кураторы помогают разобратся в направлениях движения, рассказать о федеральных и региональных проектах, поддерживают при подаче заявок на конкурсы, помогают участникам проекта собрать портфолио для получения дополнительных баллов при поступлении в вузы, проводят тематические мероприятия и координируют участие в окружных и всероссийских конкурсах. Информационная поддержка: кураторы помогают разобратся в направлениях движения, рассказать о

	федеральных и региональных проектах (например, «Зарница 2.0», «Хранители истории», «Походы Первых»), предоставив интересные материалы и героев для создания контента. Консультационная: поддерживают при подаче заявок на конкурсы, помогают участникам проекта собрать портфолио для получения дополнительных баллов при поступлении в вузы. Организационная: берут на себя проведение тематических мероприятий – квизы, мастер-классы, государственные праздники и важные события (День России, День памяти и скорби). Координируют участие в окружных и всероссийских этапах релевантных конкурсов, фестивалей. Муниципальный штаб Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы» - информационная, консультационная, организационная помощь. Основная специализация — сохранение исторической памяти и работа с ветеранами. Информационная: рассказывают о предстоящих акциях («Георгиевская лента», «Красная гвоздика»), объясняют, как стать волонтером. Консультационная: помогают сориентироваться, в каком формате можно участвовать — от помощи ветеранам и благоустройства памятных мест до проведения «Уроков мужества» или исторических квестов. Организационная: набирают и обучают добровольцев, координируют логистику на крупных событиях, организуют встречи (например, с ветеранами, блокадниками, вдовами ветеранов). Есть опыт участия в масштабных проектах — например, в организации встречи исторического эшелона «Поезд идёт на Восток» на ж/д станции Сургута. Местное отделение Всероссийского детско-юношеского военно-патриотического общественного движения «ЮНАРМИЯ» - информационная, консультационная, организационная помощь. Это военно-патриотическое движение, поэтому его опыт связан с соответствующей тематикой. Информационная: знакомят с основами военной подготовки, военно-прикладными дисциплинами, историей. Консультационная: помогают подросткам определиться с направлением — выбрать вид спорта (стрельба, тактика, рукопашный бой), понять, какие навыки пригодятся в будущем.
--	--

	Организационная: формируют отряды на базе школ и других учреждений, проводят тренировочные занятия, соревнования, экскурсионные и познавательные программы. Штаб неоднократно признавался одним из лучших в ХМАО-Югре по итогам окружных смотров-конкурсов. Также в структуре есть комната Юнармейца, что говорит о системной работе по вовлечению и удержанию участников. Учреждения профессионального образования города Сургута: вузы (СурГУ, СурГПУ, СИУЭП, СПК и др.) - информационная, консультационная, организационная помощь. Информационная: знакомство с азами профессии медиасферы, информирование о программах профессионального обучения, новостях студенческого сообщества. Консультационная: участие в тренингах, лекториях, мастер-классах, экспертная оценка работ и проектов. Организационная: налаживание взаимодействия с пресс-центрами, студенческими студиями и медиасообществами, профильными кафедрами (журналистики, медиакommunikаций, связей с общественностью, дизайна, интернет-технологий), проведение совместных мероприятий. АНО «Интеллектуальный клуб» окажет трудовое участие в реализации инициативного проекта «Молодёжный медиациентр». Объём поддержки в финансовом выражении составит 220 000 рублей.
Механизм реализации Проекта, в том числе:	Реализация проекта включает: - создание на базе одного из молодёжно-проспектовых клубов МБУ «Вариант» «Молодёжного медиациентра», - формирование команды участников и наставников из числа молодых людей до 35 лет, - приобретение профессионального оборудования для создания фото-, видео- и аудиоматериалов о жизни молодёжи города, - оснащение и оформление имеющихся помещений для организации процесса обучения и работы студий, - формирование медиалплана работы совместно с общественными молодёжными организациями города Сургута и другими партнёрами, - набор и обучение участников, - производство контента для соцсетей, его размещение и масштабирование в партнёрских социальных

