

TEENERGIZER!

**Простая энциклопедия от
Teenergizer
как реализовывать крутые медиа
проекты**

Изготовление этой дорожной карты стало возможным благодаря поддержке американского народа, предоставленной через проект Агентства США по международному развитию (USAID) «Медийная программа в Украине», который выполняется международной организацией Internews.

[Internews](#) - это международная некоммерческая организация в области развития средств массовой информации с административными центрами в Калифорнии, Вашингтоне и Лондоне.

Миссия Internews состоит в том, чтобы путем укрепления местных средств массовой информации по всему миру, дать людям новости и информацию, в которых они нуждаются, создать возможности привлечения ресурсов и граждан для того, чтобы их голоса были услышаны.



Содержание материалов, а именно мнения и рекомендации, являются исключительно ответственностью организации Teenergizer и необязательно отражает точку зрения USAID, правительства США и Internews.

Автор: Пилипчук Дарина, PR консультант Teenergizer

Выражаем благодарность: Асе Сей, Полине Парк, реперу ОТОУ, Никите Добрынину, Сабине Мусиной, Никсель Пиксель, Алина Паш, а также СМИ: Телебачення Торонто и hromadske.ua.

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| 1. Описание проблемы. Способы применения в странах ВЕЦА | 6 |
| 2. Как мы запустили медиа проект: история успеха | 5 |
| 3. Как придумывать новые идеи: 5 действенных способов от Teeneergizer | 8 |
| 4. Этап реализации идеи | 10 |
| 5. Как донести свои идеи | 12 |
| 6. Сотрудничество со СМИ, инфлюенсерами, лидерами мнений: кого и как найти? | 13 |
| 7. Ты можешь изменить мир к лучшему! | 15 |

1. Описание проблемы. Способы применения в странах ВЕЦА

Вы решили сделать крутой проект, который может изменить мир подростков?

С чего начать?

Как определить проблему, которую важно решить?

Как придумать захватывающую идею и рассказать о ней с помощью СМИ и блогеров?

Ответы на эти вопросы вы можете узнать в нашей энциклопедии.

Приготовьтесь погрузиться в мир социальных проектов, и примерить на себя роль супергероя, который спасает мир с помощью своего голоса и объединения подростков вокруг важной миссии!

• **Определение проблемы**

Для того, чтобы понять, какой проект вы хотите сделать, необходимо выяснить слабые стороны системы для подростков в вашей стране.

Для этого нужно:

- знать, какие права есть у подростков в вашей стране;
- изучить законы, которые защищают права подростков;
- определить те положения в законах, которые не исполняются и не действуют на практике.

Наш пример:

Проблема, которая требует решения в Украине – медицинская помощь для подростков. Наша ответственность — обеспечить, чтобы каждый подросток получил качественную медицинскую помощь. Изучив законы Украины, мы поняли, что на законодательном уровне зафиксировано отношение к подросткам не как к полноценным личностям, а как к объектам, и часто на практике их права в сфере здравоохранения никак не защищены. Более того, мы поняли, что у подростков при получении медицинских услуг нет права на конфиденциальность и защищенность.

Эти вопросы особенно важны для подростков, которые имеют хронические заболевания.

Путем такого анализа мы определили комплексную проблему, которая требует решения.

Далее нашей задачей было найти примеры для подтверждения существования данной проблемы.

Для подтверждения нашей гипотезы требовалось опросить тех, чьи права мы защищаем. С этой целью мы общались с подростками, проводили опросы в социальных сетях и определяли “болевы́е точки” в нарушении прав подростков в Украине.

После проведенных этих активностей мы поняли, что проблема оказалась намного шире: к сожалению, сами подростки не знают о своих правах в сфере медицинских услуг.

Поэтому первоочередной задачей для нас стала реализация **проекта, который объясняет подросткам их права!**

- **Поиск партнеров**

Для выявления наиболее актуальных проблем в защите прав подростков в вашей стране, можно обратиться в государственные структуры, которые смогут помочь проанализировать законодательство и определить самые первоочередные задачи для вашего проекта.

