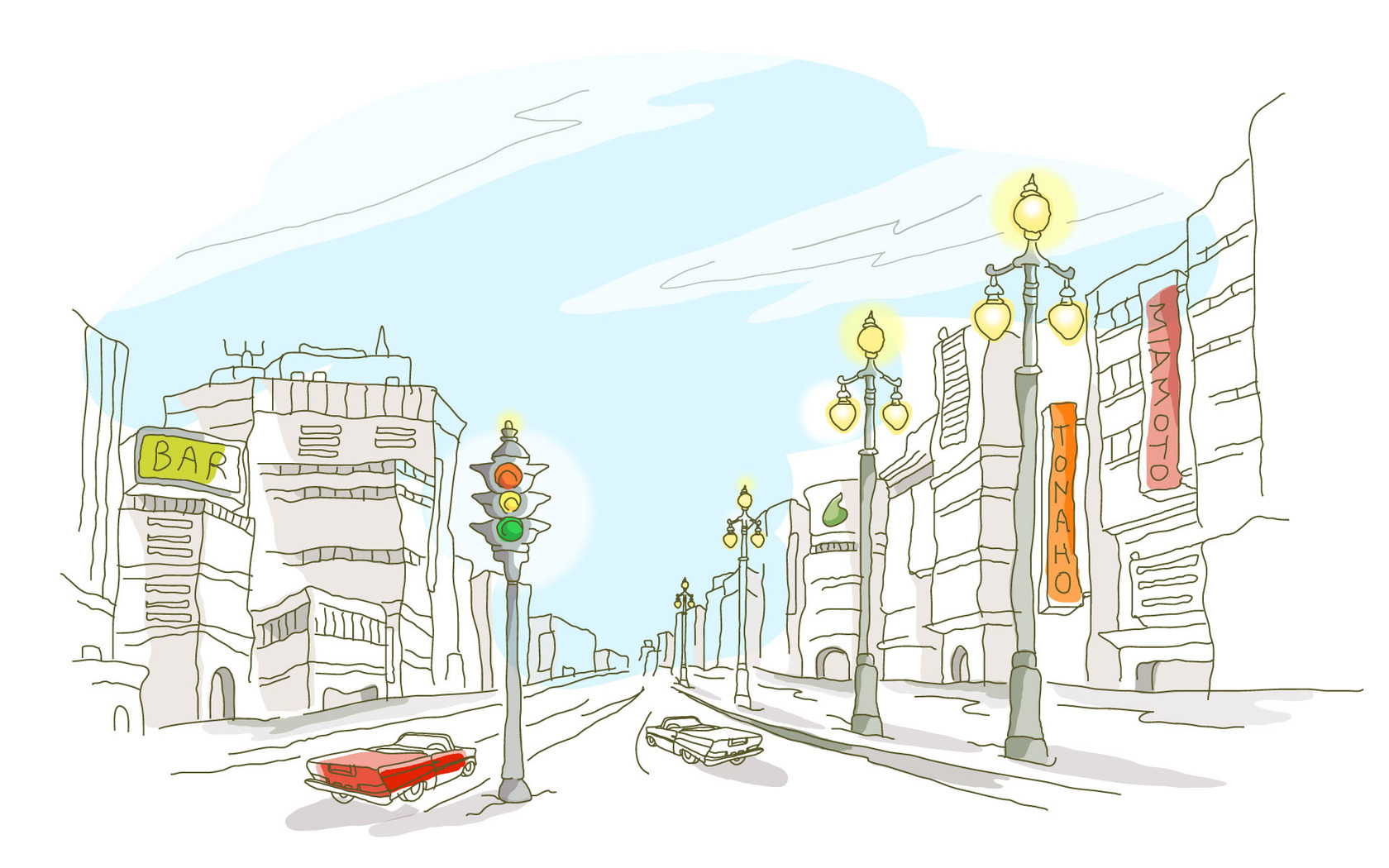
Гродненский Государственный Университет имени Янки Купалы

Проект для студенческого конкурса

«Масс-медиа перспектива»

