



Правительство Москвы
Комитет общественных связей
города Москвы



ДЕПАРТАМЕНТ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ
И ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ
ГОРОДА МОСКВЫ (МОСПРИРОДА)



Открытый московский конкурс экологических агитбригад «Солнечный круг»



Молодёжь – за природу!

Организаторы: Центр эколого-социальных программ, национальная ассоциация молодых экологов. При поддержке Департамента природопользования и охраны окружающей среды города Москвы, издательского дома «Природа и люди», национального центра содействия эколого-социальному и инновационному развитию территорий, экологического парламентского бюллетеня, журнала «Природа и люди».

Приглашаем принять участие в открытом московском конкурсе экологических агитбригад «Солнечный круг», проводимого в рамках программы «Молодёжь - за природу Москвы». Работы авторов из разных регионов России и других стран приветствуются.

Это проект, объединяющий вокруг себя талантливую молодёжь, готовую рассказать языком искусства о проблемах экологии не только в Москве, но и по всей России.

Цели

- активизация экологического движения и привлечение внимания социума к проблемам окружающей среды города и его окрестностей;
- формирование активной гражданской позиции в вопросах охраны окружающей среды, выработка умения донести до зрителя смысл городских экологических проблем краткими выразительными агитационными средствами.

Задачи

- развитие и популяризация жанровой формы «агитбригада»;
- популяризация экологического образования и воспитания школьников и молодёжи, формирование у них экологического самосознания, экологической этики;
- создание условий для социализации личности в процессе природоохранной работы;
- выявление и поддержка талантливых и малоизвестных исполнителей;
- повышение интереса к исследовательской работе на местах.

Номинации конкурса (темы для выступления агитбригад):

- двойной стандарт в поведении: на публике и в узком кругу;
- природу надо любить, но сначала мы отдохнем...;
- букет краснокнижных цветов в подарок;
- стрельба из пневматики по деревьям;
- бутылки в кусты, мусор в огонь – чистота, всё с глаз долой;
- с авто на пикнике (только подвезти вещи, в авто музыка, так удобнее, нужна разрядка...);
- нам можно с мангалом/костром (у нас - день рождения, свадьба, юбилей, встреча друзей);
- моя громкая музыка никому не мешает/никто не жалуется;
- а где ещё ездить на квадроцикле?!
- дайте ребёнку хоть на природе свободу! (отсутствие экологического воспитания: играй не навредив; природа наш общий дом, уважай живущих в нём) и другие актуальные темы.

Сроки проведения

16 марта — 25 сентября 2016 г. Объявление результатов: 30 сентября.

Конкурс проводится в два этапа:

I этап – отборочный (март-август). *Проводится в рамках творческих отчётов.*

II этап – финальный (сентябрь). *Коллективы представляют свои Программы. Приглашаются победители первого этапа.*

Возраст участников: творческие группы и коллективы, в составе которых участники с 15 до 25 лет (включительно).

Призы

Три лучших коллектива получают дипломы от организаторов и призы: 1 место – камера Go Pro, 2 и 3 место – «умные» электронные браслеты Jawbone Up (или аналогичные). Победители конкурса будут приглашены на экофорум, в рамках которого пройдут эксклюзивные мастер-классы и уникальные экскурсии, каждый участник получит подарок и памятные сувениры.

Награждение победителей пройдёт на молодёжном экологическом форуме 21-23 октября.

Оформление выступления

Агитбригада представляет общую программу не более 15 минут. В выступлении можно использовать разнообразные художественно-выразительные приемы: песни под собственный аккомпанемент или фонограмму "минус один", стихотворные формы, сопровождение с использованием компьютерных презентаций, танцевальные элементы и др.

Заявка на конкурс должна содержать: название коллектива; сведения об участниках коллектива и руководителе: ФИО, дата рождения, сферу деятельности (интересов), регион проживания; программу (сценарий); контакты автора (электронная почта, телефон).

Заявки принимаются в произвольной форме объёмом не более 5 страниц в Open Office, Libre Office (стандартный шрифт Times, размер 10-12, интервал 1-1,5). Можно предоставлять логотип коллектива.

Критерии оценки

- режиссёрский замысел и отражение темы фестиваля;
- воплощение режиссёрского замысла (оригинальность постановки);
- разнообразие средств художественной выразительности (музыкальное оформление, наглядность, реквизит, костюмы, жанры художественного творчества и т.д.)
- мастерство исполнения.

В составе жюри – ведущие специалисты культуры (режиссёры, вокалисты, хореографы, композиторы).

Контакты организаторов

Заявки направлять на два адреса: myfairplay@gmail.com, eco-competition@mail.ru с темой письма – конкурс «Солнечный круг». Тел. для справок: 8 (925) 350-6225

Интернет: www.molecologi.ru, www.eco-youth.ru, <http://vk.com/mosecoyouth>

Хеш-тег программы: [#youth4eco](https://twitter.com/youth4eco)

**Подача работы на конкурс подтверждает факт согласия участника на использование его работы в природоохранной и информационно-просветительской деятельности организаторами без дополнительных разрешений и условий, задаваемых понятием «авторского права» (с указанием авторства).*

«Программа "Молодёжь за природу Москвы" реализуется на средства субсидии из бюджета г.Москвы, полученной по итогам проводимого Комитетом общественных связей Конкурса для социально-ориентированных некоммерческих организаций».