Например, можно обратиться в Центр Здоровья в вашем городе и вместе с их специалистами определить список важных тем, которые вы можете освещать в СМИ и блогах.

Также можно найти стейкхолдеров и партнеров, которые отстаивают права подростков в разных сферах или предоставляют им услуги для того, чтобы синхронизировать ваши действия и объединить усилия.

Это могут быть: Министерство здравоохранения, Министерство образования, различные структуры ООН, доноры проектов, негосударственные организации и т.д.

2. Как мы запустили медиа проект: история успеха

«Healthcare for Teenz» — проект, в котором мы говорим об изменениях, произошедших в системе предоставления медицинских услуг, а также рассказываем тинейджерам о здоровом образе жизни и о том, какие они имеют права в случае самостоятельного обращения к врачу.

Наша цель — проинформировать подростков и молодежь об изменениях в системе здравоохранения, а также донести качественную информацию о важных вопросах, которые касаются здоровья, а именно: профилактика ВИЧ, инфекционных заболеваний, меры борьбы с COVID-19, проблемы психического здоровья.

Нашей первоочередной задачей было определить актуальные темы для подростков и молодежи в рамках изменений системы здравоохранения в Украине. Для этого мы провели консультации с экспертами Министерства Здравоохранения Украины, в том числе со специалистами Центра Общественного Здоровья.

Собрав необходимую информацию, в рамках проекта мы запланировали создание семи коротких видео на важные и волнующие темы для подростков:

1. [Татуировка: бить или не бить?](#)

Как подготовиться, найти мастера и не заработать себе гепатит.

А еще — насколько это больно, можно ли делать тату в 15 и возьмут ли после этого на работу.

2. [Первый секс](#)

В этом видео мы собрали ответы на самые распространенные вопросы о первом сексе.

3. [Истории подростков: о суициде, страхах и смелости](#)

Четыре человека, которые прошли сложные жизненные испытания. Четыре истории, которые могли случиться с каждым.

Четыре примера того, что даже после большого потрясения можно найти силы и идти дальше.

4. [День подростка на карантине](#)

Видео о дне подростка со знакомыми всем ситуациями о сложностях во время карантина.

5. [Выбор своего доктора](#)

Ребята рассказывают простыми словами о сложных услугах с разъяснением простых законов, которые уже существуют для подростков.

6. [Выбор своего врача](#)

Тик токеры, инстаграм блогеры рассказывают о своих самых смешных случаях у врача в подростковом возрасте. Стеснение, страх и как от всего этого избавиться современным подросткам у врача — в этом видео!

7. [Sex Education с Никитой Добрыниным](#)

Через 4 базовых правила Никита доносит до родителей, как сказать ребенку о правилах сексуального здоровья, как выстроить гармоничные и доверительные отношения в такой беседе и стать для подростка другом, который в жизни уже переживал такие эмоции.

Нам удалось привлечь к съемкам в видео [Асю Сей](#) (известную секс блогерку), [Полину Парк](#) (модель и инфлюенсерку), репера [ОТОУ](#), тик токера [Натусика](#), и известного ведущего, Холостяка с почти миллионом подписчиков в Instagram — [Никиту Добрынина](#)!

Мы распространяли видео через блогеров, лидеров мнений.

[Вера Брежнева](#), [Сабина Мусина](#), [Никсель Пиксель](#), [Алина Паш](#) и многие другие делились нашими роликами у себя в Instagram. Про нас также писали крутые украинские медиа (hromadske.ua, Телевидение Торонто).

Более полумиллиона человек увидели наши видео!

Наши ролики, блоги и посты в социальных сетях похожи на разговор с другом, у которого такие же проблемы, как и у тебя, который примет тебя любого и поможет дельным советом.

Таким образом мы защищаем права подростков, боремся и отстаиваем их интересы. Мы создаем комьюнити, чтобы максимальное количество подростков узнало про Teenenergizer и могли доверить нам свою защиту.

Но это далеко не всё! Мы также помогаем решать проблемы подростков с помощью онлайн-консультаций, доступных на сайте teenergizer.org.

