«Проба пера»

Номинация: «Рекламные и PR-проекты»

Тема проекта: «Отцы и дети»

**Семья 3**

 В каждой семье рано или поздно возникает период, когда ребенок уже не ребенок, но еще и не взрослый. И, несмотря на наш развитый информационный век, проблема взаимоотношения отцов и детей, кочующая из поколения в поколение, существует и в сегодняшнем дне.

 Помимо того, что зачастую родители не понимают многих пристрастий своего чада, к примеру, к нестандартным субкультурам, внешнему виду и привычкам, что, собственно, легко объяснимо разностью традиций, так и сами подростки порой с обычным цветом волос и без семи дырок в ушах создают конфликтные ситуации, иногда даже не замечая этого.

 Обыграем конкретную ситуацию. Считает ли подросток своим долгом помогать своей семье? Вынести, когда заставят, мусор, помыть, когда заставят, посуду и сходить, когда заставят, в магазин. Иначе, грубо говоря, «получит». С моей точки зрения, современные тинэйджеры считают работу родителей как должное. Согласитесь, не единичны случаи, когда дети способны требовать от уставшей после работы мамы ужина и, может, злиться на то, что она не протерла сегодня утром его полку с коллекционными машинками. Подростки не видят своей надобности в помощи по дому, ведь за них, как считают некоторые, всю работу должны выполнять взрослые.

 Но них ведь может влиять не только их переходный возраст, но и надлежащее воспитание. Когда семья готова сделать для своего ребенка все, что он захочет- банальное баловство. И не только в плане подарков и всяческих поощрений, а, к примеру, освобождение, «ограждение» ребенка от домашних забот. Такое решение трудно оправдать, но, углубившись, думаю, можно.

 Но возьмем все-таки тех ребят, которые сами не принимают участия в быту. Если попытаться разобраться в отсутствии желания помогать и быть нужным, взрослые, думаю, удивятся. Ведь ребенок скорее всего ответит, что не замечал, как мать часами стоит за плитой, пятиться со шваброй и перекладывает вещи с пола на свои места. И действительно, сначала занятые в школе, колледже, потом или спящие полдня или гуляющие с друзьями, тинэйджеры (существенная доля) не видят всей бытовой жизни семьи изнутри, самого процесса. Поэтому PR-объектом станет сам быт семьи, а целевой аудиторией – тинэйджеры.

 Но не так-то просто взять ребенка и рассказать ему, что он должен делать и как. Да и некому. Нанимать заумных и назойливых психологов, чтобы они в душных помещениях объясняли детям, что все это время они вели себя плохо – вариант не продуктивный и неинтересный.

 Я предлагаю не оказывать лишнего давления на подростков и не делать из доброй морали принудительное поучение. Наилучшим форматом взаимодействия с молодым поколением в этом случае станет доступная всем световая инсталляция. Она, мне кажется, не сможет не заинтересовать и без того любопытных тинэйджеров, будучи установленной на доступном, открытом и примечательном месте. В моем городе, к примеру, удобной локацией для этого проекта могла бы стать центральная площадь (приложение1).

 **Цель проекта**: с помощью арт-объекта повысить у подрастающего поколения желание помогать, участвовать в бытовой жизни семьи.

 **Задача**: эмоциональное воздействие на тинэйджеров по средствам привлечения внимания.

**Описание мероприятия.**

Название инсталляции: «Семья3».

Арт-объект будет состоять из нескольких одинаковых по геометрическим параметрам стеклянных кубов размером 4х4 метра, в которых по средствам декораций и восковых фигур (а может, и актеров) будет смоделирована одна сцена из жизни семьи.

Например, в один из кубов будет помещена натуральных размеров кухня с якобы готовящей на ней мамой/бабушкой. Важным моментом является то, что наибольшее интерес такой объект привлечет в темное время суток, а точнее, вечером. (за счет подсветки и наибольшего скопления людей).Таким образом, мне кажется, сцену этой поздней готовки мы сможем вынести из-за закрытой ребенком двери дома на улицу, где он так или иначе обратит на нее внимание. Последующими сценами (кубами) также могут стать, к примеру, неубранные пустые комнаты подростков, утренняя скамейка с выгуливающейся кем-то из родителей собакой и т.д.

**Информационная кампания.**

Фотографии инсталляции будут размещены в основных группах нашего города в сети «Вконтакте», таких как <https://vk.com/tosno_love_group>, <https://vk.com/tosnovk>, <https://vk.com/v.tosno>. Мы проинформируем школьные пресс-центры («Жираф» и киностудию «ЦИТа») и предложим им снять выпуск-интервью у посетителей инсталляции, а также городской канал «58 Тосненское телевидение».

**Оценкой эффективности** станут комментарии очевидцев мероприятия, а также организованная на второй-третий день фотовыставка эмоций подростков.

Приложение 1.



