

УДК 37.025

СОЗИДАТЕЛЬНАЯ ЛЮБОВЬ К РОДИНЕ. Часть 2^{1,2}

Сергей Владимирович Тетерский,доктор педагогических наук, профессор кафедры социальной педагогики и психологии
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», e-mail: teterski@list.ru

Данное произведение вместе с Настольной книгой «Воспитание кадров современной России»³ — обеспечивающие элементы программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, способствующих формированию лидера будущего, его новой жизненной позиции, связанной с самоанализом, самопринятием, самообязательствами, саморукководством, самоконтролем и самореализацией.

Ключевые слова: воспитание, самовоспитание, патриотизм, любовь к родине, подготовка кадров.

Упражнение «Официальное будущее Родины»

Пояснение: исследователь (исследователи) заполняют данные из открытых источников, данные 4-й колонки (количество) выясняются через устный опрос руководителя организации или его представителя, с указанием его должности, имени и фамилии. Адрес ссылки в Интернете обязателен.

Одним из результатов данной работы может быть создание экспертной команды лидеров будущего, положение о которой необходимо обсудить коллективно.

Проект Положения об Экспертной команде лидеров будущего

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение регулирует вопросы создания и функционирования экспертной команды при главе муници-

¹ Продолжение. Начало в № 2, 2021.

² Тетерский С.В. Время созидателя: 100+ упражнений воспитания кадров современной России: Рабочая тетрадь. М., Екатеринбург: Банк культурной информации, 2017. 184 с.

³ Тетерский С.В. Воспитание кадров современной России: Настольная книга (научно-методическое пособие) для родителей, педагогов и специалистов по работе с молодёжью. М., 2017. 227 с.



▼ Таблица 1

Позиция	Наименование документа	Срок действия	Количество участвовавших в разработке	Адрес в Интернете	Главные идеи
1. Видение будущего города у власти: муниципальная программа развития города, генплан развития, дорожные карты					
2. Видение будущего города у бизнеса: дорожные карты, программы развития, программы корпоративной социальной ответственности бизнеса					
3. Видение будущего города у НКО: дорожные карты, перспективные программы развития					

пального образования, которая организует публичное моделирование и контролирование реализации образа известного будущего у города (далее — Команда).

1.2. Единственный способ предсказать будущее города — придумать его самим жителям, сделать эту придумку визуально-публичной и поддающейся контролю обществу. Яркий, запоминающийся, всенародно прочувствованный образ будущего позволит сформировать территориальное самосознание и будет способствовать тому, чтобы жизнь в городе каждый день приближалась к идеалу, «увиденному» в будущем.

1.3. Семья является приоритетом Команды, фундаментом и основой личного и государственного строительства будущего.

1.4. Команда осуществляет свою деятельность в форме общественно-го союза без образования юридического лица.

1.5. В состав Команды приглашаются представители власти, бизнеса, культурной, научной, общественной элиты города.

1.6. Членство в Команде является персональным (именным). Исполнение обязанностей членов Команды является добровольным и безвозмездным.

2. Основные задачи Команды

2.1. Главная задача Команды — привлечение как можно большего количества единомышленников, оказывающих морально-материальную поддержку городу: родителей, родственников, друзей, соседей, коллег, партнёров, клиентов, инвесто-

ров... Больше единомышленников — быстрее достигается будущее.

2.2. Команда разнообразна в решениях, методах, формах, средствах, привлечении интеллекта и творческих сил, что придаёт гибкость действиям и устойчивость результатам.

2.3. Задачи команды:

- формирование позитивного общественного мнения о прошлом, настоящем и будущем города;

- поддержка и распространение современной методологии, лучших образовательных практик, наиболее эффективных методов и креативных идей нравственного и духовного развития города;

- привлечение целевого финансирования в проекты будущего;

- создание широкого информационного поля для профессионального общения успешных жителей города и талантливой молодёжи;

- осуществление экспертных услуг в области прогнозирования и программирования будущего;

- осуществление связи с общественностью, средствами массовой информации в интересах города;

- организация и проведение выставок, фестивалей, встреч, мастер-классов, семинаров и других мероприятий, создающих разнообразные возможности для насыщенного, обогащающего профессионального общения членов команды, в том числе в интернет-пространстве.