3. Как придумывать новые идеи: 5 действенных способов от Teeneergizer

Когда вокруг столько идей, технологий и проектов, когда каждый день интернет наполняется новыми постами в блогах, челленджами в тик ток и фото в инстаграм — сложно услышать себя и придумать что-то отличное от других.

Здесь мы хотим поделиться работающими способами, как нам с командой Teeneergizer удавалось придумывать новые идеи и слушать свой собственный голос среди бурного информационного пространства.

А. Провести мозговой штурм

Цель мозгового штурма — не придумать одну идеальную идею, а собрать как можно большее количество идей в процессе коллективного обсуждения, готовность и открытость к неожиданным решениям. Из полученного пула идей вы сможете выбрать наиболее подходящую и актуальную для ваших задач.

В. Сумасшедшие и абсурдные идеи — только за!

Не бойтесь неожиданных идей! Часто самые спонтанные, смелые и порой нереальные идеи могут дать толчок к яркому креативу и верному направлению.

Когда мы начинаем думать без ограничений и шаблонов, мы можем прийти к абсолютно неожиданному результату, не отвлекаясь на препятствия и настраиваясь на поиск возможностей для реализации такой идеи.

С. Идея — это смесь всего, что вы знаете, видели или читали.

Чтобы развивать свою креативность, нужно как можно больше узнавать про мир, в котором мы живем и про людей, которым вы донести свои идеи. Другими словами — вам необходимо прочувствовать, чем живёт ваша целевая аудитория.

- Что они любят смотреть?
- Что они читают?
- На кого они подписаны в социальных сетях?
- Какие сериалы они любят?
- Что они думают о популярных сейчас темах для обсуждения?

Ответив для себя на эти вопросы, вы сможете составить точный портрет человека, которому вы хотите эффективно донести свою идею. Это поможет вам сфокусироваться и более детально проработать свою идею с учетом потребностей и интересов этих людей. Другими словами, процесс рождения

идеи — это загрузка в ваш мозг информации и обработка этой информации в нужном для вас направлении.

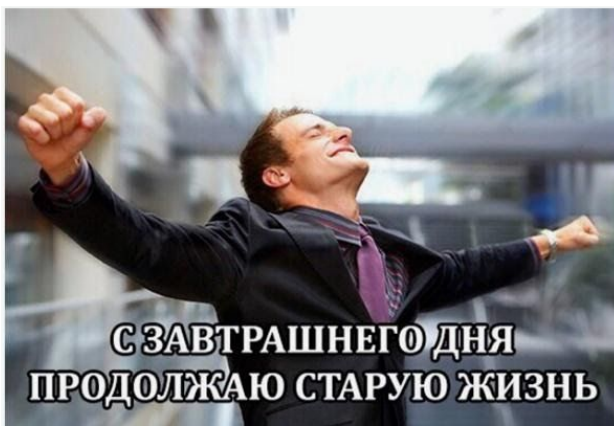
Д. Факты + наблюдательность + интуиция = инсайт

Хорошие идеи — это всегда «инсайты» (от англ. insight — проницательность, проникновение в суть, понимание, озарение, внезапная догадка, прозрение). Это многозначный термин, описывающий сложное умственное явление, суть которого состоит в неожиданном, интуитивном прорыве к пониманию поставленной проблемы и внезапном нахождении её решения.

Ну а если попроще: инсайт — это когда в голове произносится «Да это же про меня!» или «О, у меня такая же проблема».

Хороший пример инсайтов — это мемы! вспомните, самые смешные мемы — это те, в которых вы узнаете себя или ситуации, которые вы проживали.

Так вот, сейчас маркетологи и креативщики придумывают рекламу, которую мы видим каждый день, исходя из популярных в интернете мемов!



Для того, чтобы придумать хорошую идею, которая откликнется у аудитории, для которой вы ее делаете, нужно понять, в чем эта аудитория может узнать себя?

Это называется — найти инсайт.

Хороший инсайт — та правда о человеке, которую он узнает о себе в секунду. Это тот момент, когда человек в ролике узнал себя или кого-то из своих знакомых. И чтобы человек полюбил вашу идею, он должен прочувствовать момент и точно узнать себя в нем.

