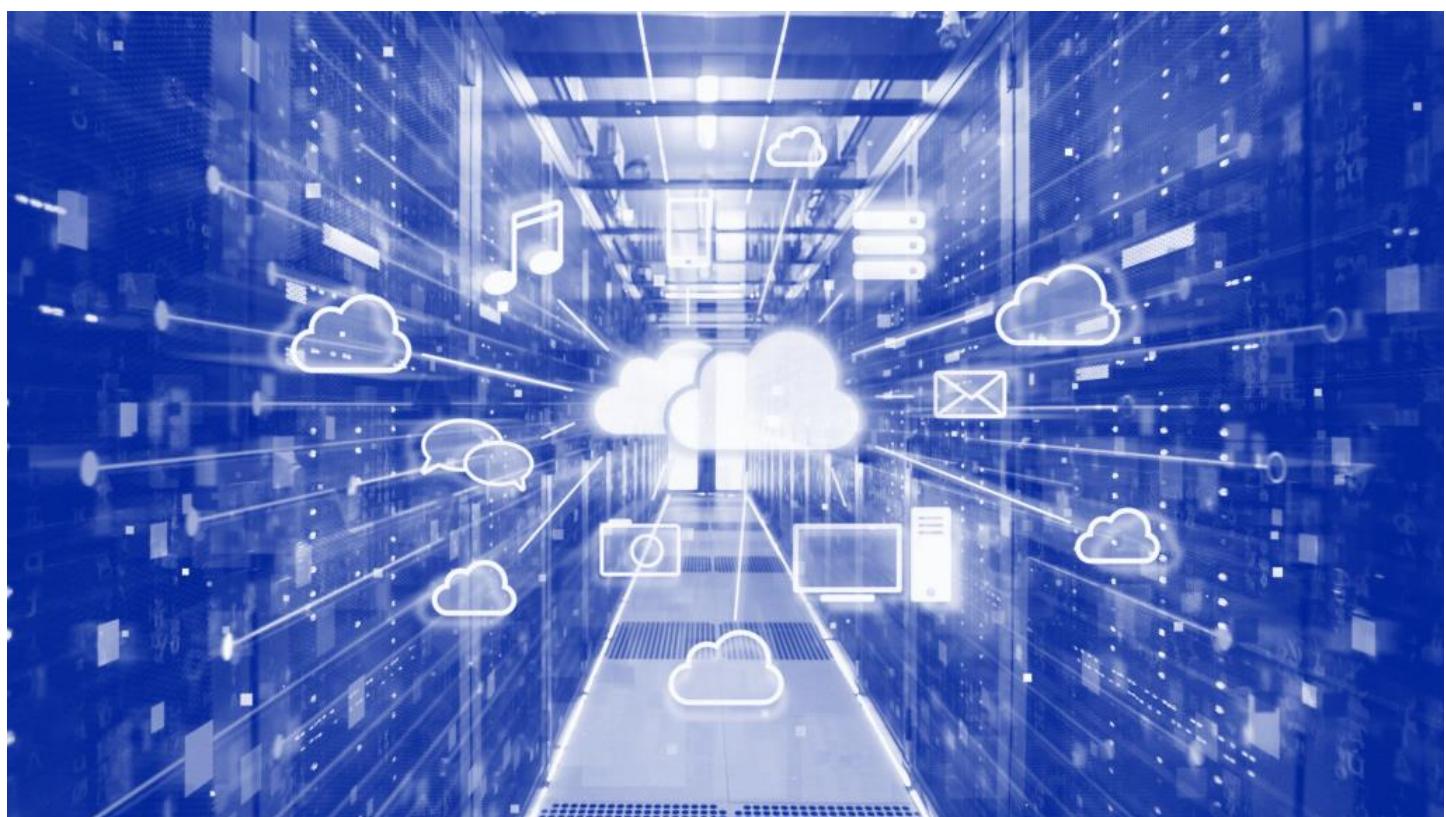


Руководство

По цифровой молодежной работе



Содержание

Введение	3
Цифровая молодежная работа	6
Цифровое повествование	11
Продвижение в социальных сетях	24
Молодежная информация	33
Полезные ресурсы	42
Приметы проектов цифровой молодежной работы	51
О проекте.....	66

Данное руководство создано Европейской молодежной сетью меньшинств в рамках обучающего курса «Образование в области прав человека и демократии в эпоху цифровых технологий: DigiTools для DigiYouth».



Собранный и систематизированный участниками материал лег в основу настоящего руководства по цифровой молодежной работе.

Проект был реализован при финансовой поддержке Европейского молодежного фонда Совета Европы.



Введение

Новые технологии появляются быстро. Посредством Интернета миллиарды объектов и людей связаны друг с другом. Автоматика, машинное обучение, мобильный компьютеринг и искусственный интеллект – все это не футуристические концепции, это наша реальность.

Молодые люди в Европе тратят все больше времени на использование цифровых медиа, технологий и социальных сетей. Интернет становится для них основным источником информации. Структура общения молодежи переходит в цифровую среду.



Термин «цифровое поколение» (digital native) ошибочно предполагает, что молодые люди интуитивно знают, как использовать цифровые технологии. Но

данные показывают, что значительный процент молодых людей в Европе не имеет базовых навыков в области информационно-коммуникационных технологий.

Цифровые технологии могут предоставить молодым людям возможность активно участвовать в жизни общества, проявлять гражданскую позицию, выражать мнение, защищать свои права, участвовать в различных кампаниях, социальных проектах, поддерживать демократические инициативы, получать и делиться информацией.

Цифровые технологии позволяют обеспечить участие молодых людей, которых сложно привлечь традиционными методами: людей с ограниченными возможностями, молодежи из отдаленных регионов и т. д.

Новые технологии, цифровые и социальные сети дают новые возможности для молодежных работников.

Молодежные работники осознают важность и необходимость интеграции информационных и коммуникационных технологий, цифровых и социальных сетей в свои проекты.



Есть много молодежных работников, которым не хватает цифровых навыков, чтобы воспользоваться возможностями, созданными цифровыми технологиями для предоставления качественной молодежной работы.

Использование новых информационных и коммуникационных технологий — это не просто возможность разнообразить и улучшить деятельность в сфере образования в области прав человека. Это насущная необходимость, так как если молодежная работа и молодежные проекты не будут включать использование технологий и цифровых медиа, существует риск, что они устареют и станут неактуальными для молодого поколения.



Важность использования новых информационных и коммуникационных технологий показала и ситуация с пандемией COVID-19. Миллионы людей оказались в изоляции, стало невозможно передвигаться и проводить массовые мероприятия, а также реализовывать проекты для молодежи привычными методами. Многие организации и молодежные работники не были готовы к такому вызову и практически прекратили свою деятельность. Другие пытались перенести свои проекты в цифровое пространство и использовали для этого новые технологии.

Следовательно, перед молодежными работниками стоит задача получить необходимые компетенции и соответствовать современным требованиям.

Цифровая молодежная работа

Цифровая молодежная работа с молодежью означает активное использование цифровых медиа и технологий в молодежной работе.

Цифровая молодежная работа это не просто очередной метод молодежной работы - цифровая молодежная работа может быть включена в любой вид молодежной работы (мобильная молодежная работа, молодежная информация и консультации, молодежные клубы, и т. д.).

Цифровая молодежная работа преследует те же цели, что и молодежная работа в целом, а использование цифровых медиа и технологий должно способствовать достижению этих целей.

Цифровые медиа и технологии могут быть инструментом, мероприятием или содержанием в молодежной работе.

Цифровая работа с молодежью основана на тех же этических принципах, ценностях и принципах, что и работа с молодежью.



