

Ответственное присутствие в социальных сетях

1. Базисный PR-субъект

Государство в лице Министерства образования и науки, Роскомнадзора, а также общественные объединения, неправительственные фонды, занимающиеся развитием Интернета и проблемами медиабезопасности.

2. Цель акции

В доступной форме для аудитории указанного возраста содействовать формированию разумной осторожности при пользовании социальными сетями

2.1. Задачи

1. Изготовить мультфильм (хронометраж — не более 3 минут)
2. Организовать и провести двухуровневую (городской и школьный уровни) акцию-концерт с демонстрацией мультфильма
3. Оценить эффективность проведённой акции

2.2. Целевая группа

Дети младшего школьного возраста (7–11 лет), делающие первые шаги в Интернете

3. Описание акции

3.1. Название

«*Не воробей*». В названии заложена игра слов. С одной стороны, всем известна поговорка: «Слово — не воробей, вылетит — не поймаешь». Она лишней раз напоминает об ответственном отношении к общению, в том числе в Интернете. С другой стороны, дети младшего школьного возраста, оказавшись один на один с не всегда дружелюбной глобальной сетью, напоминают маленьких незащищённых воробьёв, которые могут стать лёгкой добычей сетевых хищников. Важно не допустить такого развития событий.

3.2. Формат

Акция-концерт, в начале которой демонстрируется мультфильм о приключениях беззаботного воробья. Воробей весело чирикает, коготками набирает сообщения на клавиатуре компьютера и не замечает, что за ним давно наблюдает дворовый кот. Кот заводит разговор с воробьём, усыпляет его внимание. Воробей охотно поддерживает общение, не догадываясь о потенциальной опасности. Финальный кадр: кот бросается на воробья, экран медленно гаснет, на чёрном фоне появляется эмблема акции.

В масштабах города в акции-концерте участвуют музыкальные группы, являющиеся авторами песен об Интернете, сетевом общении, гаджетах («Торба-на-Круче», «Сплин» и другие). *В масштабах школы* — подростковая рок-группа.

Музыканты в финале выступления призывают школьников младшего возраста быть осторожными при общении с незнакомыми людьми в Интернете, чтобы не повторить судьбу воробья. По окончании концертов — автограф-сессия и фотографирование с музыкантами.

Особое условие: детям рекомендуется публиковать фотографии с акции с использованием хештега **#неворобей**

3.3. Время и место проведения

Время: Всемирный день безопасного Интернета (второй вторник февраля)

Место: *в масштабах города* — Ледовый дворец (вместимость — 12,3 тысячи зрителей), *в масштабах школы* — школьный актовый зал

3.4. Партнёры

В масштабах города — Ледовый дворец, музыкальные коллективы, студия анимационных фильмов (Мельница или Мульти.ру)

4. Атрибутика

4.1. Слоган

«В Интернете будь умней! Школьник, ты не воробей!»

4.2. Знак/символ



Изображение воробья в профиль, вписанное в красный круг и перечёркнутое красной диагональной линией, вызывающее ассоциации с запрещающим дорожным знаком

4.3. Сувениры, раздаточный материал

Круглые значки с эмблемой акции (низкая себестоимость, короткие сроки изготовления), наклейки на мобильный телефон с эмблемой акции (всегда будет напоминать при выходе в Интернет с телефона), фликеры (световозвращатели) с эмблемой акции (двойная безопасность — в сети и на дороге)

5. Информационная кампания

5.1. Виды рекламы

Информационные плакаты с эмблемой и анонсом акции — для размещения в холле всех школ Санкт-Петербурга

Модуль для публикации в газетах «Петербургский дневник», «Метро», в районных и муниципальных газетах

5.3. Пресс-релиз

Во второй вторник февраля, во Всемирный день безопасного Интернета, в Санкт-Петербурге пройдёт акция-концерт «Не воробей». Известные петербургские музыканты, в чьём репертуаре присутствуют песни об Интернете, современных коммуникациях и гаджетах, призовут самых маленьких школьников осторожнее вести себя в сети и не стать лёгкой добычей «хищников».

Начнётся концерт с демонстрации мультфильма, снятого студией Х. Главный герой мультфильма воробей становится лёгкой добычей хищного кота из-за легкомысленного поведения в Сети. Школьники, делающие первые самостоятельные шаги в Интернете, не

должны повторить его судьбу. Каждый юный пользователь Сети усвоит для себя, что он не воробей.

Акция пройдёт параллельно в Ледовом дворце и в большинстве школ города. Все её участники получают сувениры с эмблемой — перечёркнутым воробьём.

6. Оценка эффективности акции

Количество записей в социальных сетях с хештегом **#неворобей**

Количество журналистских материалов об акции-концерте городского уровня (мониторинг и контент-анализ)

Анкетирование младших школьников на выходе с акции-концерта об их отношении к теме события