**ПРОЕКТ «ВЕРНИ ЛИЦО ГОРОДУ»**

****Авторы: Головач Александра Ивановна,

Гаель Ольга Ярославовна

студенты 3 курса ГрГУ им. Янки Купалы

факультета истории, коммуникации и туризма

Гродно 2013

**Оглавление:**

Аннотация к проекту «Верни лицо городу» ………………………………… **3**

Введение ………………………………………………………………………… **4**

Описание проблемы ……………………………………………………………. **5**

Целевая аудитория проекта …………………………………………………..... **6**

Цели и задачи проекта ………………………………………………………….. **8**

Аналитический этап ……………………………………………………………. **9**

Этап планирования …………………………………………………………….. **11**

Методы реализации проекта: …………………………………………………. **12**

Акция «Твой город» ..…………………………………………………… **12**

Формирование волонтерских отрядов ………………………………… **12**

Комплекс мероприятий в детских садах и школах ……………………**13**

Акция «Чистая неделя» …………………………………………………..**14**

Экологический форум ……………………………………………………**14**

Программа по производству тетрадей из вторсырья ………………… **15**

Акция «Гродно в зеркале времени» ………………………………………**15**

Областной конкурс социальной рекламы экологической тематики «Your opinion»………………………………………………………………**16**

Веломарафон «К чистым истокам» ………………………………………**16**

Ожидаемые результаты ……………………………………………………….. .**17**

Бюджет проекта «Верни лицо городу» ……………………………………......**18**

**Аннотация к проекту «Верни лицо городу»**

Социальная значимость проекта «Верни лицо городу» заключается в привлечении внимания общественности к утрате природного городского ландшафта, формировании у жителей г. Гродно экологической культуры и чувства ответственности за природный облик города, в развитии активной гражданской позиции горожан.

Таким образом, реализуя проект «Верни лицо городу», мы сможем решить сразу несколько задач: обратить внимание общественности города на существующую проблему, вовлечь жителей города Гродно в реализацию мероприятий, сформировать у горожан активную гражданскую позицию, организовать конструктивный диалог и сотрудничество с администрацией города. Помимо этих задач проект направлен на формирование активной жизненной позиции молодежи через привлечение ее к общественной жизни родного города. В проекте мы постарались предусмотреть такие мероприятия и акции, которые бы привлекали различные слои населения города. Важно отметить, что каждое из мероприятий, предусмотренных в ходе реализации проекта, призвано развивать творческое мышление и делает возможным участие в мероприятиях любого жителя города.

Основная идея проекта кроется в его названии – «Верни лицо городу», что связывает проект не только с экологической проблематикой в узком смысле этого слова, но и с распространенным в современных гуманитарных науках понятием экологии культуры. Наша цель заключается в возвращении некоторым паркам и аллеям города Гродно их исторического вида, значимого для общего историко-культурного ландшафта города.

Креативная идея проекта заложена в следующем ключевом послании: **Город как человек: его тело – архитектура, его душа – парки и скверы**.

В рамках проекта нами предусмотрены масштабные акции, которые дадут возможность активным горожанам проявить себя, внеся свой вклад в сохранение уникального облика старинного белорусского города.

**Введение**

Срок реализации проекта – апрель 2014 – май 2015 гг.

Проект направлен на несколько целевых аудиторий: администрацию города, жителей Гродно разных возрастов, СМИ. Широкая аудитория проекта обусловила разноплановый характер мероприятий, которые будут интересны различным целевым группам.

**Описание проблемы**

Гродно – красивый и гармоничный город, сохранивший уникальное историческое наследие. Он всегда привлекал туристов не только великолепно сохранившимися архитектурными памятниками и возможностью культурного отдыха (музеями, театрами), но и красотой природы. Однако в последнее десятилетие наметилась тенденция к изменению облика Гродно – не только его архитектурной, но и природной среды. Исчезли скверы и аллеи (сквер на Советской площади, аллея по ул. Советской, ул. Ожешко, ул. Социалистической), в запустении находятся парки города – Коложский, Афганский, Румлевский. Историческая достопримечательность – Швейцарская долина – не приспособлена для комфортного отдыха горожан.

Корни проблемы кроются не только в поведении администрации города, но и в отсутствии социальной позиции самих жителей. Дело в том, что у горожан не сформировано экологическое мировоззрение, отсутствует культура чистоты (именно жители города как посетители парков ухудшают обстановку в них, засоряя территории, нанося ущерб тому, что было создано), а также желание бороться за сохранение уникального природного облика Гродно.

**Целевая аудитория проекта**

Целевыми аудиториями для проекта «Верни лицо городу» являются: администрация города, городское население, местные СМИ, общественные организации.