3. Участники команды

3.1. Команда объединяет людей, создающих позитивный имидж всем,

кто честно и результативно рассматривает будущее, как маяк для лучшего настоящего. Участники команды пропагандируют пользу знания будущего среди общественности всеми способами, включая центральное телевидение.

3.2. Участник команды:

- здоровый, добрый, ответственный, с полезным прошлым, благодарным настоящим и известным будущим;

- детально представляющий и достигающий здесь и сейчас свою мечту: позитивную, собственную, конкретную, оригинальную, социально полезную;

- имеющий детальный отчёт о своём будущем, открыто и честно привлекающий к его достижению близких и инвесторов;

- способный погрузить в своё будущее своих близких и друзей; собирающий вокруг своего будущего единомышленников и создающий из них команду, в которой каждый имеет своё собственное визуализированное будущее;

- постоянно повышающий квалификацию, в том числе и по литературным источникам;

- передаёт опыт молодым и начинающим.

4. Структура Команды

4.1. Высшим руководящим органом Команды является Общий сбор её участников.

4.2. Общий сбор проводится по мере необходимости, но не реже одного раза в месяц. Вопросы



на рассмотрение вносятся членами Команды;

4.3. Обязательными вопросами являются утверждение плана мероприятий Команды на текущий календарный год, месяц; оперативный обмен информацией о наиболее важных прошедших и предстоящих событиях города; организация акций солидарности для повышения статуса Команды; решение о распределении инвестиций (грантов) между проектами будущего.

4.4. Решения принимаются на основе консенсуса.

4.5. Для проработки отдельных вопросов Общий сбор создаёт комиссии и рабочие группы.

4.6. Решения Общего сбора являются обязательными для членов Команды.

5. Права и обязанности членов Команды

5.1. Члены Команды имеют равные права и обязанности.

5.2. Члены Команды имеют право:

- планировать деятельность Команды;
- участвовать в подготовке и проведении мероприятий;
- вносить на рассмотрение Общего сбора, его рабочих групп и комиссий предложения по вопросам деятельности Команды;
- участвовать в программах, разрабатываемых Командой;
- получать материально-финансовую, организационную, юридиче-

скую, научно-методическую, консультационную и иную поддержку для реализации своей идеи;

- указывать принадлежность к Команде с использованием её символики;

- выражать и отстаивать интересы Команды как её представитель;

- получать полную информацию о деятельности Команды и распространять информацию о своей деятельности;

- заявлять о своём участии в программах и проектах Команды;

- пользоваться всеми льготами, предоставляемыми членам Команды, в том числе: правом льготного продолжения образования, повышения профессиональной квалификации; скидками на приобретение продукции Команды; правом льготного получения любых услуг и изданий Команды;

- пользоваться печатными изданиями и сайтами Команды для изложения своей позиции по любому вопросу деятельности Команды.

5.3. Члены Команды обязаны:

- соблюдать настоящее Положение и воздерживаться от действий, наносящих моральный или материальный ущерб Команде;

- предоставлять достоверную информацию при регистрации на интернет-портале Команды;

- нести ответственность за качество материала, размещаемого на интернет-портале Команды;

- участвовать в реализации задач Команды, претворять в жизнь

проекты и программы, проявлять инициативу и активно участвовать в проведении мероприятий Команды;

- заботиться об авторитете Команды, поддерживать и пропагандировать её деятельность;

- поддерживать периодические печатные издания Команды путём подписки и распространения.

5.4. Если кто-либо из членов Команды нарушает обязанности, Команда вправе требовать от данного члена воздержаться от нарушения. В зависимости от характера несоблюдения обязанностей возможно лишение членства в Команде.

5.5. Члены Команды могут в любое время выйти из её состава, уведомив об этом — в письменной или устной форме — Команду.

5.6. Члены Команды могут быть исключены из её состава решением Общего сбора за действия, противоречащие цели и задачам деятельности Команды, нанесение морального или материального ущерба Команде.

6. Порядок вступления в Команду

6.1. Вступление в Команду осуществляется на основании результатов обучения во время тренинга «Качели времени».

6.2. Решение о приёме принимается организаторами тренинга и доводится до сведения персонально.