Компетенции цифровой молодежной работы

Планирование, разработка и оценка цифровой молодежной работы

- ⇒ гибкое мышление в отношении цифровой молодежной работы;
- ⇒ умение поддерживать существующие цели молодежной работы с помощью цифровых медиа и технологий;
- ⇒ умение планировать цифровую молодежную работу в соответствии с потребностями и ожиданиями молодых людей учитывая их интересы, предпочтения, стремления, увлечения, привычки;
- ⇒ умение вовлекать молодежь на всех этапах цифровой молодежной работы;
- ⇒ умение разрабатывать и реализовывать интересные виды деятельности, поддерживаемые цифровыми медиа и технологиями;
- ⇒ умение оценивать риски, связанные с цифровой молодежной работой, и снижать их, применяя соответствующие меры;
- ⇒ знать о доступных цифровых устройствах и приложениях и иметь возможность выбирать их для работы с молодежью;
- ⇒ умение использовать вспомогательные технологии для поддержки молодых людей с ограниченными возможностями в доступе к работе с молодежью;

- ⇒ умение распознавать и преодолевать препятствия для участия, которые могут возникнуть при использовании цифровых технологий;
- ⇒ умение использовать цифровые технологии для повышения социальной интеграции и участия в жизни общества;

Информационная грамотность

- ⇒ умение побуждать молодых людей критически относиться к цифровому контенту и услугам;
- ⇒ умение понимать уровень цифровой грамотности молодежи и адаптировать к нему мероприятия по цифровой молодежной работе;
- ⇒ знать, какая информация может храниться с юридической точки зрения (защита частной жизни молодых людей, личных данных и т. д.)

Коммуникация

- ⇒ знать, как молодые люди общаются в цифровой среде, и адаптировать мероприятия цифровой молодежной работы к этому;
- ⇒ умение помочь молодым людям сделать осознанный выбор соответствующих цифровых инструментов, с помощью которых можно взаимодействовать, сотрудничать и делиться с различными целевыми группами;

- ⇒ умение помочь молодым людям осознать культурное разнообразие и разнообразие поколений в цифровой среде;
- ⇒ умение поддерживать молодых людей, которые становятся активными гражданами цифрового общества;
- ⇒ умение реагировать на разжигание ненависти, кибериздевательства и другое нежелательное поведение в Интернете;
- ⇒ умение отражать собственную цифровую идентичность молодежного работника в условиях молодежной работы.

Цифровое творчество

- ⇒ умение побуждать молодых людей создавать и редактировать цифровой контент и выражать себя с помощью цифровых средств;
- ⇒ умение дать молодым людям возможность изучить кодирование или познакомиться с культурой производителей (*maker culture*);
- ⇒ знать, как авторские права и лицензии применяются к данным, информации и цифровому контенту;
- ⇒ знать доступные инструменты для цифрового творчества (включая бесплатные инструменты и инструменты с открытым исходным кодом)

Безопасность

- ⇒ умение побуждать молодых людей принимать обоснованные решения о том, как они хотят подавать себя и взаимодействовать в Интернете, с кем они хотят делиться своим контентом и как это контролировать с помощью настроек конфиденциальности;
- ⇒ умение помочь молодым людям понять условия цифровых услуг и права собственности на их данные;
- ⇒ умение помочь молодым людям справиться с проблемами, с которыми они столкнулись в цифровой среде, например, кибер-издевательствами, грумингом, секстингом и знакомством с контентом, который их расстраивает или шокирует;
- ⇒ умение устанавливать соответствующие профессиональные границы в своих онлайн-отношениях с молодыми людьми.



Цифровое повествование (Digital storytelling)

Цифровое повествование означает использование технологий для рассказа историй. Вы можете рассказывать цифровые истории разными способами, например: с помощью текста на веб-сайте или в социальных сетях, с помощью повествования и изображений в видео или с помощью повествования в подкасте.

Цифровые истории - это не просто факты, представленные с сопровождающими изображениями, это повествования, созданные для того, чтобы увести слушателя или читателя в путешествие. Так же, как роман или документальный фильм, у цифровых историй есть сюжет, персонажи и темы.

На базовом уровне цифровое повествование означает использование технологий для рассказа историй. Вы можете рассказывать цифровые истории разными способами, например: с помощью текста на веб-сайте или в социальных сетях, с помощью повествования и изображений в видео или с помощью повествования в подкасте.



Цифровые истории используются по-разному во многих областях:

- ⇒ Жертвы насилия или войны рассказывают свою историю как средство исцеления и информирования.
- ⇒ Лица с различными отклонениями в развитии рассказывают свою историю с помощью изображений и музыки, тогда как текстовая история может не подходить.
- ⇒ Мигранты и беженцы рассказывают свою историю или историю своих семей, чтобы повысить осведомленность и поддержать правозащитную деятельность.
- ⇒ и многое другое

Процесс цифрового повествования

- ⇒ Написать сценарий
- ⇒ Собрать медиаресурсы.
- ⇒ Создать раскадровку
- ⇒ Составить, отредактировать и завершить.
- ⇒ Публиковать и делиться



Перевернутая пирамида



Перевернутая пирамида (ПП) — особый метод изложения информации в тексте. Принцип перевернутой пирамиды – в начальной части статьи располагается суть

материала, а дальше – в средней и конечной частях – конкретно расшифровывают ее.

Если текст составлен по принципу перевернутой пирамиды, то и заголовок должен быть написан по тому же принципу: точно отражать смысл послания. Заголовок должен быть броским, захватывающим, интригующим, цепляющим.

Перевернутая пирамида имеет отличительную особенность первого абзаца (лида), в котором обязательно размещаются ответы на пять выше заданных вопросов. Посетитель сайта, прочитав первый лид, мгновенно примет решение: продолжить или нет знакомство с дальнейшей статьей. Во всех последующих абзацах полноценно выдать ответы на вопросы. Достаточно по одному ответу на абзац, не соблюдая очередность. Вставляйте уточнения, подробности, факты.

Следовательно, принципы перевернутых пирамид позволяют работу структурировать.

Правила «перевернутой пирамиды»:

1. Основная, главная часть информации, заманивающая клиента для контакта — «поймать на крючок».
2. Дополнительные, полезные сведения, удерживающие посетителя — «закинуть наживку».
3. Комментарии для любознательных.
Любые отзывы: безусловно, лучше хорошие, слова благодарности, написанные в конце статьи, означают — статья прочитана полностью, понравилась. Возможно, кому-то пригодится в жизни, применив в работе. Многие почитатели интересуются реакцией других клиентов, чтобы запомнить данный сайт и впоследствии не однажды зайти, для получения новейшей информации.

Метод перевернутой пирамиды поможет решить повседневные задачи:

- ⇒ Заострить внимание на тексте.
- ⇒ Выложить основную информацию.
- ⇒ Заняться посетителем.

Текстовый контент, основываясь на принципе перевернутой пирамиде, размещается на сайте.

В настоящее время пользователь Интернета получает сразу несколько статей нужной тематики, по ключевым словам, из

миллионного количества. Тексты, написанные грамотным копирайтером, применив принцип перевернутой пирамиды, раскрывают тему в первом лиде, раскрывают цепляющие эпизоды, факты. Они прочитываются аудиторией до конца, производя **должный** **эффект** **на** **читателя.**

В основном принцип применяют копирайтеры, пресс-релизах, в коммерческих предложениях, при написании новостных, рекламных статей в журналах, seo- текстах.

Существует классическая схема составления текста. Она применяется в школе, в университете. Присутствует в докладах, рефератах, книгах, научных статьях, в которых заложены три части: вступительная, основная, заключительная, плавно приближается к финалу. Человек, читающий обыкновенную статью, обратил внимание, что главная мысль информации находится ближе к концу, т. е. «вхождение» в тему происходит постепенно. Порой не хватит сил и времени дочитать произведение до последней страницы, ведь основа темы где-то в середине или конце.

С появлением электронной информации появилась потребность в новейшем методе – «правило перевернутой пирамиды», специально для Интернета. Посетитель находит интересную, полезную статью, раскрывающую тему с первого абзаца, доверяет сайту.

Принцип перевернутой пирамиды следует применять в рассылках (рекламных, связь с клиентами, поздравительные и т. д.), содержащая прямое предназначение письма.



Метод перевернутой пирамиды появился из-за постоянно ускоряющегося прогресса. Узнать информацию в полном объеме из

короткого выпуска стало желанием каждого. Статья, содержащая много лишних слов, раздражает читателя, который отложит ее, не дочитав до конца.