*Администрация города*

Администрация города принимает непосредственное участие в реализации проекта. Поэтому данная аудитория требует активного взаимодействия и сотрудничества с нашей стороны. Для этого члены администрации города будут приглашаться на все значимые мероприятия, с ними будут согласовываться вопросы касательно организации и проведения мероприятий, а также вопросы, касающиеся архитектурно-ландшафтных изменений в городе, которые предусмотрены проектом.

*Городское население (общественность)*

Городское население является самой большой по численности целевой группой нашего проекта. Но эта группа не только самая многочисленная, но и наиболее сегментированная. Поэтому в нашем проекте мы постарались найти наиболее подходящие для такой широкой аудитории мероприятия.

*Местные СМИ*

СМИ города Гродно, задействованные в реализации проекта, представлены газетами «Гродненская правда», «Вечерний Гродно», «Перспектива», телеканалами «Гродно Плюс», «Гродно», радиостанциями «Радио Гродно», «Радио MFM», студенческим радио «InterАктив», городскими блогами s13.ru, 015.by, сайтом <http://greengrodno.info>. Запланирована активная работа в социальных сетях.

*Общественные организации*

Работа с данной целевой аудиторией заключается во всестороннем сотрудничестве. Успешно реализации проекта будет способствовать поддержка (финансовая, информационная, кадровая) общественных организаций в проведении акций и мероприятий.

Организации, с которыми планируется сотрудничество: «ВелоГродно», общественные объединения «Гроднопотребитель», «Зеленый Гродно» и «ВелоГродно», первичная организация ОО «Белорусский республиканский союз молодежи» ГрГУ им. Янки Купалы, Гродненский центр молодёжного образования.

**Цели и задачи проекта**

*Цель проекта* – привлечь внимание общественности (горожан, органов госуправления) к утрате природного городского ландшафта (уничтожению городских скверов, вырубке аллей, загрязнению парков), сформировать у жителей г. Гродно культуру чистоты и чувство ответственности за природный облик их города, способствовать развитию активной гражданской позиции.

*Задачи:*

- выявить, какие каналы коммуникации с целевыми аудиториями являются наиболее эффективными для данного проекта;

- разработать ряд специальных мероприятий, которые позволят привлечь внимание общественности г. Гродно к проблеме возрождения «лица города»: скверов, аллей, парковых и лесных зон;

- вовлечь целевую аудиторию в реализацию мероприятий;

- организовать диалог с администрацией города по поводу благоустройства зон отдыха, парков, скверов, аллей;

- оценить эффективность проведения PR-проекта.

**Аналитический этап**

На данном этапе мы решили провести SWOT-анализ проекта «Верни лицо городу» и анализ заинтересованных сторон.

**SWOT-анализ проекта «Верни лицо городу»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| * Высокая социальная значимость проекта для жителей города; * Экологическая проблематика проекта; * Актуальность проблемы для города; * Направленность на выработку культуры чистоты и формирование активной гражданской позиции; * Облагораживание города в эстетическом и архитектурном плане. | * Требует хорошего финансирования; * Сильная зависимость от поддержки администрации города; * Сильная зависимость от поддержки жителей города Гродно. |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| * Приобретение проектом исторической направленности; * Сотрудничество с ЮНЕСКО; * Возможное распространение мероприятий проекта на Гродненскую область и другие регионы; * Налаживание связей с белорусскими и зарубежными организациями подобной направленности. | * Возможные разногласия с администрацией города; * Отсутствие значительного количества заинтересованных в КСО предприятий; * Слабый отклик общественности города Гродно. |

**Анализ заинтересованных сторон**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Кто они** | **Что получают наши партнеры** | **Что мы получаем от сотрудничества** |
| 1. СМИ | Информационные поводы. | Освещение в СМИ проблемы и мероприятий в ходе реализации проекта. |
| 1. Администрация города | Эффективное решение значимой для города проблемы.  Ряд мероприятий по формированию у горожан активной гражданской позиции и культуры чистоты.  Мероприятия в рамках молодежной политики. | Поддержку со стороны администрации города, что гарантирует воплощение идей, заложенных в проекте. |
| 3.Общественность | Мероприятия по решению существующих проблем. Улучшение условий в зонах отдыха города. | Сообщество, заинтересованное в решении проблем. |
| 4. Общественные организации | Сотрудничество, взаимопомощь. Информационные поводы для публикаций, упоминания в СМИ.  Реализацию совместных проектов.  Благоприятный имидж в глазах общественности. | Сотрудничество, взаимопомощь.  Финансовую поддержку.  Реализацию совместных проектов. |
| 5.Партнеры | Реализацию КСО организаций-партнеров.  Информационные поводы для упоминания в СМИ.  Возможность улучшения отношений с администрацией города.  Улучшение имиджа в глазах администрации города и горожан. | Помощь со стороны в организации и проведении мероприятий. Помощь в связи с администрацией города. |

