

**Методические материалы по реализации Акции памяти «Блокадный хлеб»
18–25 января — фоновые мероприятия — начало Ленинградской операции.
27 января — день полного освобождения Ленинграда
от фашистской блокады в 1944 году.**

1. Акция памяти «Блокадный хлеб»

Цели:

- Акция памяти «Блокадный хлеб» создает эмоциональный фон на старте 2020 года — Года памяти и славы;
- Акция памяти «Блокадный хлеб» через символы актуализирует память поколений и гордость за мужество мирного населения блокадного Ленинграда.

Задачи:

- напомнить о беспрецедентной для 20 века блокаде, направленной на уничтожение голодом миллионов жителей Ленинграда;
- вызвать у участников Акции памяти эмоциональный отклик и гордость за мужество ленинградцев в годы блокады;
- провести мероприятия Акции памяти не менее чем в 80% городских и сельских поселений;
- обеспечить проведение Всероссийского урока памяти «Блокадный хлеб» в образовательных организациях регионов 27 января 2020 года, в День воинской славы России — день полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады в 1944 году (отмечается в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 1995 года № 32-ФЗ «О днях воинской славы (победных днях) России»).

Ключевым символом Всероссийской акции памяти «Блокадный хлеб» является кусочек хлеба весом в 125 граммов — именно такая минимальная норма выдачи хлеба на человека в день была установлена во время блокады Ленинграда.

2. Алгоритм реализации

Акция памяти «Блокадный хлеб» состоит из нескольких элементов:

- 18–30 января — посещение ветеранов-блокадников и оказание им необходимой помощи;
 - раздача волонтерами информационных материалов о блокаде Ленинграда и подвиге его жителей, добровольное получение участниками Акции памяти символических кусочков «блокадного хлеба» (Приложение 2);
 - подписание участниками акции открыток для передачи их ветеранам блокадного Ленинграда;
 - 27 января — Всероссийский урок памяти «Блокадный хлеб» по единой методике и общим материалам;
 - фоновые мероприятия различных форматов, которые стартуют 18 января 2020 года.
- Акцию памяти «Блокадный хлеб» организуют муниципальные дирекции с привлечением партнеров:
- волонтерских организаций, включая «Волонтеров Победы», «серебряных волонтеров» и добровольцев;
 - патриотических организаций;
 - любых общественных организаций, изъявивших желание принять участие в акции.

Для проведения мероприятий каждая муниципальная дирекция:

- назначает ответственного за проведение мероприятий Акции памяти «Блокадный хлеб» и коммуникацию с региональной дирекцией в формате одного окна, направляет

ФИО, должность и контакты ответственного в региональную дирекцию Года памяти и славы, формирует рабочую группу;

- уточняет факт проживания в регионе ветеранов, имеющих статус «житель блокадного Ленинграда», организует необходимую помощь, в том числе со стороны социальных служб, волонтеров, спонсоров и благотворителей;
- организует точки работы волонтеров при проведении тематических и фоновых мероприятий, на улице и др.);
- организует освещение мероприятий акции в СМИ и сети интернет с использованием единых релизов и материалов;
- обеспечивает проведение 27 января 2020 года Всероссийского Урока памяти «Блокадный хлеб» в образовательных организациях муниципалитета, в том числе в организациях дополнительного образования, домах культуры, творчества и др., организациях профессионального среднего специального и высшего образования
- организует учет проведенных мероприятий, количества участников, публикаций в СМИ и достигнутого ими общего охвата аудитории, готовит отчет по Акции для региональной дирекции.

3. Рекомендации по работе с рисками

Для нас важно символическое присоединение к ленинградцам, а не имитация их лишений.

1. Приоритет Акции — донести до людей основной смысл Акции памяти «Блокадный хлеб»:

- хлеб не раздавать вместе с информационными листовками, а предлагать взять самостоятельно и при одном условии — не выбрасывать его;
- раздавать хлеб только упакованным и в специально оформленных точках;
- при раздаче обращать внимание на то, что это обычный хлеб, а не «тот самый блокадный хлеб» из жмыха, отрубей и опилок.

2. Необходимо подчеркивать, что кусочек «блокадного хлеба» — это символ, и главное — это наша память о героических и трагических событиях Великой Отечественной войны, о мужестве и стойкости ленинградцев.

3. Не допускать принудительного вовлечения учащихся в акцию.

Например, нельзя раздавать «блокадные бутерброды», заменять стандартные порции и продукты «блокадным хлебом» и др.

4. Жестко контролировать время пребывания волонтеров на морозе, обеспечить их теплой одеждой и возможностью согреться в помещении.

Обязательно:

- все волонтеры должны выучить текст, с которым они обращаются к гражданам, знать основные события и факты блокадной жизни.
- контролировать работу волонтеров, не привлекать людей, не имеющих представления о событиях Великой Отечественной войны, блокады и освобождения Ленинграда;
- провести отбор, обучение волонтеров и контроль качества их подготовки перед проведением мероприятий.

Категорически нельзя:

- раздавать нефасованный хлеб без упаковки;
- фасовать хлеб силами волонтеров без соблюдения санитарных норм и без наличия медкнижек;
- навязывать хлеб и листовки, если граждане не выражают заинтересованности и готовности вступить в диалог;
- использовать детей и подростков в качестве волонтеров;
- предлагать «прожить неделю на 125 граммов хлеба в день».