Алгоритм написания медиатекста

1 шаг. Выбор темы

- ⇒ Одна статья раскрывает одну тему.
- ⇒ Тема должна быть интересная, знакомая и актуальная лично для вас.
- ⇒ Тема должна быть ориентирована на вашу целевую аудиторию, т.е. на тех людей, кому это будет нужно и кто впоследствии воспользуется вашей услугой.

2 шаг. Выбор названия

В выборе названия главное не переборщить и придерживаться золотой середины. Не стоит очень оригинальничать, но и не нужно скатываться на банальности. Заголовок статьи должен заинтересовать, разжечь любопытство читателей, пробудить желание узнать, что же дальше.

Существуют правила хорошего заголовка:

- ⇒ Важно, чтобы заголовок обращал на себя внимание, «цеплял».

- ⇒ Важно пробудить любопытство и мотивировать к прочтению статьи.

Внимание: привлекают чаще те статьи, названия которых содержат намек, надежду на удовлетворение потребности, либо на решение проблемы. Если в названии «раскрыть все карты», то ее прочтение уже не будет столь интересным и нужным. Ваша задача дать намек, заинтриговать, вдохновить на прочтение статьи. Заголовок не просит и не предлагает, он манит и заявляет.

- ⇒ Заголовок должен читаться с помощью одного взгляда. Между длинным и коротким названием, выберите второй.
- ⇒ Используйте слова, понятные и часто используемые той целевой аудиторией, для которой написана статья.
- ⇒ Если пишете статью для сайта, используйте в названии ключевое слово, т.е. то слово, которое связано с востребованной темой, описанной в твоей статье.
- ⇒ Слишком много хорошего – плохо. Не стоит добавлять эмоциональности заголовку (да и статье) забором из восклицательных или вопросительных знаков. Правила орфографии еще никто не отменял. К тому же, не стоит писать заголовок заглавными буквами. Это конечно придает эмоциональность, но в таком случае, кажется, что автор орет или агрессивен.

3 шаг. План статьи

Вам нужно написать план, по которому будет строиться статья.

Он должен быть довольно простым:

- ⇒ **название,**
- ⇒ **вступление (кратко раскрывает основную мысль текста),**
- ⇒ **основная часть,**
- ⇒ **заключение (выводы, подведение итогов).**

4 шаг. Вступление

Вступление должно мягко подводить читателя к основной теме.

Кроме того, во вступлении вы обозначаете проблематику статьи (о чем?), и целевую аудиторию (для кого?).

5 шаг. Основная часть

Непосредственно обсуждение. Здесь можно привести несколько важных практических рекомендаций или разъяснить основные понятия данной темы.

В описании тезисов должна быть конкретика, полезная и ценная информация.

Хорошим дополнением будут истории или притчи, интересные факты, а также ваш собственный опыт и взгляд на поднимаемый в статье вопрос.

Хорошо, если вы наполните текст эпитетами, это добавит эмоциональности в сухие факты.

В основной части вам нужно указать ответы на поставленные во введении вопросы.

Старайтесь уложиться в 2-3 тысячи знаков, т. е. в 1-2 страницы. При этом, помните, что вы пишете не просто статью, а статью для определенной целевой аудитории, точнее для хорошего и приятного человека, которому важна эта тема. Помнить об этом нужно для того, чтобы ваш текст был дружелюбный и понятный, тогда вы сможете выстроить доверительные отношения со своими читателями.

6 шаг. Заключение

Здесь вы подводите итоги, акцентируя внимание на положительном результате, а также на то, что информация, приведенная в основной части, поможет справиться с проблемой.

7 шаг. Вычитать статью

Вычитывать (проверять и исправлять) текст нужно лишь раз, долго не задумываясь и не углубляясь в идеализм, иначе это приведет к вымучиванию, бесчисленным исправлениям и как итог, к ненаписанной статье. Цель вычитки – исправить

опечатки и убрать повторы, заменив их словами синонимами. Текст должен быть легким, грамотным и простым.

8 шаг. Проверить уникальность

Это очень и очень важный этап. Если ваша статья на сто процентов уникальна, то на интернет-пространстве она будет индексироваться как новая. Значит, ее рейтинг на фоне других статей на эту тему повысится среди поисковых систем. Это значит, что вероятность попадания в первые позиции значительно увеличится. Чем больше переходов на уникальную статью, тем более востребован сайт. А это значит, что приток посетителей растет и ваша популярность вместе с ним.

Текст будет считаться уникальным, если комбинации слов, которые используются в нем, больше нигде не встречаются. Речь идет даже о тех текстах, которые вы от первого слова до последней точки написали сами. Бывает, что словосочетания, использованные вами, уже использовались другими авторами. Проверить уникальность и повысить ее можно в специальных программах, одна из них - [Text.ru](http://text.ru) <http://text.ru>. Сто процентная уникальность востребована и в печатных изданиях.

9 шаг. Форматирование текста

Важно правильно оформить, т. е. форматировать текст. Методы форматирования создают визуальные подсказки для читателей и делают прочтение текста легким и понятным.

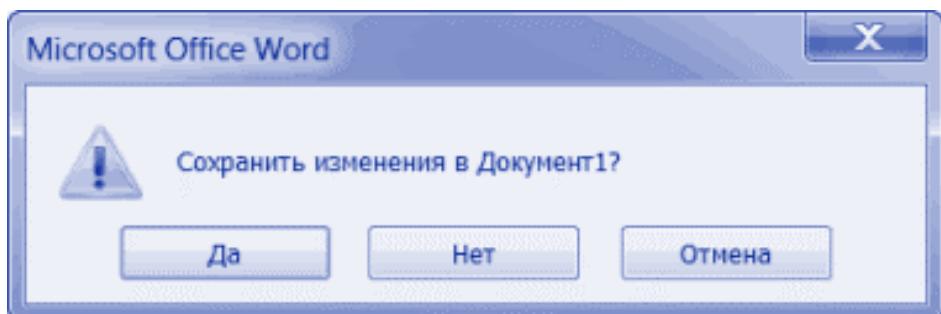
Существуют следующие элементы форматирования:

- ⇒ Выделение заголовков и подзаголовков. Выберите для себя два - три способа выделения текста, если будет больше, вы рискуете вызвать неосознанное раздражение и усталость у своих читателей.
- ⇒ Маркированные или нумерованные списки. Наш мозг привык все классифицировать, и данный прием форматирования облегчит прочтение.
- ⇒ Выделение ключевых фраз или слов. Это помогает при скорочтении, сразу видно стоит ли вникать подробнее.
- ⇒ Читабельный шрифт. Замудренные шрифты тяжело читать, это тоже может привести к неосознанному раздражению и усталости от прочтения. Поэтому выбирайте легко читаемый шрифт.
- ⇒ Простые предложения. В психологии существует золотая формула – 7 плюс-минус 2. (закономерность, обнаруженная американским учёным-психологом Джорджем Миллером, согласно которой кратковременная человеческая память, как правило, не может запомнить и повторить более 7 ± 2 элементов). Она применима к числу слов в предложении.

Говоря об оформлении текста, нужно упомянуть еще и иллюстрации - картинки, таблицы, диаграммы, фото приветствуются. Важно, чтобы иллюстрации были хорошего качества и подходили к теме.

10 шаг. Сохранить

Теперь самое время сохранить статью, закрыть, и главное – запомнить в какой папке она лежит.



Продвижение в социальных сетях (SMM)

Как начать кампанию по продвижению в социальных сетях

Перед тем как начать кампанию, нужно ответить на несколько вопросов:



Кто целевая аудитория?

Чем точнее известно, кто целевая аудитория и какой стиль общения она предпочитает, тем успешнее будет взаимодействие.

В каких социальных сетях строить коммуникацию?

Можно начать сразу во всех. Если нет времени делать для каждого аккаунта уникальный контент, для начала можно публиковать одно и то же.

Что проект/кампания хочет получить от СММ?