	сетях и СМИ города Сургута, - запуск собственных и поддержку партнёрских проектов.
Инфраструктурный блок	В рамках проекта для организации деятельности «Молодёжного медиацентра» на базе помещений МБУ «Вариант» планируется оборудовать, оснастить мебелью и техническими средствами, оформить в едином визуальном стиле: • учебную зону (на 20–25 мест, с мультимедийным оборудованием, экраном, необходимым инструментарием); • студию-мастерскую в формате коворкинга (на 10 рабочих мест); • студию видеозаписи (с осветительными приборами, звуковым оборудованием, хромакеем, видеопанелями/экранами, зонами для организации записи встреч и интервью); • студию звукозаписи (на 4 рабочих места); • трансформируемое пространство для фотосъёмки (с необходимым световым оборудованием); • мобильную мягкую зону; • рабочие кабинеты (2–3) для руководителя и экспертов медиацентра; • помещение для хранения архива и оборудования.
Содержательный (операционный) блок	Содержательная деятельность медиацентра будет строиться по следующим направлениям работы: Образовательное направление: обучение основам медиаграмотности, цифровой этике, авторскому праву и информационной безопасности – 40 чел.; организация мастер-классов, тренингов и стажировок по отдельным направлениям с приглашёнными экспертами (преподавателями, редакторами, продюсерами, операторами, дизайнерами, SMM-специалистами, фотографами, видеографами) - 10; проведение тематических встреч, дискуссий, киноklubов, фотовыставок – 4-6; внедрение системы наставничества.

Производственное (контент-) направление:

разработка контент-планов, привязанных к календарю значимых дат, муниципальным проектам, запросам целевой аудитории;

создание лендинговых платформ (собственного сайта, аккаунтов медиацентра в социальных сетях) производство разноформатного контента: коротких видео (40), подкастов (40), фоторепортажей (40), лонгридов (10), карточек (10) и постов для соцсетей (200);

подготовка и публикация материалов о мероприятиях молодёжной политики, достижениях, лучших практиках, освещение социально значимых событий с участием подростков и молодёжи — не менее 40 публикаций;

обеспечение соблюдения стандартов качества: фактчекинг, редактура, единые тональность и стиль оформления.

Проектное и событийное направление:

освещение 20 ключевых мероприятий города и учреждений молодёжной политики (фестивали, форумы, спортивные и творческие события, акции);

запуск не менее 4 собственных медиапроектов (рубрики, спецпроекты, челленджи) и медиаподдержка не менее 10 партнёрских проектов, ориентированных на молодёжь;

участие в городских, региональных и всероссийских конкурсах и медиасменах (1-2).

Организационно-методическое направление:

разработка внутренних регламентов: правила участия, распределение ролей, порядок согласования публикаций;

налаживание взаимодействия с Администрацией города, региональными органами власти, учреждениями-партнёрами, молодёжными организациями и объединениями, школьными и студенческими медиацентрами, городскими СМИ;

контроль и анализ результатов: количество публикаций, охваты, вовлечённость, обратная связь, портфолио участников.

Основные показатели результативности (количественные результаты Проекта)	Наименование показателя результативности		2027 год	
	Площадь помещений, требующая ремонта, а также обеспечения оборудованием, кв. м		41,7	
	Численность молодежи, включенной в деятельность учреждений молодежной политики на системной основе, чел.		40	
	Общий охват молодежи мероприятиями и проектами (в том числе разовые касания), чел.		4 тыс. чел.	
	Количество мероприятий, ед.		10	
	Количество реализованных проектов, ед.		34	
	Участие в конкурсах		1-2	
	Выпуск публикаций с оригинальным контентом в социальных сетях, ед.		200	
			сообщений	
Качественные результаты Проекта	В результате создания молодёжного медиацентра ожидаются следующие качественные результаты: 1. Повышение уровня медиаграмотности участников, освоение новых компетенций в сфере цифровых коммуникаций (подтверждается тестированием/ анкетированием до и после обучения, творческим портфолио участников). 2. Формирование устойчивого молодёжного сообщества, способного самостоятельно вести медиадеятельность (портфолио команды медиацентра и участников-блогеров). 3. Снижение восприимчивости к деструктивному контенту среди подростково-молодёжной аудитории (оценивается через опросы, фокус-группы, анализ комментариев). 4. Формирование у горожан молодёжного образа Сургута - города, комфортного для обучения и воспитания детей и молодёжи, построения карьеры и семьи, профессиональной и личностной самореализации (анализ комментариев в социальных сетях). 5. Активное включение тем молодёжной политики в городскую и окружающую медиаповестку (мониторинг социальных сетей и СМИ). 6. Улучшение имиджа МБУ «Вариант» и партнёров проекта, рост доверия к их коммуникациям (оценка по обратной связи, тональности публикаций, количеству репостов и упоминаний).			