7. Финансовое обеспечение деятельности Команды

7.1. Финансирование деятельности Команды осуществляют учредители и партнёры, заинтересованные в её деятельности.

8. Порядок изменения Положения

8.1. Решение о внесении изменений в настоящее Положение принимается на Общем сборе.

9. Реорганизация и ликвидация Команды

9.1. Реорганизация или ликвидация Команды осуществляется по решению Общего сбора, принятому на основе консенсуса.

Упражнение «Преимущества Родины»

Пояснение: задача исследователя (исследователей) — выяснить через открытые источники, как власть, бизнес и НКО, по отдельности или в сотрудничестве, планируют использовать позиции преимущества территории по отношению к другим муниципалитетам (в своих программах, проектах, концепциях, стратегиях и т.п.).

Упражнение «Привлекательность Родины»

Все вместе или каждый в своей форме — предложите особенности Родины, делающие её привлекательной.



▼ Таблица 2

Позиция	Власть	Бизнес	НКО	Вместе	Источник
1. Архитектурный					
2. Военный					
3. Духовный					
4. Кадровый					
5. Научный					
6. Образовательный					
7. Оздоровительный					
8. Политический					
9. Природный					
10. Производственный					
11. Спортивный					
12. Творческий					
13. Туристический					
14. Транспортный					
15. Другой (какой?)					

▼ Таблица 3

Час	Тема встречи	Ответы
1	Лучший товар	
2	Лучшая услуга	
3	Спорт Родины	
4	Слоган Родины	
5	Символ Родины	
6	Гимн Родины	
7	Отличительный атрибут жителя	
8	Блюда и напитки	
9	Праздник Родины	
10	Танец Родины	
11	Фото мест Родины	
12	Фото героев Родины	

Упражнение «Три прилагательных, характеризующих Родину»

Цель опроса: выявить наиболее популярные позитивные прилагательные, которыми жители характеризуют свой город.

Рекомендуемое количество опрашиваемых — 1200 человек.

Опрос проводится в течение нескольких дней 10 совершеннолетними волонтерами в двух видах: заочном и очном.

Очный вид опроса.

Предполагает непосредственный контакт волонтеров с жителем или гостем города в публичных общественных местах: учреждениях образования, культуры, медицины, торговли, отдыха, на вокзалах и в аэропортах.

Желательно работать в месте скопления позитивно настроенных людей.

Не менее трёх волонтеров работают одновременно в зоне видимости друг друга, чтобы в любой момент по необходимости поддерживать товарища.

Улыбающийся волонтер, с планшетом, визитками проекта, в футболке «Лучший город (далее — название города)», подходит к первому встречному, здоровается («Здравствуйте!»), представляется («Меня зовут так-то»), объясняет цель опроса («Вы можете сделать наш любимый город лучше?») и задаёт непосредственный вопрос: «Назовите, пожалуйста, три позитивных прилагательных, характеризующих город такой-то».

Ответы фиксируются в планшет. По завершении опроса волонтер благодарит участника («Благодарю вас!») и прощается («До свидания»). Если участник опроса захочет узнать подробности проекта, волонтер вручает визитку «Престижный город» с сайтом.

Собранные в ходе опроса прилагательные волонтер расставляет в алфавитном порядке, подсчитывает общее количество, ранжирует от самого популярного до редко встречающегося, обработанные таким образом данные сдаёт региональному руководителю проекта.

Заочный вид опроса.

Опрос по электронной почте или через сообщение в социальных сетях предполагает направление адресного письма:

«Добрый день! Решили узнать, какие позитивные прилагательные наиболее точно характеризуют наш город такой-то. Напиши, пожалуйста, три, на твой взгляд, самых популярных. Спасибо!»

Открытый опрос в социальных сетях предполагает размещение волонтером у себя на стене сообщения: «Добрый день! Решили узнать, какие позитивные прилагательные наиболее точно характеризуют наш город такой-то. Напишите, пожалуйста, три самых популярных. Спасибо!»

Собранные прилагательные волонтер расставляет в алфавитном порядке, подсчитывает общее коли-



чество, ранжирует от самого популярного до редко встречающегося, обработанные таким образом данные сдаёт региональному руководителю проекта.