Перечислите самые важные конверсии. Записывайте желаемые результаты цифрами, чтобы после начала кампании сверить реальные результаты с идеальными.

Что такое контент-план и для чего он нужен

Контент-план — это ежемесячный график публикаций. Его удобно вести в виде таблицы, где будет прописано место (пост в Facebook, «ВКонтакте», Instagram или в сторис), дата и время размещения.

В идеале нужно составлять индивидуальный контент-план для каждого канала, чтобы посты были адаптированы под конкретную социальную сеть.

Например, в Instagram очень важны красивые изображения и видео.

В Facebook, согласно исследованиям, пользователи лучше всего смотрят видео средней продолжительностью 3–5 минут. Такой контент на 59% популярнее остальных.

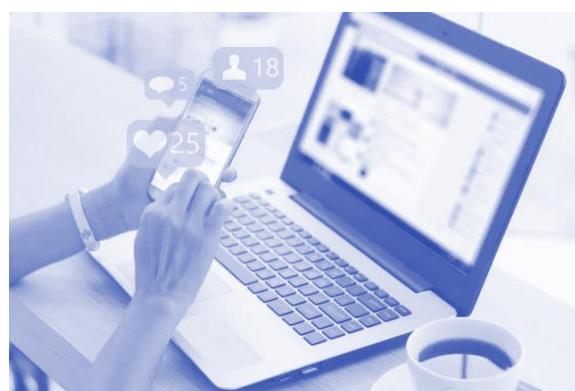
Во «ВКонтакте» люди чаще всего заходят, чтобы послушать музыку, почитать развлекательные статьи или посмотреть смешные картинки.

Контент-план поможет вам помнить, какие посты и в каких социальных сетях будут публиковаться в ближайшее время и что предстоит сделать: подготовить текст, видео, подобрать фото.

Как часто нужно публиковать посты?

Чтобы аккаунт выглядел активным, публикуйте в каждой социальной сети не менее одного поста в день. Так вы не будете слишком назойливы, но и не затеряетесь в ленте. Но контент-план — не догма. Если понадобится разместить что-то незапланированно, можно опубликовать и два поста в один день или сместить график публикаций.

При публикации двух постов в день лучше разносить их по времени и выкладывать с интервалом не меньше пяти часов, чтобы пост увидели и те, кто заходит в соцсеть утром, и те, кто листает новости вечером.



Какие посты должны быть в контент-плане?

Посты в вашем аккаунте должны соответствовать интересам вашей целевой аудитории. Поэтому её нужно хорошо знать и понимать.

Разберитесь, какую цель вы преследуете своими публикациями: зачем размещаете пост и почему подписчик будет его читать? Это тоже поможет найти интересные темы.

На основе анализа составьте контент-план. Учтите: все посты должны хотя бы косвенно быть связаны с тематикой проекта.

Вам кажется, что вы исчерпали все темы для публикаций? Задавайте открытые вопросы. Следите за комментариями и обсуждениями в постах — часто там можно найти интересную тему.

Все посты в контент-плане принято делить по видам контента. Каждый вид отвечает за свои цели. Разберём основные из них. Это деление условно, поскольку один пост может одновременно относиться к разным видам контента.



Какой контент встречается в социальных сетях

Полезный контент

Цель — дать полезную информацию и решить актуальные проблемы подписчиков. Если вы хотите, чтобы ваш пост добавили в закладки или репостнули к себе на стену, — публикуйте полезный контент.

К полезному относится:

- ⇒ Обучающий контент,
- ⇒ Ответы на вопросы, связанные с тематикой проекта
- ⇒ Лайфхаки и советы,
- ⇒ Подборки и списки,
- ⇒ FAQ-пост — список вопросов и ответов на самые часто задаваемые вопросы.



Вовлекающий контент

Цель — увеличить вовлечённость подписчиков и их количество. Вы должны создавать контент, который хочется лайкать, комментировать, а на аккаунт или сообщество компании — подписываться.

К вовлекающему контенту относятся:

- ⇒ Конкурсы и розыгрыши.
- ⇒ Игры.
- ⇒ Опросы.
- ⇒ Обсуждения.
- ⇒ Сбор отзывов.

Развлекательный контент

Цель — повысить лояльность и вызвать положительные эмоции. Подписчик заходит в социальную сеть вашей компании, чтобы отдохнуть и позалипать на картинки. Развлекательные посты — это не только юмор, а вообще всё, что легко и приятно читать, смотреть или слушать.

К развлекательному контенту относятся:

- ⇒ Статьи и истории.
- ⇒ Комиксы, мемы, смешные картинки.
- ⇒ Развлекательное видео.
- ⇒ Загадки и головоломки.
- ⇒ Подборка музыки, аудиокниг и аудиолекций



Рекомендации по созданию контент-плана

- ⇒ В целях экономии времени ограничьтесь ведением одной или двух социальных сетей. Чтобы выбрать подходящую,

проводите анализ целевой аудитории и определите, в какой социальной сети она находится.

- ⇒ **Составляйте контент-план минимум на две недели вперёд.**
- ⇒ **Создавайте отдельный контент-план для каждой социальной сети.**
- ⇒ **Размещайте не менее одного поста в день, но не более трёх.**
- ⇒ **Если вы видите, что какой-то вид контента более эффективен, используйте его чаще остальных, но не злоупотребляйте.**
Подписчикам быстро надоест читать однотипные посты.
- ⇒ **Нет возможности создавать уникальный контент для каждой социальной сети? Оптимизируйте его под каждую социальную сеть. Например, в Instagram размещайте квадратные фото и видео. «ВКонтакте» и Facebook — прямоугольные. Или, например, в Instagram ссылка в посте некликабельна. Если вы хотите, чтобы подписчики перешли по ссылке, размещайте её в шапку профиля, а в тексте поста напишите: «Полезная информация доступна по ссылке в шапке профиля». «ВКонтакте» и Facebook ссылку можно открыть в посте, поэтому там таких ухищрений не понадобится.**
- ⇒ **Для сторис составляйте собственный контент-план.**
- ⇒ **Чтобы понять, какой охват подписчиков в историях «ВКонтакте» и Facebook, в течение двух недель регулярно выкладывайте сторис в этих социальных сетях. Охват меньше 20% от общего количества участников? Не тратьте на эти истории время.**

- ⇒ Публикуйте в сторис тесты, ответы на часто задаваемые вопросы, опросы, анонсы об изменении цен, скидках и акциях.
- ⇒ Рекомендую создать и регулярно публиковать посты, относящиеся к рубрикам. Каждая рубрика относится к определённому виду контента. Например, у организаторов детских праздников могут быть такие рубрики:
- ⇒ Учтите: пост должен быть полезен большинству подписчиков.

Ключевые принципы использования социальных сетей

- ⇒ Всегда относитесь к использованию социальных сетей (в Facebook, Twitter, Instagram или любой другой платформе социальных сетей) как к «общедоступным». Независимо от количества ваших подписчиков или конфиденциальности настроек, все, что вы публикуете в Интернете, может быть передано более широкой аудитории, хотите вы этого или нет.
- ⇒ Убедитесь, что любое поведение в Интернете соответствует вашим общим ценностям и принципам и что все, кто публикует сообщения от вашего имени, понимают это требование.
- ⇒ Рассматривайте свою политику и стратегию как живые документы и регулярно их пересматривайте (не реже, чем каждые 6 месяцев), поскольку онлайн-среда, включая настройки конфиденциальности, регулярно меняется.

- ⇒ Обеспечьте согласованность политики и подходов в физическом мире и онлайн-среде. Например, если ваши сотрудники или волонтеры обычно не остаются наедине с кем-либо из ваших участников, убедитесь, чтобы и в онлайн-среде их общение с молодыми людьми было открытым и прозрачным.
- ⇒ Привлекать! Социальные сети — это социальные сети. Не используйте его только для трансляции или информирования. Если кто-то задаст вам вопрос, ответьте на него. Люди, использующие социальные сети, ожидают разговора и ответов. Используйте язык, который интересен и доступен для целевой аудитории.
- ⇒ Будьте открыты для обучения! Социальные сети постоянно меняются и развиваются. Часто молодые люди лучше осведомлены о конкретных инструментах и платформах, чем работники, поэтому им нужно учиться у молодых людей и других людей.