Пример инсайта: когда дома мама начинает уборку, я хожу из комнаты в комнату имитируя бурную деятельность, чтобы меня не заставили что-то делать.

Пример идеи, которая основывается на инсайтах: Наш ролик про карантин с моментами из жизни, которые испытывал на себе каждый подросток на самоизоляции. Каждый подросток, испытавший на себе локдаун, увидит в этом ролике себя и свой образ жизни.
<https://www.youtube.com/watch?v=lz9QoGqd4q4&t=45s>

Е. Придумайте велосипед

Порой кажется, что все уже было сделано до нас: все подходящие слова написаны, все классные идеи придуманы, все крутые ролики сняты.

Но нет! Потренируйтесь с ь в развитии своей идеи, совершенствуя какую-то одну деталь. Возьмите задачу, которая вас давно мучает, и те решения, которые уже были предложены — и доведите одно из решений до конца. Приложите командой усилия, чтоб посмотреть на идею со стороны и обнаружить в ней аспекты, которые ещё не были затронуты —там точно будет место для фантазии.

4. Этап реализации идеи

Итак, блестящая идея придумана: вы обсудили ее, рассказали друзьям, знакомым, получили отзывы, усовершенствовали ее и полностью довольны. Теперь пришло время для успешного воплощения идеи.

На примере создания видео мы расскажем, как правильно подойти к реализации вашей идеи.

А. Сценарий

Для начала вам нужно написать сценарий для видео. Главный секрет хорошего сценария – вашему зрителю каждую секунду должно быть интересно, что происходит на экране, поэтому при проработке текста постоянно задавайте себе вопрос – было бы вам интересно смотреть этот ролик? В первой части видео кратко ознакомьте зрителя с проблематикой и героями ролика. Начало должно убеждать зрителя, что видео будет интересным и полезным для него.

Далее идёт завязка — это события, которые мотивируют аудиторию смотреть видео дальше. Она динамичная, информативная и удерживание внимание зрителя ещё больше, заставляя досмотреть ролик до конца.

И последними идут кульминация и развязка — самая напряженная и драматичная часть ролика и анализ произошедшего, изучение последствий, демонстрация возможностей после решения проблемы.

Исходя из этих компонентов, детально проработайте сценарий своего видео. Ваши сториборды должны быть основаны на сценарии. Для наглядности четко укажите каждого героя вашей идеи и его роль в верхней части сториборда, который также включает в себя короткое текстовое описание сценария. Таким образом вам удастся соединить сценарий со сторибордом, что значительно упростит вам следующий этап создания видео.

В. Нарисуйте вашу идею

Даже если вы не умеете рисовать — не страшно. В интернете есть масса бесплатных источников для визуализации вашей идеи иконками, картинками и графикой или даже уже готовыми шаблонами.

Например: бесплатный сервис для создания шаблонов для вашей идеи: https://www.canva.com/uk_ua/stvoryty/storibord/

Возможно, вы уже знакомы с концепцией сторибордов (storyboard — раскадровка) из фильмов, анимации или комиксов. А если нет, то в этой концепции нет ничего сложного: Сториборд передаёт историю через выстроенные в хронологическом порядке изображения, которые отражают основные события вашего будущего видео.

Сториборд не обязан быть тщательно прорисованным. Простые визуальные эффекты и несложный, но детальный сценарий будут хорошей основой для будущей визуализации вашей идеи.

С. Команда

Когда сценарий и визуальная составляющая готовы — время искать тех, кто может это реализовать.

Есть два варианта реализации — поиск команды, которая может снять все или самостоятельно снять ролик на собственный телефон.

Первый вариант: поиск команды.

Для съёмки видео вам нужны съёмочная группа с оператором, режиссером и актёрами.

Как найти такую команду бесплатно?

Скорей всего, в вашем городе есть курсы для видеографов, операторов, режиссёров, или любой похожей профессии, связанной с созданием видео роликов. Чтобы найти такие курсы, достаточно вбить запрос в гугл:

Название города + курсы + название профессии.