Региональный руководитель создаёт общий рейтинг прилагательных, в том числе с указанием процента от общего количества опрошенных.

Упражнение «Качели времени юбилейной территории»

«Качели времени» позволяют патриотам создать преимущества своей Родины. Для этого требуются смелые люди, готовые заразить своим оптимизмом всё население территории.

На «Качелях времени» можно получить полезные знакомства с единомышленниками и будущими партнёрами. Мысленно мы перенесёмся на несколько лет вперёд, чтобы узнать, как подобрать уютное будущее для своих потомков.

Кто ещё говорит, что будущее непредсказуемо?

Итак, удивительный шанс войти в историю создания Родины будущего открывается!

Специфика «Качелей времени юбилейной территории»:

- «Широкий круг разработчиков-экспертов.

Проект предполагает публичное и массовое (свыше 50% участников от общего количества жителей муниципалитета) моделирование

и обсуждение известного будущего большинством жителей, всех возрастов и социальных групп.

- Захватывающее мероприятие.

«Качели времени» проводятся в живой, интересной, ярко-эмоциональной форме, мотивируют на ответственное, хозяйское отношение к своей территории проживания. Они доставят удовольствие и радость каждому их участнику от его полезности и ценности для своей Родины.

- Открытость.

«Качели времени» проводятся открыто, публично, с участием ведущих СМИ территории.

- Яркость.

Главные результаты «Качелей времени» визуализируются в запоминающемся, всенародно прочувствованном видеоклипе «Престижный муниципалитет», вызывающем гордость за свою Родину, способствующем формированию позитивного территориального самосознания и привлечению дополнительных ресурсов.

- Позитивность.

«Качели времени» предполагают создание только позитивного будущего, в котором счастливая многодетная семья является главным героем и мотивом гражданского мира, согласия и процветания.

- На долгую память.

«Качели времени» надолго запомнятся жителям, гостям и инвесторам территории! Экспертно-деятельная команда при главе муници-

пального образования, созданная по результатам «Качелей времени», станет своего рода Советом мудрецов, контролирующим реализацию известного будущего муниципалитета.

Мозаика престижных муниципалитетов сложится в яркий образ гостеприимной и процветающей привлекательной России.

Давайте удивляться! Предлагаем переместиться в лучшее будущее. Представьте, что сегодня вы стали смелее. Вы совершенно неожиданным образом можете ВСЁ, потому что с каждым годом становились всё лучше и лучше...

Для счастливого настоящего — нужно счастливое прошлое и счастливое будущее. Мы будем с вами путешествовать во времени. В буду-

щее и обратно — на «Качелях времени».

Перемещаемся в юбилейный год для нашей территории.

КЛЮЧ к упражнению «“Качели времени” юбилейной территории»

1. Приоритеты социальной политики.
2. Заказ бизнесу.
3. Заказ НКО.
4. Девиз города.
5. Ценности ближайших лет.
6. Межсекторные оргкомитеты.
7. Главные сферы общественного контроля.
8. Перекраска города.
9. Ароматизация города.
10. Музыкальное оформление.
11. Способы достижения.

▼ Таблица 4

Вопрос	Ответ
1. Почему в городе стало много детей и молодёжи?	
2. Что появилось в нашем городе такого, чего нет в мире?	
3. Почему люди остаются в нашем городе и зовут сюда всех своих близких?	
4. Название и про что статья о нашем городе в журнале «Форбс»?	
5. Какие ценности сейчас в наибольшем почёте?	
6. За что наш город получил награды Родины?	
7. За что наш мэр получил награду «Лучший мэр России»?	
8. Какая цветовая гамма преобладает теперь в нашем городе?	
9. Какими запахами наслаждаются жители и гости города?	
10. Какая музыка теперь звучит из окон горожан?	
11. Почему название нашего города вызывает восторг и восхищение у каждого россиянина?	



Упражнение «Интернет-конкурс»

Наибольшую популярность в современном мире приобретают интернет-конкурсы, позволяющие при минимуме затрат охватить максимальное количество участников.

Советы по организации интернет-конкурсов

Совет 1. Определение цели и результатов конкурса.