Молодежная информация

Демократия, права человека и основные свободы подразумевают право всех молодых людей на доступ к полной, объективной, понятной и надежной информации.

Это право о получении информации отмечено во Всемирной декларации по правам человека, Конвенции о правах ребенка, Европейской конвенции о правах человека и основных свобод, а также в рекомендациях Европейского совета №(90)7 относительно информирования и консультирования молодежи в Европе.

Это право является основой для организации молодежной информационной деятельности, предпринимаемой Европейским союзом.

Важным документом о доступе молодежи к правам и информации является Рекомендация CM/Rec (2016)7 Комитета министров Совета Европы о доступе молодежи к правам. Рекомендация была принята 28 сентября 2016 года.

Рекомендация основывается на принципах, закрепленных в правовых документах:

- ⇒ доступ молодых людей к правам является важнейшим элементом формирования культуры прав человека, демократии и верховенства закона в современной Европе
- ⇒ молодежные организации и молодежная работа играют решающую роль в обеспечении доступа молодежи к правам;
- ⇒ доступ к правам требует, чтобы молодежь, молодежные организации и молодежные работники были проинформированы и обучены о правах, которыми должны обладать молодые люди, и о том, что можно сделать в случае нарушения этих прав;
- ⇒ активное и эффективное участие молодежи в жизни общества и в процессе принятия решений должно защищаться и поощряться с самого раннего возраста;
- ⇒ молодые люди должны в полной мере пользоваться своими правами и свободами без какой-либо дискриминации. Чтобы достичь этого, особое внимание следует уделять молодым людям с меньшими возможностями, в том числе тем, кто подвергается дискриминации.

Молодые люди должны иметь доступ к информации о своих правах. Получение качественной информации и образования по правам человека является фундаментальной предпосылкой,

если молодые люди должны иметь возможность активно отстаивать свои права в соответствии с правозащитным подходом.

Доступ к информации является одним из ключей к участию, и право молодых людей на доступ к информации о возможностях и вопросах, которые их касаются, все больше признается в официальных европейских и международных документах.



Цели молодежной информации

- ⇒ предоставление достоверной, точной, понятной информации,
- ⇒ предоставление доступа к различным источникам информации,
- ⇒ помочь молодым людям справиться с информационной перегрузкой,
- ⇒ информирование молодых людей о правах и услугах, которые они могут получить,
- ⇒ оказание помощи в оценке качества и объективности получаемой информации,
- ⇒ предлагать молодежи различные каналы коммуникации и диалога,
- ⇒ способствовать медиаграмотности и интернет-гигиене

Подходы к молодежной информации

Универсальный



- ⇒ Универсальные молодежные информационные центры разработаны для удовлетворения потребностей молодых людей (пользовательский подход),
- ⇒ Предоставление информации по широкому кругу вопросов (от билетов на концерт со скидкой до психологии),

- ⇒ Предоставляемая информация практична, плюралистична, точна и регулярно обновляется,
- ⇒ Персонализация каждого пользователя, гарантия анонимности

Специализированный

- ⇒ В специализированные молодежные информационные центры молодежь может быть перенаправлена из универсальных при существовании узкоспециализированного вопроса,
- ⇒ К «узким» темам относятся профориентация, учеба, работа, здоровье, права молодежи, сексуальные отношения, юридическая консультация, молодежные обмены (образовательная мобильность)

Универсальный подход — это подход, ориентированный на пользователя. То есть молодежный информационный центр (или служба) принимает в качестве отправной точки вопросы и потребности молодых людей, которые являются его пользователями. Поскольку они охватывают широкий круг вопросов и проблем, центр (служба) организован для непосредственного реагирования на большое количество тем, или для направления пользователя в организацию или службу, компетентную в желаемой области.

Центр может предоставлять другие услуги, которые дополняют его базовую информационную и консультационную роль, такие как молодежные дисконтные карты, билеты на концерты и транспортные услуги, дешевое жилье, комнаты или оборудование для молодежных мероприятий, а также помочь в организации молодежных проектов. Он также может предоставлять информацию и информационные материалы из широкого круга источников (официальные администрации, ассоциации, коммерческие службы), которые продвигают деятельность и возможности, нацеленные на молодых людей. Но в контакте с каждым отдельным пользователем основная задача центра (или службы) состоит в том, чтобы ответить на вопрос или потребность, поднятую пользователем, независимо от каких-либо других внешних интересов.



Европейское молодежное информационное и консультационное агентство (ERYICA)

Примером универсального подхода к молодежной информации является агентство ERYICA – Европейское молодежное информационно-консультационное агентство. Это независимая европейская организация, состоящая из национальных и региональных молодежных организаций. Агентство работает над активизацией европейского и международного сотрудничества в области молодежной информационной работы и услуг. Разрабатывает, поддерживает и продвигает качественную универсальную молодежную информационную политику и практику на всех уровнях с целью удовлетворения информационных потребностей молодых людей и применения принципов Европейской молодежной информационной хартии.

ERYICA стремится защищать право молодых людей на полную и надежную информацию, которая помогает им делать выбор, с которым они сталкиваются в своей жизни, и которая способствует их автономии, способности критически мыслить и активному участию в жизни общества.

Европейское молодежное информационное и консультационное агентство (ERYICA) было создано 17 апреля 1986 года в Мадриде в соответствии с рекомендацией, принятой на первом Европейском коллоквиуме молодежных

информационных центров, организованном в апреле 1985 года в Марли-ле-Руа (Франция).

Принципы молодежного информирования согласно Европейской Хартии молодежной информации

- ⇒ Доступность молодежных центров
- ⇒ Равный доступ
- ⇒ Удобное время работы и дружелюбная атмосфера
- ⇒ Информация должна соответствовать потребностям молодежи
- ⇒ Поддержка самостоятельности молодежи и развитие способности анализировать и использовать информацию
- ⇒ Услуги молодежного информирования бесплатные
- ⇒ Конфиденциальность и анонимность пользователя
- ⇒ Информация предоставляется на высоком уровне
- ⇒ Информация должна быть полной, своевременной, точной, практической и удобной для пользователя
- ⇒ Разнообразные и только достоверные источники информации
- ⇒ Использование творческих и инновационных стратегий, методов и средств
- ⇒ Участие молодежи в разных этапах молодежной информационной работы
- ⇒ Использование современных информационных технологий
- ⇒ Молодежное информирование в интернете должно быть понятным.
- ⇒ Когда молодежь участвует в создании информационного продукта, то за финальный продукт несет ответственность молодежная организация (информационный центр)

- ⇒ Неотъемлемой частью развития молодежного информирования в интернете является обратная связь
- ⇒ Молодежное информирование в интернете должно помогать молодым людям увеличить их информационную грамотность и интернет-компетенции.
- ⇒ Молодежное информирование в интернете информирует о том, как действовать безопасным и ответственным образом в онлайн-среде
- ⇒ Молодежное информирование в интернете уважает и защищает конфиденциальность пользователей, позволяя им редактировать или удалять опубликованные ими личные данные
- ⇒ Молодежное информирование в интернете признает авторские права третьих лиц, а также осознает свои авторские права
- ⇒ Молодежный инфоспециалисты должны быть компетентными в использовании онлайн-инструментов и обладать информационной грамотностью.



Полезные ресурсы

Управление SMM



SMMplanner - панель управления социальными сетями

<https://smmplanner.com/>

Графика



Canva - платформа графического дизайна, используемая для создания графики в социальных сетях, презентаций, плакатов, документов и другого визуального контента

<https://www.canva.com/>

Игры



Classcraft

Classcraft — бесплатная образовательная ролевая онлайн-игра. Используя принципы современных игр, она дает молодым людям возможность повышать свой уровень, работать в команде и получать способности, взаимодействующие с реальным миром.

