

Название организации:

Автономная некоммерческая организация журнала «Русская история»

Название Программы:

История 2.0

Краткое описание Программы:

Проект «История 2.0» включает в себя комплекс мероприятий, направленных на популяризацию истории среди московской молодежи через фотографии, картины и иные графические материалы, составляющие основной контент социальных сетей, а также увеличение количества и повышение качества контента данной тематики. В рамках проекта запланировано проведение фотоконкурса; 2-х вебинаров по фотосъемке на камеру мобильного телефона (планшета); не менее 2-х круглых столов; выставки наиболее интересных любительских фоторабот исторических мест из социальных сетей; создание не менее 5-ти маршрутов фотопрогулок, построенных по местам, наиболее удобным для проведения съемки исторических объектов на мобильные телефоны (планшеты), а также организация и проведение по ним фотопрогулок; издание брошюры с подробным описанием маршрутов фотопрогулок и с исторической справкой по основным историческим объектам, а также их отправка не менее чем в 100 учебных заведений.

Срок реализации:

30.11.2017

Основные целевые аудитории и их значение для Программы:

<i>Целевая аудитория</i>	<i>Значение</i>
Молодежь города Москвы, возраст 14-25 лет, 133 чел.	<p>Данная ЦА была выбрана, так как её представители в большинстве своем не знают историю России и не хотят её изучать, что является одной из причин целого ряда проблем современного общества, начиная от низкого уровня патриотизма, заканчивая межнациональной напряженностью.</p> <p>В качестве действий программы, направленных на решение данной проблемы, были проведены следующие мероприятия в которых приняли представители целевой аудитории:</p> <p>1. Вебинары. Вебинар состоит из двух частей. В ходе первой части участники обучаются проведению фотосъемки для социальных сетей, а во второй учатся продвигать контент в социальных сетях. Обе части напрямую способствуют достижению цели проекта, так как данные знания необходимы для создания качественного историко-культурного контента для социальных сетей и его дальнейшего продвижения</p> <p>2. Круглые столы. На круглых столах разбираются вопросы связанные и актуальностью историко-культурного контента социальных сетей, а также основные опасности, связанные с получением историко-культурных знаний через социальные сети.</p>

	Мероприятие призвано во-первых показать ЦА, что исторический контент востребован и актуален (что содействует творческой активности в этом направлении), а во-вторых снизить вероятность получение ложных данных через социальные сети, что также важно для достижения цели проекта.
--	---

Территория реализации:

ЦАО, ЮЗАО

ОТЧЕТ
о выполнении условий, целей и порядка использования
ранее предоставленной части субсидии
 по состоянию на 31 марта 2017 г.

Основные результаты, достигнутые в отчетный период:

А. Количественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Количественное измерение показателя</i>
Организация и проведение вебинаров	2 вебинара, 1 час (30 минут каждый), 68 человек
Организация и проведенных круглых столов	2 круглых стола, 2 часа (1 час каждый), 65 человек
Публикация методических материалов	3 публикации (rus-ist.ru/metodicheskie-materialy, vk.com/rusistoria, facebook.com/rusistoria/)
Посты по истории России, опубликованные представителями целевой аудитории проекта на своих личных страницах в социальных сетях Вконтакте и Instagram	118 (учитывались публикации и репосты на личные страницы материалов с хештегом #История2_0 #КонкурсИстория2_0, сделанные пользователями, указавшими при регистрации в качестве место проживания город Москва)

Б. Качественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Качественное измерение показателя</i>
Повышение интереса молодежи Москвы к истории	<ul style="list-style-type: none"> - Увеличилось количество уникальных посетителей (февраль на 3%, март на 8,5%) и просмотров (февраль на 45%, март на 30%) группы «Русская история» vk.com/rusistoria по сравнению с началом реализации программы «История 2.0». (количество контента, размещенного за сутки было одинаковым на протяжении всего отчетного периода) - Увеличился охват аудитории группы «Русская история» vk.com/rusistoria по сравнению с началом реализации программы «История 2.0» (февраль на 6,6%, март на 19,6 %) - Увеличилось количество отметок «Мне нравится» (февраль на 37,5%, март на 81,8%) публикаций группы «Русская история» vk.com/rusistoria по сравнению с началом реализации программы «История 2.0» - 27 из 65 участников круглых столов выразили

желание в дальнейшем участвовать в реализации программы (из них 7 человек начали публиковать фотоконтент в рамках фотоконкурса «История 2.0»)

- По просьбам учащихся ГБОУ г. Москвы № 354 совместно с преподавателем информатики будет разработана дополнительная обучающая программа по созданию и продвижению исторического контента в социальных сетях. Данная программа будет состоять из двух практических занятий. Ориентировочная дата проведения – конец апреля, начало мая.
- По просьбам учащихся ГБОУ г. Москвы «Школа-интернат № 17» 13 апреля был проведен дополнительный вебинар «История 2.0» и мастер-класс по публикации и продвижению историко-культурного контента в социальных сетях
- По сравнению с началом реализации программы количество материалов с хештегом #ИсторияРоссии увеличилось на 35%, а с хештегом #ИсторияМосквы на 78 % (Приложение 12. Скриншоты результатов поиска по хештегам #ИсторияРоссии и #ИсторияМосквы, а также с расчетами количества процентов)
- По результатам опросов участников мероприятий из 37 опрошенных 32 человека сочли материал изложенным в интересной и доступной форме, 28 человек заинтересовали предложенные темы
- Мероприятия проведенные в школе-интернат № 17 были высоко оценены ответственным за проведение мероприятия со стороны учебного заведения