Зачем, с каким смыслом вы проводите конкурс? Что и от кого вы надеетесь достичь? Повысить узнаваемость? Продвинуть новый продукт или услугу? Усилить вовлеченность пользователей, получить обратную связь или найти последователей? Собрать деньги на благотворительный проект? Повысить продажу? Увеличить количество лайкеров и фолловеров? Повысить осведомленность целевой аудитории о магазине и предлагаемых им товарах?

Возможные методы отслеживания эффективности конкурса:

- создание отдельного хэштега в «Твиттере» с последующим мониторингом его популярности и количества упоминаний конкурса;

- мониторинг количества лайков в «Фейсбуке», «ВКонтакте», «Инстаграме»;

- настройка оповещений «Гугл» с целью получения уведомлений о количестве упоминаний магазина и конкурса.

Необходимо ставить перед собой конкретные цели и не устраивать

конкурс ради конкурса или потому, что все так делают.

Совет 2. Определение типа конкурса.

Какой тип конкурса предпочтительнее для достижения цели:

- конкурс рисунков,
- конкурс историй,
- конкурс перепостов,
- конкурс на лучший отзыв,
- фотоконкурс,
- видеоконкурс и др.

Конкурс с жюри, народным голосованием или лотереей, когда победитель определяется случайным образом из всех пользователей, совершивших какое-либо действие (например, перепост)?

Самым эффективным способом считается лотерея, когда право на участие в розыгрыше даётся за минимальную информацию от потребителя или бесплатную рекламу в виде перепоста.

Совет 3. Разработка локального нормативного акта.

В нём закрепляются права и обязанности организатора и участника конкурса или рекламной акции. Важно отличать стимулирующие лотереи, публичные конкурсы и иные стимулирующие мероприятия.

Нормы, регламентирующие организацию и проведение подобных мероприятий, закреплены в главе 57 Гражданского кодекса РФ.

Организатором конкурса может быть любое лицо, для проведения

конкурса не нужна его предварительная регистрация, как в случае с проведением стимулирующей лотереи, а требуются лишь сформированные правила проведения, которые необходимо опубликовать в открытом доступе.

Для проведения интернет-конкурса необходимо:

- 1) придумать правила и опубликовать их;
- 2) приобрести призы, прописанные в правилах;
- 3) определить победителей в соответствии с правилами, опубликовать результаты;
- 4) наградить победителей;
- 5) проинформировать налоговую инспекцию в форме справки 2-НДФЛ, если доход победителя превышает 4000 рублей.

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» содержит следующие позиции, касающиеся проведения интернет-конкурсов:

«Статья 5. Общие требования к рекламе

<...>

3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:

<...>

15) о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приёма заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сро-

ках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

<...>

Статья 9. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий

В рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определённого товара (далее — стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения».

Совет 4. Выбор площадки проведения интернет-конкурса и ознакомление с политикой использования сайта.

У конкурса обязательно должна быть своя страничка: в социальной сети или отдельная.

Что обязательно должно быть на странице конкурса:

- привлекающий внимание заголовков, название конкурса: что-нибудь оригинальное, заманивающее, смешное, чтобы люди не просто интересовались конкурсом сами, а хотели поделиться им с друзьями. Не забудьте предоставить им такую возможность и «увешайте»



страницу конкурса шейринг-кнопками;

- логотип, талисман, картинка, графическое воплощение конкурса: например, логотип тренинга, украшенный радостными звёздочками или другими элементами, подчёркивающими возможность «халявы» для участников;

- краткий, но заметно выделенный текст о том, что требуется для участия в конкурсе, его условия в двух-трёх предложениях;

- информация о призах: именно для получения призов большинство согласится принять участие в конкурсе.

Конкурс можно провести в группе (на странице) в соцсети или на сайте (например, на специальной странице конкурса). В обоих случаях задействуются социальные сети: для распространения информации о конкурсе и для голосования. Важно заранее подготовиться к возможным «накруткам».

Сеть ВКонтакте не накладывает никаких дополнительных правил, регламентирующих проведение конкурсов на страницах, кроме определённых законодательством. Возможно, автоматизировать процесс подсчёта результатов через обращение к VK API. Можно провести конкурс в виде отдельного приложения в ВКонтакте.