<https://www.classcraft.com/ru/>



AirConsole - это онлайн-игровая консоль, которая возвращает локальный многопользовательский режим для современной среды. Пользователи вместе играют в браузере на одном общем экране и используют свои смартфоны в качестве геймпадов.

<https://www.airconsole.com/>

Actionbound

Actionbound - это интерактивная охота за смартфонами. С приложением Actionbound вы можете принять участие в захватывающих, веселых и познавательных играх Bounds.

<https://en.actionbound.com/>

Kahoot!

Kahoot! - это платформа для обучения на основе игр. Платформа позволяет любому человеку или организации легко создавать обучающие игры, делиться ими и играть в них. ИграТЬ где угодно, лично или виртуально, используя любое устройство с подключением к Интернету.

<https://kahoot.com>



Mentimeter - платформа взаимодействия с аудиторией. Создание интерактивных презентаций в конструкторе презентаций. Проведение опросов, сбор данных и мнений участников, использующих интеллектуальные устройства.

<https://www.mentimeter.com/>



Edpuzzle - это простая в использовании платформа, позволяющая вовлечь каждого, по одному видео за раз с помощью простых инструментов редактирования.

<https://edpuzzle.com/>



Квиз, плиз! Хоум – это домашняя версия игры

<https://quizplease.ru/home-game>

Стилистика языка



Grammarly - улучшает стилистику английского языка. Дает возможность создавать четкие письма без ошибок.

<https://www.grammarly.com/>



Главред
@glvrdru

Главред — это сервис для улучшения текста. Главред помогает находить в тексте стоп-слова: языковой мусор, рекламные и журналистские штампы, признаки плохого синтаксиса и канцелярит. Без этих слов текст становится понятным, коротким и информативным. Мы называем это информационным стилем.

<https://glvrdru>



LanguageTool - платформа по проверке грамматики и стилистики текста, применяющая основанную на искусственном интеллекте технологию, которая анализирует стиль, тональность и оформление вашего текста, мгновенно выдавая подходящие предложения с учетом контекста.

<https://languagetool.org/ru>



Telegram

@TypograferBot - Бот расставляет символы типографики в текстах.

@text4instabot - бот делает «правильные абзацы», которые работают в Instagram, а также с помощью бота можно сделать текст по центру или писать с красной строки, подчеркивать и зачеркивать слова.



MailChimp - все необходимые инструменты для маркетинга и торговли в одном месте

<https://mailchimp.com/>



DALL-E: Creating Images from Text - создает изображения из текстовых подписей для широкого спектра понятий, выражаемых на естественном языке.

<https://openai.com/blog/dall-e/>

Организационные



When to meet - позволяет найти лучшее время для встречи группы не точечно, когда создающий опрос должен предложить время на выбор, а "окнами", тем самым при больших группах есть возможно подобрать более устраивающее всех время

www.when2meet.com/



ADoodle — это простой сервис для организации анонимного голосования или опроса среди коллег или друзей.

<https://adoodle.org/>



MindMeister - это онлайн-инструмент для майндмэппинга, который позволяет разрабатывать и делиться идеями, создавать заметки, планировать проекты и выполнять множество других творческих задач визуально.

<https://www.mindmeister.com/>



Trello - доски для работы команды. Управление проектами и командой. Не даёт забыть что и когда нужно сделать.

<https://trello.com/>



Padlet - пользователи могут загружать, организовывать и обмениваться контентом на виртуальных досках объявлений, называемых "падлетами"

<https://padlet.com/>



Miro - цифровая доска, облегчающая совместную работу с другими людьми

<https://miro.com/>

Фото/видео



OnlineOCR.net - это бесплатное интернет-программное обеспечение для оптического распознавания символов, которое позволяет конвертировать отсканированные PDF-документы (включая многостраничные файлы), факсы, фотографии или изображения, снятые цифровой камерой, в редактируемые электронные документы с возможностью поиска, включая Adobe PDF, Microsoft Word., Microsoft Excel, Rtf, Html и Txt.

<https://www.onlineocr.net>



Snapseed приложения для редактирования фотографий

<https://apps.apple.com/us/app/snapseed/id439438619>



Prequel - приложение для редактирования фотографий

<https://www.prequel.app/>



LENS DISTORTIONS

Lens Distortions - приложение для редактирования фотографий

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lensdistortions.Id&hl=en&gl=US>



PRO camera - приложение для редактирования фотографий

<https://www.procamera-app.com/en/>



Pixabay - это яркое сообщество креативщиков, которые делятся изображениями, видео и музыкой без авторских прав. Все содержимое выпущено под лицензией Pixabay, что делает его безопасным для использования без запроса разрешения или упоминания артиста - даже в коммерческих целях.

<https://pixabay.com/>

freepng.ru

Freepng.ru - бесплатные картинки. Весь контент на Freepng.ru либо отправляется на Freepng.ru по электронной почте, либо в различных местах в Интернете и считается общедоступным.

<https://www.freepng.ru/>



YouCut Video Editor - мобильное приложение в плеймаркете. Очень понятный user friendly редактор видео. Есть набор музыки (звуков) и можно добавить свою. Легко редактировать и склеить видео. Можно выбрать расширение видео.

<https://www.youcutapk.com/youcut-video-editor/>



@Instatube_bot - очень удобный бот, который без лишних разговоров скачивает фото, видео и сторис из Instagram.

https://telegram.me/instatube_bot



Beatleap - приложение для редактирования видео

<https://apps.apple.com/us/app/beatleap-by-lighttricks/id1516149480>



VN - приложение для редактирования видео

<https://www.vlognow.me/>



VOCHI - приложение для редактирования видео

<https://vochi.ai/>

Примеры проектов цифровой молодежной работы

Практические примеры по использованию дигитальных инструментов и социальных сетей для обмена информацией, консультации для молодежи онлайн, поддержки и развития цифровой грамотности молодежи, обеспечения участия с помощью цифровых инструментов, использование цифровых игр в молодежной работе и др.

ИТ-политика

Целью проекта было использование информационных технологий, социальных сетей и обучения сверстников для того, чтобы привлечь молодых людей с проблемами обучаемости к активному участию в жизни своего сообщества, помочь им понять свои возможности, права и обязанности как граждан и активно участвовать в социальной политической жизни города.

Проект состоял из:

- ⇒ семинаров по таким темам, как электронная безопасность, социальные сети, права человека, демократическая гражданственность,
- ⇒ онлайн-информирования,

- ⇒ создания учетной записи Twitter для участников, чтобы они могли использовать и взаимодействовать друг с другом и политиками.

Участники получили возможность познакомиться с новыми людьми и развить навыки общения со сверстниками, приобрели навыки использования цифровых инструментов и социальных сетей.

Приложение Step Out

Проект предусматривал создание молодыми людьми PR мобильного приложения для информирования молодежи о различных мероприятиях, доступных для них, и мотивирования их активно участвовать в проектах, выходящих за рамки их обычной культурной жизни и традиции. Мероприятия включали:

- ⇒ вовлечение молодых людей в разработку приложения,
- ⇒ создании контента для приложения,
- ⇒ привлечение подходящего сервиса создания мобильных приложений,
- ⇒ pilotное использование приложения,
- ⇒ запуск проекта приложения и развитие более широкого использования

Благодаря разработке приложения, молодые люди развили навыки общения, планирования, принятие решений, решение проблем и творческие навыки.

Участники улучшили отношения со сверстниками, получили возможность открыто обсудить и изучить опыт и восприятие других людей, принадлежащих к другой религии и/или сообществу.

HypeCon

НуреCon - это проект, целью которого является предоставление молодым людям возможности участвовать на всех этапах планирования, реализации и организации мероприятия с помощью инструментов социальных сетей.

Цифровые медиа дали возможность объединить молодых людей на протяжении процесса планирования и подготовки, а также во время проведения самого мероприятия. Молодым людям давалась возможность развить свои цифровые навыки на самом мероприятии, где они самостоятельно производили онлайн-трансляцию.