Дело в том, что на таких курсах в качестве домашних заданий часто задают съёмки социальных роликов. Напишите письмо, в котором расскажите о своем проекте и отправьте ваш сценарий со сторибордом на эти курсы: почта, инстаграм, фейсбук – стучитесь во все возможные каналы связи. В письме объясните вашу идею, цель проекта и возможности. Скорей всего, вам не откажут. Чтобы самим тоже поучаствовать в процессе, вы можете

помочь с поиском актеров, локации для съемок — так творческий процесс будет еще интересней и принесет вам больше опыта.

Если подходящих курсов нет или вам отказали – не беда! Вы можете найти видео операторов с техникой в социальных сетях. Далее точно так же объясните свою идею, сценарий, озвучьте, какие у вас есть ресурсы на реализацию видео и настройтесь на крутое сотрудничество.

Второй вариант: “сам себе режиссер”.

Если все же не удалось найти человека с профессиональной техникой — это тоже не проблема. Мы живем в мире, где рекламу Iphone снимают на телефон, и даже обложки главных журналов планеты украшают снимки, сделанные на телефон.

Всё, что вам нужно для съемки: телефон человек, который будет нажимать на кнопку записи, и штатив. Если нет штатива, подойдут любые подручные средства в виде стульев, стола и фантазии: ваша цель – чтобы кадр был статичен.

Детально пропишите каждый кадр, чтобы не запутаться в съемке, и снимайте согласно прописанному сценарию и сториборду.

Когда весь материал отснят – время заняться монтированием ролика в специальных программах на компьютере или телефоне. Для этого используйте бесплатные приложения в app store или google store.

Например:

- Quik
- Splice
- InShot
- Adobe Premiere Rush
- LumaFusion
- KineMaster
- PicPlayPost
- Magisto

5. Как донести свои идеи

Для того, чтобы ваша идея нашла распространение, нужно правильно определить каналы распространения. На этом этапе важно объективно оценить свои силы, идею и ту проблему, которую вы собрались решать, чтобы понять – кто потенциальный «рупор», через который вы сможете донести свои идеи.

Для этого дайте четкие ответы на такие вопросы:

Какую проблему решает ваша идея?

Что особенного в идее, которую вы собираетесь реализовать?

Что вы сами готовы привнести в решение задачи, насколько важным кажется лично вам разрешение волнующей проблемы?

Например:

Мы в **Teeneergizer** поняли, что говорить о сексуальном образовании надо не только с детьми, но и с их родителями.

Поскольку разница поколений сильно влияет на восприятие информации, то родители и дети читают разные СМИ, слушают разных инфлюенсеров и подписаны на разных блогеров.

Кого смогут услышать родители? – Только того, кому они лично доверяют и чей подход в жизни им нравится.

Нами было принято решение найти лидера мнений, который популярен среди родителей подростков, для которых мы реализовывали свой проект.

Мы составили список таких людей и написали для них очень кратко и структурировано меседж, который мы бы хотели донести родителям подростков.

После этого написали в инстаграм аккаунты этих блогеров.

Основной наш посыл был в том, что участие этой звезды в нашей идее поможет решить проблему недопонимания родителей—детей.

Конечно же, не все нам ответили. Но в итоге на нашу просьбу откликнулся очень известный украинский ведущий и нам удалось сделать с ним ролик!

6. Сотрудничество со СМИ, инфлюенсерами, лидерами мнений: кого и как найти?

Итак, ваша идея реализована, и вы готовы рассказать о ней миру.

Куда и к кому обратиться за помощью?

Первым делом составьте список СМИ и блогеров, которых читают и смотрят те, на кого ваша идея была направлена.

Пример: все наши активности делаются для подростков, поэтому среди каналов распространения мы всегда выбираем СМИ и блогеров, у которых активная аудитория подростков.

Вспомните все СМИ, которые вам интересно читать, зайдите в ваши подписки Инстаграм и выделите лидеров мнений, которым вы готовы написать.

Важно: если лидер мнений — блогер миллионник, он в день получает сотню запросов на сотрудничество, публикации и т.д. Ваше сообщение может попросту потеряться. Не нужно сдаваться, пишите менеджерам блогеров (их контакты обычно сразу указаны в описании инстаграм профиля)

Найдите в телеграмме группы по работе с блогерами в поиске.