Возможные конкурсы:

- усложнённые конкурсы с визуальным контентом: предлагайте искать/создавать не только фото, но и видео, анимации, и пусть победи-

теля конкурса определяют сами пользователи социальной сети;

- блиц-опрос: пользователям предлагается ответить на ряд вопросов (о магазине, об истории товаров); среди правильно ответивших на все вопросы вы выбираете победителя.

В сети Facebook существуют правила промощена (сюда попадают и конкурсы) на страницах:

- нельзя ассоциировать конкурс и Facebook, поэтому конкурс можно проводить только в приложениях (например, на приложениях-вкладках);

- нельзя просить пользователей перепостить информацию о конкурсе на свою страницу или страницу друзей, чтобы стать участником или получить больше шансов на выигрыш;

- нельзя использовать лайк как механизм голосования;

- нельзя сообщать победителям результаты через личные сообщения в Facebook.

Приложения для проведения конкурсов могут использовать все преимущества работы с Facebook API:

- автоматизацию подсчёта результатов,

- распространение информации о конкурсе самими участниками с помощью социальных каналов,

- отправление пользователям приглашения их друзьям с помощью Request Dialog,

- публикацию сообщения об участии в конкурсе с помощью Feed Dialog,

- публикацию достижений участников через Achievements & Scores APIs для геймификации.

Инстаграм (instagram.com) ставит во главу угла визуальные образы, так что в этой сети имеет смысл проводить конкурсы, связанные с фотографией. Возможные конкурсы:

- публикация на своей странице: чтобы принять участие в конкурсе, пользователи должны опубликовать изображение с вашего сайта на своей странице;

- поиск: вы предлагаете тему, пользователи ищут тематические изображения в сети, присылают вам ссылки, вы проводите отбор, раздаёте призы;

- лайки и репосты: вы задаёте тему, пользователи делают на эту тему фотографии, та фотография, у которой будет больше всего лайков и репостов к моменту завершения конкурса, получает плюшевого медведя (или другой назначенный вами приз).

Twitter (twitter.com) — сеть коротких слов.

Возможные конкурсы:

- конкурс для остроумных: вы предлагаете начало фразы — пословицы, поговорки, а пользователи предлагают свои оригинальные концовки;

- простой розыгрыш призов: чтобы принять в нем участие, пользователь должен твитнуть о вашей информации (со ссылкой) или ретвитнуть ваш твит;

- хэштег: конкурс на самый оригинальный хэштег для вашей информации.

В Твиттере запрещены создание нескольких аккаунтов для участия в конкурсе и многократная публикация одного и того же твита.

Можно проводить конкурс сразу в нескольких средах обитания своей целевой аудитории. Важно донести до потенциальных участников информацию о конкурсе и его правила. Остальное — нюансы.

Совет 5. Выбор подходящего приза.

Самые привлекательные призы — техника, но лучше использовать конкурсы, чтобы продемонстрировать собственные товары и услуги. Люди заходят на страницу, потому что хотят узнать больше о том, что предлагается.

В качестве приза можно предлагать новинки или купоны на скидку. Также не исключён вариант партнёрства с кем-то, например с интернет-магазином, продающим смежные товары: если организовать конкурс вдвоём, можно привлечь вдвое больше участников.

Ценность награды должна соответствовать усилиям, которые совершат участники конкурса.

Из раздачи призов тоже можно сделать отдельное мероприятие, способствующее продвижению услуги, информации, товара:

- собрать победителей в своём офисе/кафе/ресторане и снять про-



цесс раздачи на видео, которое затем опубликовать в Сети и распространить новость об этом знаменательном событии по всем доступным каналам;

- опубликовать заметку о победителях с их фотографиями в своём блоге, на страницах в соцсетях;
- по завершении конкурса собрать лучшие ответы в один пост и опубликовать его везде, где возможно;
- запланировать ещё один конкурс и донести информацию о нём всем, кто уже поучаствовал в состоявшейся раздаче, попросив их принять участие в записи видеорекламы.

Совет 6. Простота.

Простой доступ к участию. Чем больше информации потребуется от потребителей для участия в розыгрыше, тем меньше наберётся конкурсантов. Люди предпочитают не сообщать свой тип занятости, семейное положение и три разных телефона. Прося минимум информации, получаем то, что нужно, — реальных потребителей. В большинстве случаев достаточно имени пользователя, возраста и адреса электронной почты.