Первоначально мероприятие задумывалось как небольшое мероприятие в конце сезона работы молодежных клубов, но благодаря использованию социальных сетей оно

превратилось в одно из ключевых молодежных мероприятий в этом районе.

Игровая группа

При молодежном центре была создана группа цифровых игр для подростков от 13 до 19 лет. Цель проекта - завести новых друзей, помочь молодым людям узнать новое о себе и других и организовать игровые мероприятия. Для каждой встречи планируется своя программа. Помимо еженедельных встреч, участники группы общаются в Facebook. Они также участвуют в различных игровых мероприятиях и LAN-вечеринках. Группа организовала несколько LAN-вечеринок в молодежном центре. LAN (local area network) - локальные сети - это игровые мероприятия, когда игроки собираются в одном помещении, чтобы играть и участвовать в цифровой культуре, используя свои собственные компьютеры. Компьютеры связаны друг с другом через локальную сеть (LAN).

Личная активность участников была ключевым компонентом успеха проекта. Деятельность группы доказала, что молодые люди могут активно организовывать мероприятия, если им предлагаются поддержка и поощрение.

Цифровые игры дали молодым людям чувство общности, познакомили их с совместным обучением и организацией мероприятий. Благодаря своей деятельности группа превратилась в круг друзей. Многие молодые люди

почувствовали, что они приобрели социальные навыки во время игры.

Мультипрофессиональный чат

Благодаря созданному чату молодые люди могут поговорить с молодежным работником, медсестрой, школьным консультантом, профессиональным психологом и консультантом по сексуальному здоровью в чате один на один.

Целевая аудитория чат-сервиса - молодые люди в возрасте от 12 до 29 лет.

Целью услуг является предоставление персональной поддержки и консультаций на региональном уровне как онлайн, так и офлайн. Специалистов обучают работе в сети, и их обучение включает такие вопросы, как онлайн-встречи, онлайн-сленг, а также практические вопросы, такие как процесс, связанный с работой чата.

Проект приносит пользу молодым людям из малонаселенных, удаленных районов, поскольку поблизости могут отсутствовать подобные услуги. Молодые люди общаются со специалистом в режиме реального времени как онлайн, так и офлайн. Например, молодой человек может поговорить с

профессиональным психологом и, при необходимости, записаться на прием к нему лицом к лицу.

Анонимные индивидуальные чаты, как правило, более проблемно-ориентированы по своей природе, чем групповые чаты. У молодых людей часто есть конкретный вопрос или проблема, о которых они хотят поговорить. При необходимости молодой человек может посетить молодежную службу или связаться с другими местными специалистами после беседы.

Сайт онлайн-консультаций

Проект предусматривает создание и деятельность сайта онлайн-консультаций для детей и молодых людей в возрасте от 9 до 23 лет. Веб-сайт ориентирован на оказание услуг уязвимым и обездоленным группам молодым людям, а также на то, чтобы стать местом общения для молодых людей, которые столкнулись с типичными для молодежи проблемами.

Сайт посещается молодыми людьми в возрасте от 15 до 18 лет. Обеспечение конфиденциальности является центральным принципом работы сайта.

Молодые люди пользуются блогами, жизненными историями и дискуссиями, общаются с другими молодыми людьми и получают советы от взрослых.

Сайт является альтернативой родителям, братьям и сестрам, друзьям и учителям, местом, где дети и молодые люди могут

поговорить с людьми со стороны. Это также означает, что молодые люди могут оставаться полностью анонимными, и им не нужно беспокоиться о последствиях того, что они рассказывают.

С помощью сайта молодые люди могут получить помощь и совет, которые они не найдут больше нигде. Им легче рассказывать о своих проблемах другим и понимать, что они не единственные, кто сталкивается с этой проблемой. Молодые люди используют сайт, чтобы получить хороший совет или новый взгляд на вещи. Сайт рассматривается молодыми людьми как место, где можно безопасно писать, выражать свое мнение и получать необходимую помощь и советы.

Дигитальные программы в молодежном центре

Молодежный центр предоставляет технологические ресурсы (Wi-Fi, мультимедийные устройства, такие как фотоаппараты, видеокамеры, планшеты, возможность создания музыки, бесплатный доступ к компьютеру), а работники центра предлагают молодежи свой опыт во многих областях, связанных с медиа и социальными сетями.

Используя социальные сети, молодым людям помогают найти подходящую работу (в том числе онлайн-поиск работы, подготовка резюме и заявлений о приеме на работу).

Творческая работа с медиа, такая как редактирование изображений или нарезка видео, также является частью

работы, равно как и помочь в открытии учетных записей электронной почты и социальных сетей или устраниении небольших повреждений или неисправностей собственных устройств подростков. Также предусмотрены творческие эксперименты в области кодирования, игровые сессии на компьютере или игровых консолях на открытой площадке, LAN-вечеринки.

Кроме того, проводятся медиа проекты, посредством которых подростки могут исследовать важные проблемы и развивать творческие способности, например проект молодежного телевидения, созданного молодыми людьми для молодежи.

Интернет-консультативная служба для молодежи

Основная цель консультационной службы - быть безопасным местом в Интернете, где молодые люди могут найти реальную помощь и поддержку. Проект предлагает психологическую помощь, социальные, юридические консультации, а также консультации по личному развитию, уделяя особое внимание оказанию дружеской поддержки всем, кто оказался в трудной ситуации. Онлайн-консультанты (волонтеры) доступны онлайн через чат. Они часто являются первым контактным лицом для молодых людей, которым нужно поговорить о своих проблемах и которым нужна поддержка при обращении за помощью. Организацией руководят молодые люди (социальные работники, психологи). Все члены команды

аккредитованы Министерством образования (специальный тренинг по психологической и социальной поддержке в критических ситуациях через Интернет).

CiTyVee

CiTyVee — это инновационный подход к работе с молодежью, использующий цифровые онлайн-инструменты, а также развитие цифровых навыков молодых людей. CiTyVee — это больше, чем канал на YouTube. Для описания CiTyVee важны три аспекта: во-первых, активное участие молодых подростков; во-вторых, грамотное использование цифровых медиаканалов, популярных среди целевой группы; и в-третьих, атмосфера в стиле YouTube, созданная с помощью актуального и серьезного содержания. Программа также предусматривает семинары для тех, кто хочет развить свои цифровые навыки.

Lomap.be

Lomap — это приложение для смартфонов и инструмент для фотографии, с помощью которого дети и молодежь, могут легко и весело делиться мнением о своем районе или городе в увлекательной и интуитивно понятной форме. Просто добавляя цветовые коды и теги к своим фотографиям, они могут поделиться со всеми своим мнением о том, что им нравится или не нравится в их районе.

Это бесплатное приложение представляет собой очень понятный инструмент, который может использовать как молодой человек, так и молодежный работник, учитель со своей группой детей или подростков.

Lomap можно использовать в качестве инструмента в процессах взаимодействия с молодежью, может быть способом научить молодежь медиа-навыкам (медиаграмотности) или исследовать их социальную среду. Это может быть способ нанести на карту культурные центры в районе, сосредоточить внимание на экологических проблемах или проблемах дорожного движения в определенном районе. Это может быть все вышеперечисленное и многое другое.

YAD Street Team - Волонтерская онлайн работа

YAD Street Team - это профилактика наркомании молодежи молодежью. Это интернет-форма молодежной работы, главная цель которой - предложить молодым людям простой и интересный способ волонтерской работы и профилактики наркомании в Интернете. Волонтерам от 13 до 21 года. Street Team - это игровой способ волонтерства, при котором члены команды могут получать вознаграждение, выполняя различные задачи, распространяя информацию о злоупотреблении наркотиками, например, в социальных сетях. Молодые люди могут выбирать, какие задачи они хотят выполнять и когда. Street Team - это простой способ стать

волонтером, и молодые люди могут тратить свое время и силы столько или меньше, сколько они хотят.

Street Team - отличный способ заниматься «легкой активностью», основанный на интересах молодых волонтеров.