**Этап планирования**

Этап планирования проекта включает в себя несколько промежуточных этапов, среди которых:

1. Стратегическое планирование (изучение проблемы, цели и задачи проекта, ожидаемые результаты).
2. Разработка креативной идеи.
3. Тактическое планирование (мероприятия, акции).
4. Разработка календарного плана реализации проекта.

Начиная с первого этапа ведется работа по привлечение внимания к проблеме при помощи региональных СМИ и интернета (газеты «Гродненская правда», «Вечерний Гродно», «Перспектива», телеканалы «Гродно Плюс», «Гродно», радио «Радио Гродно», студенческое радио «InterАктив», социальные сети, блог S13, сайт 015.by, Гродненский форум, социальные сети). Ожидаемые результаты: получение в обществе и СМИ города резонанса.

За этапом планирования наступит этап реализации проекта, который начнется с апреля 2014 г.

**Методы реализации проекта**

**Акция «Твой город»**

**Цель** акции «Твой город» - провести областной конкурс проектов по улучшению ландшафтного облика города (ландшафтный дизайн, архитектура, создание новой зоны отдыха и др.) с публичным обсуждением и последующим представлением городским властям. В ходе реализации акции планируется привлечение внимания активной, творческой молодежи. Особенностью акции будет использование технологии краудсорсинга («идеи из народа»), реализованной через сайт проекта и социальные сети.

**Ожидаемые результаты** акции «Твой город»:

- создание общественного резонанса в городе;

- привлечение внимания СМИ к проекту;

- реализация проектов-победителей по итогам конкурса при поддержке администрации города.

**Формирование волонтерских отрядов**

**Цель –** собрать группу активных горожан для облагораживания территорий парков, скверов, для посадки новых деревьев, помощи в организации и проведении акций и мероприятий.

**Ожидаемый результат:** создание мощного, сплочённого волонтерского движения.

**Комплекс мероприятий в образовательных учреждениях**

**Цель –** провести ряд мероприятий в детских садах, школах, университетах для привлечения внимания к проекту и направленных на достижение целей проекта.

**Мероприятия для детских садов**

Проведение в детских садах города Гродно конкурса рисунков клумб с последующим воплощением лучших работ в двориках детских садов. Организация в городских парках мероприятий для детей экологической направленности. Проведение «Зеленых субботников» (уборка территории, высадка цветов, кустов, деревьев) на территории детских садов с вручением детям специальных призов.

**Мероприятия для школ**

Проект предполагает реализацию следующих мероприятий для школьников:

* для младших школьников будет проведен конкурс рисунков, которые воплотятся в клумбах на школьном дворе; субботники и другие мероприятия, направленные на формирование экологического мировоззрения;
* для старших школьников мы планируем провести конкурс сочинений на экологическую тематику, лучшие из которых будут опубликованы в одной из региональных газет;

**Мероприятия для университетов**

- Проведение конкурса эссе среди студентов на экологическую тематику, в котором будут раскрываться экологические проблемы города Гродно и предлагаться пути их решения. По итогам конкурса будет издан сборник работ.

- Проведение конкурса проектов по восстановлению утраченных аллей и парков. Проекты победители получат возможность реализации.

**Ожидаемые результаты:** по итогам мероприятий планируется оформить по несколько клумб в каждом детском саду города, издать сборник детских сочинений и сборник эссе. Планируется реализовать проекты-победители, касающиеся восстановления утраченных аллей и скверов.

**Акция «Чистая неделя»**

Акция «Чистая неделя» проводится в рамках внутрикорпоративных мероприятий, направленных на формирование командного духа. В ходе этой акции организации-партнеры будут убирать заранее закрепленные за ними территории или высаживать деревья. Проводится по схеме: один день – одна организация – один объект.

В ходе этой акции планируется не только сплотить коллектив партнерской организации (применяя технологии тимбилдинга), но и решить некоторые проблемы в рамках целей и задач проекта.