Совет 7. Популяризация и реклама конкурса.

Конкурс — это общественное достояние, а не просто публикация условий. Продвижение конкурса предполагает маркетинговую стратегию, новости в Твиттере и Инстаграме, e-mail-рассылках, теле- и радиорекламе, перепосты на своей странице. Необходимо регулярно сообщать участникам сообщества, как идёт конкурс, интересные истории, контекстную рекламу.

Рекламное объявление должно быть понятным и бросаться в глаза. Например, по правилам размещения рекламы ВКонтакте заголовок должен быть не длиннее 25 символов, а текст — максимум 60.

Совет 8. Последействие.

После завершения конкурса и вручения призов необходимо обобщить и проанализировать информацию об участниках, плюсах и минусах организации. В обратной связи можно найти важные предложения, советы по улучшению взаимодействия с пользователями.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ЛЮБИМОЙ РОДИНОЙ

Дата
Место

Я, _____, осознаю, что:

Мне нравится моя Родина и следующие созвучные с её названием и моей любовью к ней определения:

Мне нравится история моей любимой Родины и особенно следующие факты:

Мне нравится настоящее моей любимой Родины и особенно:

Самыми уважаемыми для меня земляками являются:

Они помогают мне жить в развитии, и я намерен постоянно выражать признательность за их существование.

Я помогаю Родине быть привлекательнее следующими своими делами:

Моя Родина развивается, и вот те изменения, которые уже произошли и являются нашими совместными достижениями с моим непосредственным участием:

Мне нравится будущее моей любимой Родины и особенно:

Вот самые полезные открытия относительно моей Родины, к которым я пойду дальше:

Я способен действительно добиться этого. Поэтому я стремлюсь к новым изменениям, чтобы обогатить свою жизнь и радоваться ей.

Продолжая развиваться вместе со своей Родиной, я намерен:

Мне радостно осознавать, что я сам выбираю место своего проживания, это позволяет мне двигаться к полному осуществлению своих желаний и занять по праву принадлежащее место в мире.

Я также признаю, что могу выбирать друзей, собственное дело, распоряжаться своим временем, могу побыть один или с другими людьми — как захочу, однако всегда с пользой для самого себя и своей любимой Родины.

Во время отдыха вдали от Родины я обязательно для демонстрации своей любви к Родине буду:

Если жизнь сложится так, что мне придётся переехать в другое место жительства — временно или навсегда, — для того, чтобы поддерживать свои силы от верности Отчизне, я обязательно буду



Я принимаю свою Родину такой, какая она есть.
Я принимаю свою Родину такой, какой хочу, чтобы она была.
Моя Родина достойна любви и уважения.
Я буду делать всё от меня зависящее, чтобы мою Родину любили и уважали.
Я несу ответственность за то, чтобы сделать себя и свою Родину счастливыми.
Я не жду, что кто-то сделает мою Родину счастливой, я действую.
Я беру на себя ответственность сделать всё, что в моих силах, чтобы выполнить условия этого обязательства.

Я оставляю за собой право пересматривать и изменять формулировки утверждений, совершенствуя их.

Собственноручно подписано мною сегодня.

*Благодарю тебя, Россия,
За широту твоих полей,
За то, что ты меня носила
Под сердцем матери моей!*
Виктор Боков

✱ ✱ ✱

СПАСИБОЧНОЕ ПИСЬМО ОТ РОДИНЫ
СПАСИБО ПАТРИОТУ И ГРАЖДАНИНУ

Ф.И.О.

РОДИНА ВАС ЛЮБИТ ВЗАИМНО!

_____ Подпись
_____ Печать
_____ Дата

CREATIVE LOVE FOR THE MOTHERLAND

Sergey V. Tetersky, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Social Pedagogy and Psychology, Astrakhan State University, e-mail: teterski@list.ru

Abstract. This work, together with the Handbook «Education of personnel in modern Russia», provides elements of a training, retraining and advanced training program for personnel that contribute to the formation of a leader of the future, his new life position associated with introspection, self-acceptance, self-commitment, self-guidance, self-control and self-realization.

Keywords: upbringing, self-education, patriotism, love for the motherland, personnel training.