Информирование о Проекте ее участников и местного сообщества в целом	Способы информирования целевых групп о проекте: Социальные сети и мессенджеры. Основные площадки для молодёжи – социальная сеть «ВКонтакте» и мессенджер МАХ, где будут размещаться анонсы, фото и видео с мероприятий, опросы, конкурсы, произведённый контент. Для более зрелой аудитории (партнёры, представители образовательных и молодёжных учреждений, органов местного самоуправления, других заинтересованных лиц) можно также задействовать «Одноклассники». Официальный сайт учреждения «Вариант» и сайт-лендинг проекта: для размещения полной структурированной информации, включая описание проекта, положение о наборе участников, календарный план, отчёты, фото- и видеоархивы. Госпаблики муниципальных учреждений молодёжной политики, образования и культуры, муниципальные информационные ресурсы. Публикации в официальных сообществах Администрации города Сургута, комитета внутренней и молодёжной политики, комитета культуры, департамента образования повышают доверие и расширяют охват. Городские средства массовой информации (ТВ, радио, печатные и сетевые издания). Телесюжеты, публикации и радиосообщения дают максимальный охват среди жителей города, в том числе тех, кто не пользуется соцсетями. В газетах можно опубликовать развёрнутые интервью, очерки, репортажи с кураторами и лидерами проекта (экспертами, наставниками, успешными участниками). Расылки по электронной почте и в мессенджерах. Эффективны для информирования школ, вузов, вузов, НКО и партнёров посредством отправки приглашений на мероприятия, ссылок на регистрацию, аккредитацию, отчёты, методических материалов. Офлайн-каналы: информационные стенды в учебных заведениях, библиотеках, молодёжных центрах,
---	---

	афиши в общественных пространствах, листовки на мероприятиях. QR-коды и ссылки на точках контакта. Их можно размещать на афишах, буклетах, в коридорах учреждений, чтобы быстро вести аудиторию на страницу регистрации или описание проекта. Параметры информационной кампании Целевые группы и фокус сообщений: Молодёжь и дети 7–35 лет: возможности самореализации, обучение профессиональным навыкам, создание портфолио, участие в реальных медиапроектах. Родители и педагоги: безопасный досуг детей и молодёжи, образовательная ценность, перспективы профориентации и трудоустройства. Партнёры (НКО, учреждения, деловое сообщество): выгоды партнёрства – совместные проекты, медиаподдержка, контакт с молодой аудиторией – потенциальными трудовыми ресурсами, реализация задач в рамках корпоративной социальной ответственности. Органы власти и СМИ: значимость проекта для города, социальный эффект, вклад в развитие городского человеческого капитала и молодёжной политики Сургута. Сроки кампании: 2-е полугодие 2026 года – 2027 год. Этапы кампании: 1. Подготовительный этап. Анонс идеи проекта, сбор обратной связи, формирование сообщества, информирование о создании нового молодёжного центра и пространства. 2. Старт набора участников. Публикация условий участия, требований к кандидатам, сроков подачи заявок, критериев отбора,
--	---

	освещение открытия центра и начала работы. 3. Реализация проекта. Регулярные публикации (посты в сетях) о ходе проекта: обучение, съёмки, интервью, закулисье, промежуточные результаты. 4. Финал и итоги. Демонстрация результатов (ролики, подкасты, фотовыставки), поощрение «выпускников», благодарность партнёрам, планы на будущее. Частота публикаций. Оптимально: 3–5 постов в неделю в соцсетях, 1–2 новостных материала в месяц на сайте и в СМИ, еженедельная рассылка партнёрам в активной фазе проекта. Форматы контента: - текстовые посты с яркими заголовками и призывом к действию; - фоторепортажи и бэкстейдж; - короткие видео (Reels/VK Клипы) и полноценные ролики; - карточки и инфографика с ключевыми фактами; - прямые эфиры с кураторами и экспертами; - пользовательский контент (истории участников, отзывы). КРІ информационнои кампании Выпуск более 200 сообщений в социальных сетях и СМИ по итогам 2027 года. Ожидаемый суммарный охват публикаций (в том числе с учётом репостов и упоминаний) – не менее 100 тыс. просмотров.
Дальнейшее развитие Проекта	Инфраструктура медицентра продолжит работать на базе МБУ по работе с подростками и молодежью по месту жительства «Вариант» и будет задействована по нескольким направлениям: Постоянная площадка для молодёжных медиапроектов. Пространство медицентра (студии,

оборудование, ПО) будет использоваться для создания контента, подкастов, видеорепортажей, стримов, фотопроектов.