**Ожидаемы результаты:** сплочение коллектива партнерской организации, очистка от мусора запланированных территорий. Освещение события в СМИ города.

**Экологический форум**

**Цель** – организовать и провести в городе Гродно экологический форум на базе Гродненского Государственного Университета имени Янки Купалы, посвященный экологическим проблемам города. В задачи входит собрать компетентных спикеров для конференций и круглых столов, которые будут проходить в рамках форума. В рамках форма планируется рассмотрение экологических проектов, а также конкурс научных работ экологической направленности.

**Ожидаемые результаты**: проведение масштабного форума, привлечение внимания СМИ к форуму, привлечение внимания научной общественности к экологическим проблемам города.

**Программа по производству тетрадей из вторсырья**

Цель данной акции – начать в Гродно производство тетрадей из вторсырья. Вся продукция из вторсырья будет маркирована специальным знаком. С помощью этого мероприятия мы планируем показать и привить жителям города Гродно концепцию социально ответственного бизнеса и её важность. Второй целью этой программы является развитие чувства социальной ответственности у жителей города.

В рамках этой программы запланирована рекламная акция: на продукции Гродненской типографии будет размещаться социальная реклама экологической направленности.

**Ожидаемые результаты**: успешность программы по производству продукции из вторсырья; востребованность данного продукта у жителей города.

**Акция «Гродно в зеркале времени»**

Акция «Гродно в зеркале времени» представляет собойвыпуск серии открыток с изображениями скверов, парков, аллей г. Гродно разных времен. В акции запланировано участие лучших гродненских фотографов.

**Цель** акции заключается в том, чтобы напомнить и показать жителям города, каким был город и каким он стал.

**Ожидаемый результат**: оживление в памяти гродненцев образа старинного города, укрепление этого образа в сознании горожан как фрейма восприятия историко-культурного облика Гродно, на основе чего формируется чувство ответственности за сохранение уникального природного ландшафта города.

**Областной конкурс социальной рекламы экологической тематики «Your opinion»**

**Цель –** провести областной конкурс социальной рекламы экологической тематики «Your opinion». Планируется публичный показ роликов-победителей в кинотеатрах города и области перед просмотром фильмов и размещение на телевидении со ссылками на авторов и на конкурс. Для конкурса на бесплатной платформе будет создан сайт, где будут выкладываться ролики участников конкурса, проходить зрительское голосование и обсуждение рекламы.

**Ожидаемые результаты**: привлечение внимания общественности (населения гродненского региона, администрации) к экологическим проблемам города; повышение социальной активности молодежи гродненского региона; увеличение численности групп проекта в социальных сетях.

**Веломарафон «К чистым истокам»**

**Цель** проведения веломарафона «К чистым истокам» - показать его участникам старейшие места города. Также это мероприятие направлено на упоминание в СМИ маршрута следования спредварительные публикации об этих местах.

**Ожидаемые результаты**: проведение марафона и статьи в СМИ.

**Ожидаемые результаты проекта**

1. Привлечение внимания общественности через публикации в СМИ и организацию мероприятий.
2. Формирование экологического мировоззрения у жителей города Гродно.
3. Принятие администрацией города решения об остановке вырубки аллей, восстановлении уже вырубленных посадок и в целом природного облика города, присущего ему исторически.
4. Облагораживание парков и скверов, улучшение внешнего облика города.

**Бюджет проекта «Верни лицо городу»**

1. Расходы на полиграфическую продукцию (брошюры, буклеты и т.д.): 1500 000 руб.
2. Проведение кофе-брейков на мероприятиях: 500 000 руб.
3. Призы для участников конкурсов: 4 000 000 руб.
4. Закупка инвентаря для проведения акций: 2 000 000 руб.
5. Заказ маек с логотипом волонтерского движения, значков, флажков и др. продукции: 1500 000 руб.
6. Транспортные расходы: 150 000 руб.

Итого: 9 650 000 бел. рублей

Собственные ресурсы:

1. Аренда помещения на базе ГрГУ им. Янки Купалы.
2. Помещение для офиса (ГрГУ им. Янки Купалы).
3. Офисная техника, мультимедийная установка (на базе кафедры журналистики ГрГУ им. Янки Купалы).
4. Закупка деревьев, кустарников и цветов для высадки в рамках акций (предоставляется за счет городского бюджета, средств, выделенных организациями в рамках КСО).