Обычно в каждом городе есть такая группа, где люди, сотрудничающие с блогерами, делятся своими отзывами. В таких группах можно найти контакты интересующего вас человека.

Совет от Teeneergizer:

Для старта распространения вашей идеи лучше использовать микро инфлюенсеров (это могут быть люди с 1—5 тыс. подписчиков), среди них вполне могут быть ваши знакомые и друзья.

Чем больше микроблогеров вы привлечете в распространение — тем больше людей узнают про вашу идею или проект.

Как писать Лидеру Мнений?

Мы уже говорили о том, что в день блогер получает массу запросов о сотрудничестве. Поэтому ваша цель – сделать предложение настолько интересным, чтоб оно привлекло внимание с первых слов.

Пример:

Добрый день!

Я представляю Teeneergizer — вместе мы создаем мир, в котором каждый подросток может реализовать свой потенциал! Мир, свободный от дискриминации во всех ее проявлениях, включая сферу ВИЧ.

Мы сделали ролик о трудностях каждого подростка, и он промоутирует бесплатные психологические консультации для подростков.

Если вам он понравится и откликнется наша идея, могли бы вы поделиться у себя в сторис этим видео?

Работа со СМИ:

Даже в самом крутом журнале или интернет-издании работают обычные люди, к которым можно обратиться с вашей идеей, поэтому **пишите журналисту, а не изданию.**

Например, вы выбрали себе 3–4 СМИ. Теперь надо связаться с редакцией и узнать, есть ли вообще возможность попасть в публикацию. Практически у всех изданий есть раздел «Контакты», а в нем — почтовый ящик вроде info@example.com. Ни в коем случае не пишите туда! Ваше письмо может храниться там годами без внимания.

Пишите напрямую самому журналисту или редактору раздела. Как правило, у каждой новости и статьи указан автор, которого вы можете найти в Фейсбуке.

Если этой информации нет, пишите редактору, чья почта указана в разделе «Контакты».

Вы так же можете позвонить в редакцию издания и напрямую спросить, к какому журналисту вам лучше обратиться с вашим материалом. Почти всегда вам дадут рабочий контакт или назовут другой способ, по которому вы сможете связаться с редактором раздела.

Давайте СМИ несколько вариантов сотрудничества с вами. Например, премьера ваших роликов у них в издании, публикация в их социальных сетях, или ваша колонка с виденьем проблемы и вашими идеями решения. Имея несколько форматов сотрудничества в запасе, у вас будет больше шансов, что СМИ захотят разместить у себя ваш материал.

7. Ты можешь изменить мир к лучшему!

Даже уверенные в себе люди нуждаются в поддержке и совете. Легко сбиться с пути при отсутствии рядом надежного человека, с которым можно обсудить проблему. Поддерживайте друг друга в команде и вам будет легче не сбиться с намеченного пути.

Устанавливайте для себя четкие дедлайны, чтобы мотивировать команду работать эффективнее. Только помните: повышает мотивацию лишь острый стресс, а хронический — снижает. Поэтому дедлайнами все же не стоит увлекаться. Лучше поставить меньше дедлайнов, но четко придерживаться их выполнения.

Одни стремятся к знаниям, другие хотят помогать людям, третьи мечтают о мире во всем мире. Если вы найдете такую уникальность в каждом из вас, то у вас будет ключ к мотивации. Внутренняя мотивация рождается из ощущения осмысленности жизни. Покажите команде, как меняет их работа жизнь к лучшему для всех подростков в вашей стране, и вы получите команду, готовую свернуть горы для достижения цели.

Создание чего-то нового — всегда очень интересное приключение.

Особенно, когда ваши идеи могут помочь, изменить чью-то жизнь или мир вокруг вас. Это сложный, но очень увлекательный путь.

Вы можете падать духом на время, когда что-то будет не получаться или вы услышите отказ. Это нормально.

Но важно помнить зачем вы это делаете, и что это принесет вам в итоге.

Важно собраться с духом и идти дальше.

Как ваша работа и идеи могут изменить мир? Посмотрите, как они уже изменили вас!

Мы верим в вас и знаем, что у вас все получится!