Поскольку взаимодействие в основном осуществляется по виртуальным каналам, и молодые люди могут делать это анонимно, это облегчает участие и способствует равенству.

Actionbound – Открой дверь

Молодые люди были приглашены принять участие в интерактивной игре «Открой дверь», где они могли познакомиться с местным бизнесом, рынком труда, его требованиями и условиями труда.

Игра была основана на приложении Actionbound и в основном использовала принципы городской охоты. Молодые люди участвовали в командах по 5 человек, используя приложение на телефоне, они должны были перемещаться по городу, с остановками в определенных местах с заранее подготовленные заданиями.

За выполнение каждого задания команда получала баллы, а в результате команда, которая справилась с заданиями максимально быстро и качественно, получала призы. Приложение позволяло совмещать движение по городу и

знакомство с окрестностями с возможностью узнавать что-то новое с помощью конкретных заданий.

Участвуя в игре, молодые люди изучали цифровые технологии и их использование в учебных целях.

SomeCamp

SomeCamp - проект для профессионалов в области молодежной работы, заинтересованных в цифровой работе с молодежью. Идея SomeCamp состоит в том, чтобы создать неформальное пространство для молодежных работников из всех секторов молодежной работы, чтобы участвовать в диалоге об использовании ИКТ, цифровых медиа и игр в молодежной работе, а также для определения областей сотрудничества и совместных практик. Характер мероприятия очень неформальный. Устраивается в лагерях.

Консультации медиа специалиста

Консультации медиа специалиста — это уникальная структура для поддержки молодежной работы в отношении медийных практик (цифровых, онлайн, аудио, видео и т. д.) в работе с молодежью. Структура состоит как минимум из одного штатного (и дополнительных добровольных) консультантов.

Это структура поддержки, которая позволяет молодежной работе на местном уровне решать задачу использования

цифровых медиа. Здесь консультирование — это подход, помогающий найти подходящие и надежные методы в зависимости от каждого конкретного случая.

Это структура, которая позволяет и стимулирует инновации в молодежной работе в отношении цифровых и онлайн-медиа. Ключевым аспектом является то, что консультанты-специалисты знакомы с реальными потребностями и возможностями на местах.

Face2Art

Проект дает возможность молодым людям от 13 до 23 лет представить себя создателями собственных произведений и получить художественный опыт.

Основой для презентации является виртуальная галерея, где размещаются произведения искусства, и «фанаты» могут голосовать за них в конкурсе. Онлайн-часть уравновешена с офлайн-частью - участвующие молодые люди приглашаются принять участие в нескольких семинарах и встречах и встретиться с онлайн-сообществом лицом к лицу.

Молодые люди используют искусство как средство выражения и ищут обратную связь и обмен мнениями со стороны сообщества. Им нравится показывать свои работы онлайн. В безопасной онлайн-среде с заранее установленными правилами, которая является настолько же удобным виртуальным пространством для молодых людей, они

получают обратную связь и профессиональное наставничество, чтобы учиться на этом. Другой сильной стороной этого подхода к работе с молодежью является двухуровневая связь между работой с молодыми людьми в Интернете и предоставлением им поддержки и возможностью оффлайн, побуждая их встречаться со своими сверстниками с аналогичным отношением.

Медиа-тренер

Медиа-тренер — это учебный курс для учителей, сотрудников библиотек, молодежных работников и других специалистов, интересующихся проблемами и возможностями использования цифровых медиа с молодежью. Во время 10-дневного учебного курса профессионалы знакомятся с передовой практикой, методами и советами о том, как они могут использовать цифровые медиа в своей повседневной работе. Кроме того, участников обучают созданию медиапроекта в их собственной рабочей среде.

Сотрудничество экспертов по цифровым медиа из разных областей (академические круги, правительство, работа с молодежью, культурный сектор) обеспечивает очень широкий спектр знаний, личный опыт и знания передовой практики. Для обучающихся тренеров тот факт, что они могут делиться знаниями с коллегами, является несомненным бонусом.

Цифровые права в молодежной работе

Учебный курс «Цифровые права в молодежной работе» предлагает идеи, примеры и практические инструменты, с помощью которых молодежные работники и преподаватели развиваются навыки для повышения осведомленности о защите и защите цифровых прав.

Цифровые права — это расширение прав человека в цифровой среде, включая права на неприкосновенность частной жизни, право на необработанную информацию, право на свободу выражения мнений и многие другие. Те же права и обязанности, которые мы, люди, имеем в физическом мире, также должны быть защищены в Интернете.

Проект поддерживает роль молодежной работы в противодействии цифровым угрозам и в продвижении повторного использования цифровых инструментов для защиты и защиты основных прав.

Курс является отправной точкой для получения дополнительных сведений о цифровых угрозах и о том, как усилить личную и организационную онлайн-безопасность.

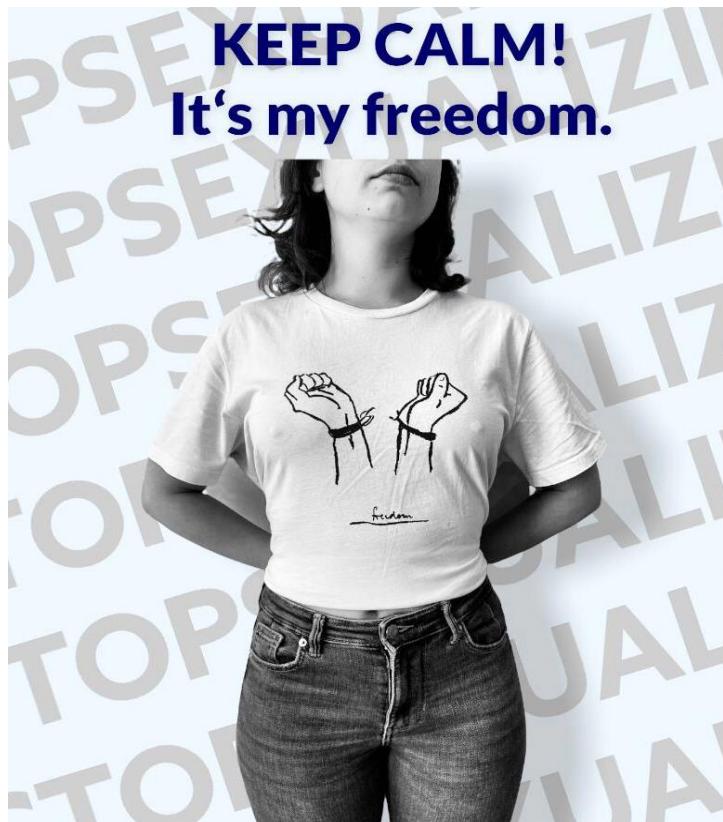
О проекте

Обучающий курс «Образование в области прав человека и демократии в эпоху цифровых технологий: DigiTools для DigiYouth» прошел с 15 по 20 сентября 2021 года в Риге (Латвия) с целью повышения компетенций молодежных работников в использовании новых информационных и коммуникационных технологий и цифровых инструментов в процессе обучения молодежи правам человека и демократии, информационной и медийной грамотности.

В ходе обучающего курса участники из 9 европейских стран повысили свои компетенции и навыки в области использования новых технологий, цифровых инструментов и социальных сетей в молодежных проектах; обменялись опытом и обобщили практику в использовании новых технологий.

Кроме того, участники работали над собственными мероприятиями (проектами, кампаниями) по воспитанию демократической гражданственности и образованию в области прав человека с использованием цифровых инструментов.

Постер проекта, посвященный проблеме уличного домогательства в отношении молодых женщин.



Слайд инфографики кампании по привлечению молодежи к участию в молодежных проектах: семинарах, обменах, и др.

Какова тематика проектов?

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

укрепление демократии

межкультурный обмен

права человека

экология

Кадр из подготовленного видеоролика в рамках проекта, посвященного праву на труд. Ролик смонтирован, используя доступные для бесплатного пользования видеоматериалы и музыку.



Постер проекта, посвященного проблеме беженцев и мигрантов



Слайд из презентации проекта «Одна из нас», посвященного правам женщин