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО

Рекомендуем Вам ознакомиться со следующей информацией, чтобы использовать ее при подготовке ваших конкурсных программ.

Агитбригадный жанр как средство воспитания социально активной личности

Агитбригада – творческий коллектив, выступающий по различной тематике и затрагивающий актуальные проблемы своего времени, который высмеивает отрицательные стороны нашей жизни и показывает положительные моменты. Это единственно – доступный жанр, практически удобная и мобильная форма для небольших, даже технически не оснащённых организаций.

ЦЕЛЬ агитбригады: пропаганда, ключевым словом, которого должно выступать слово “ЗА”.

Составляя сценарий необходимо учитывать следующие принципы жанра:

- принцип творчества;
- принцип нравственности;
- принцип злободневности;
- принцип целостности.

Стили выступления

- разговорный жанр;
- песни, частушки, стихи;
- танцевальные композиции;
- интермедии и сценки.

Обязательное главное условие — наглядность (декорации, плакаты, растяжки) и музыкальное сопровождение.

Алгоритм создания агитбригады

Это самодеятельное объединение, выполняющее специфические функции. Ее назначение – откликаться в агитационной и художественно-агитационной форме на события внутренней, местной и международной жизни. Сфера ее работы – агитация.

Характерная черта агитбригады и условия успеха в ее деятельности: опора на местный материал, конкретные факты.

Художественные средства агитбригады – юмор, сагира (весьма остры и требуют от всех участников агитбригады самого осторожного бережного отношения к фактам и характеру их подачи).

Выступления агитбригады отличаются динамичностью, оперативностью, мобильностью.

В основе выступления – документальный сценарий. Документ и факт – активные и убедительные средства агитбригады.

Требования к агитбригаде:

- определить цель предстоящего выступления;
- выбрать темы, актуальные для данного коллектива;
- тщательно продумать и осуществить монтаж;
- определить драматургический ход, развивающий действие;
- программа агитбригады носит характер обзора, поэтому в ней может быть ряд эпизодов и соответственно ряд конфликтов;
- каждый эпизод обязательно должен быть законченным;
- нарастание действия выражается в том, что более острые и значительные факты размещены ближе к концу выступления;

- необходима лаконичность языка сценария (в небольшой интермедии, куплете, пантомиме надо сказать о многом, и так, чтобы не потерять образное начало);

- программа агитбригады должна иметь точный адрес.

Насмешка ради развлечения – недостаток программы, сатира теряет свою остроту и социальную значимость; для передачи сатирического материала используются такие жанры, как интермедии, монологи, сценки, куплеты, частушки, танцы, а также разновидности комического: шутки, комический намек, насмешка, острота;

- исполнители в агитбригаде должны быть "многоликими" - темпераментными, задорными, владеющими широким арсеналом сценических приемов, умеющими петь, танцевать, хорошо читать текст, обладающими отличной дикцией, По количеству – от 10 до 15 человек;

- возможно использование музыки, которая несет различную смысловую нагрузку, а также технических средств – кино и видеопроекции, слайдов, световых эффектов и т.д.;

- декорации агитбригады должны быть предельно лаконичными и мобильными;

- важна и предварительная реклама-оповещение о выступлении агитбригады.

"Три кита" агитбригады: накопление фактов; взрыв творческой интуиции (замысел); реализация замысла.

Механизм агитбригады: факт – замысел – решение (различны только исходные данные, характеристики замысла, выразительные средства).

Интерактивность агитбригады в том, что исполнители постоянно обращаются к зрителям и ждут от них ответной реакции. Зритель – это партнер исполнителей в агитбригаде, соучастник происходящего на сцене.

Выводы

В основе любой интерактивной формы работы лежит сценарий. Создание сценария и его воплощение – процесс творческий, требующий выдумки, фантазии, оригинальных приемов организации действия. Он должен обладать действенностью и зрелищностью, причем зрелище должно быть увлекательным, захватывающим.

Специфика и функции агитбригады

Современные агитбригады не имеют прямых аналогов в области профессионального искусства.

Агитбригады возникли в первые годы после Октябрьской революции для обслуживания фронтов Гражданской войны. С конца 20-х гг. получили массовое распространение на стройках, предприятиях, позже в вузах в студенческой сфере. Широкое распространение термина «агитбригада» привело к тому, что в 1990-е годы это название стало присваиваться небольшим коллективам студенческой художественной самодеятельности, выступающим и без прямого назначения жанра – без убеждения, призыва. Лаконичный и выразительный сценический жанр агитбригады таит в себе богатые возможности для творчества. Освободившись от прежнего политизированного содержания, в наши дни он переживает возрождение как форма театрального действия, близкая по своим особенностям к популярному КВН.

Тематика выступлений: календарные даты, тематические (за здоровый образ жизни, экология, правила дорожного движения, правила пожарной безопасности, профилактика асоциального поведения среди детей и подростков).

Преимущества в том, что в названии жанра не обозначены средства исполнения. Поэтому для агитбригады «все средства хороши»: театральные инсценировки, в том числе и кукольные, «живые газеты», выступления с трибуны, пластические композиции, агитационные массовые акции с использованием различных средств информации (листовки, плакаты и другие средства пропаганды). Возможно применение фокусов, видеофильмов, интермедий, монологов, сценок, куплетов, частушек, танцев и т.д.