Образовательная площадка. На базе медиацентра планируется регулярно проводить курсы и мастер классы по основам журналистики, видеопроизводству, монтажу, работе с нейросетями, SMM, дизайну и т. п. Это соотносится с интересом к обучению работе с нейросетями и формированию прикладных навыков.

Профориентационный хаб. Площадка станет точкой входа в медиапрофессии: стажировки, мини практики, партнёрства с редакциями и пресс службами, встречи с экспертами.

Центр информационного сопровождения молодёжной политики. Медиацентр будет готовить контент для соцсетей и городских площадок, освещать мероприятия, вести летопись молодёжных инициатив, формировать единый информационный поток от молодёжных учреждений.

Проектный офис для молодёжных инициатив. Медиацентр станет местом, где молодёжь будет упаковывать идеи в проекты, готовить заявки на гранты, прорабатывать КРІ и метрики эффективности.

Бюджетные и программные ресурсы:

Муниципальные программы и планы. Включение в муниципальные программы молодёжной политики позволит получать целевое финансирование на командировки, производство контента, проведение фестивалей и конкурсов.

Городское бюджетное финансирование. Поддержка из бюджета города на реализацию социально значимых проектов и инициатив, а также на содержание инфраструктуры (коммунальные услуги, охрана, техподдержка).

Грантовые конкурсы и субсидии. Участие в конкурсах для НКО и муниципальных учреждений, молодёжных грантовых конкурсах, в том числе федеральных (Росмолодёжь и др.).

Сотрудничество с городскими СМИ, пресс-службами и НКО. Партнёрства дадут доступ к экспертизе, стажировкам, совместным проектам, обмену оборудованием и площадками.

Вузы и колледжи Сургута. Совместные образовательные модули, практики, проектные сессии,

привлечение студентов как волонтеров и стажёров.

Бизнес и корпоративные медиа. Партнёрство с компаниями в части оборудования, лицензий на ПО, менторства, кейс чемпионатов и реальных задач.

Кадровый резерв из участников медиацентра. Выпускники программ медиацентра могут становиться наставниками, кураторами смен, руководителями направлений.

Волонтёрское сообщество. Привлечение волонтеров городских волонтёрских объединений для организации мероприятий, технической поддержки, ведения соцсетей.

Привлечение внешних экспертов на проектной основе. Приглашённые специалисты по медиа, продюсированию, маркетингу, кибербезопасности и критическому мышлению.

Материально-техническая база:

Сохранение и модернизация текущей инфраструктуры. Оборудование (камеры, микрофоны, свет, компьютеры, ПО), мебель, зоны для записи и монтажа, пространство для встреч и лекций.

Пополнение фонда за счёт грантов и партнёрств. Обновление техники, закупка лицензий, расширение студийных возможностей.

Использование цифровых платформ и облачных сервисов. Для хранения материалов, совместной работы, онлайн трансляций и дистанционного обучения.

Долгосрочные эффекты и развитие

Устойчивая модель молодёжного медиапроизводства. Медиацентр станет постоянным источником качественного молодёжного контента для города, снижая зависимость от разовых проектов.

Формирование сообщества и бренда. Создание узнаваемого молодёжного медиабренда Сургута, который будет ассоциироваться с актуальными темами, качественным контентом и возможностями для самореализации.

Развитие компетенций и профилактика рисков. В рамках деятельности медиацентра можно встраивать модули по критическому мышлению, медиаграмотности и противодействию кибермошенникам.

Масштабирование практик. Успешные форматы (курсы, конкурсы, медиашколы) можно тиражировать на другие площадки Сургута, а также использовать как методическую базу для других учреждений. Таким образом, дальнейшее функционирование и развитие Молодёжного медиацентра опирается на сочетание муниципальной поддержки, сетевого партнёрства, вовлечения молодёжи и постоянного обновления образовательных и производственных практик.

Временно исполняющий полномочия Главы города Сургута

(наименование муниципального образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры)

« 21 » 07 2026 г.


И.В. Пустовая
(полное наименование должности)
М.П. 