Мероприятия проходят по всей территории региона при поддержке муниципальных администраций. В административных центрах регионов может действовать несколько точек одновременно.

4. Места проведения акции памяти «Блокадный хлеб»

Мероприятия уместно организовать:

- в местах проведения тематических культурных, общественных, спортивных мероприятий, посвященных Дню полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады в 1944 году. Для этого муниципальная дирекция формирует перечень таких мероприятий и договаривается с организаторами о размещении точек работы волонтеров Акции памяти «Блокадный хлеб»;
- в помещениях, где проходят «фоновые» мероприятия Акции памяти «Блокадный хлеб»: в домах культуры, центрах творчества, музеях, театрах, библиотеках, спортивных помещениях и др.;
- на улицах в местах активного трафика пешеходов при подходящих погодных условиях и с контролем времени пребывания волонтеров на морозе;
- точки работы волонтеров Акции памяти можно размещать по договоренности в торговых организациях с соответствующим оформлением и в присутствии работника торгового зала.

5. Работа с ветеранами, имеющими статус «житель блокадного Ленинграда»

Вся работа ведется под контролем и при участии социальных служб региона и муниципалитетов:

- актуальные списки проживающих в муниципалитете жителей блокадного Ленинграда муниципальная дирекция получает **официально** через социальные службы, комитеты ветеранов, ПФР;
- волонтеры акции памяти «Блокадный хлеб» посещают ветеранов и передают им подписанные в ходе мероприятий открытки и оказывают помощь только в сопровождении соцработников.

Если на территории муниципалитета ветераны — «жители блокадного Ленинграда» не зарегистрированы, муниципальная дирекция выбирает самостоятельно:

- либо не печатать и не использовать открытки в ходе мероприятий,

6. План реализации проекта в муниципалитете

План мероприятий направляется в ИД не позднее 20 января 2020 года для включения региональных мероприятий в федеральную «подсветку» в СМИ.

Базовые показатели по каждому муниципалитету:

- охват по населенным пунктам — не менее 80% городских и сельских поселений;
- количество публикаций — не менее 3-х сюжетов на региональном ТВ и радио;
- не менее 1 оригинального материала в каждом СМИ региона;
- охват в социальных сетях — не менее 10% пользователей.

7. Необходимые ресурсы

Все волонтерские ресурсы:

- волонтерские центры в ВУЗах;
- Волонтеры Победы;
- активисты и волонтеры ОНФ;
- активисты и волонтеры акции «Бессмертный полк»; - «серебряные волонтеры» и др.

Производители хлеба:

- хлебозаводы;
- пекарни;
- собственное производство торговых предприятий.

Задействовать по необходимости, точно рассчитав минимальный объем черного хлеба, который должен быть нарезан по 125 гр. и упакован в пищевую пленку для раздачи в качестве символа «блокадного хлеба».

Муниципальные дирекции Года должны:

- своевременно направить все материалы и провести презентацию акции «Блокадный хлеб» для руководителей общественных организаций, образовательных учреждений, организаций культуры, руководителей торговых сетей, руководителей муниципальных образований и др.
- добиться подготовки графиков проведения акции;
- выделить необходимые ресурсы;
- актуализировать списки ветеранов, в том числе — имеющих статус «житель блокадного Ленинграда».

8. Ключевое событие — Всероссийский урок памяти «Блокадный хлеб»

Муниципальная дирекция направляет письмо органам образования муниципалитета.

Методические, визуальные и текстовые материалы для проведения Урока памяти «Блокадный хлеб» будут доступны по специальной ссылке www.год2020.рф/документы.

9. Информационное сопровождение акции

Хештег для социальных сетей: #блокадныйхлеб

В муниципальные СМИ направляются:

- анонс предстоящих мероприятий,
- приглашение к освещению наиболее ярких мероприятий (с учетом эмоционального вовлечения и / или количественного охвата),
- релиз по каждому мероприятию,
- сопровождающее письмо с просьбой поддержать акцию не только редакционными материалами, но и постами в аккаунтах СМИ в социальных сетях.

Муниципальная дирекция рекомендует радиостанциям и телеканалам 25–27 января поставить в сетку вещания ролики о блокадном Ленинграде и репортажи с мероприятий Всероссийского урока памяти «Блокадный хлеб».

В партнерстве со всеми организациями обеспечить согласованное распространение информации в социальных сетях по следующему алгоритму:

- информация о предстоящем мероприятии рассылается всем пресс-службам и медиаменеджерам всех партнерских организаций;
- информация размещается на официальном ресурсе организации в социальных сетях и оттуда распространяется участниками сообщества, включая не только перепосты, но и комментарии, перекрестное цитирование;
- обязательно использование хештегов акции памяти «Блокадный хлеб». Обращаем внимание, что релизы для СМИ и социальных сетей отличаются по подаче информации и требуют различных подходов при распространении.

Методические материалы по реализации проекта «Без срока давности»

1. Всероссийский проект «Без срока давности»

Цели:

- сохранение исторической памяти о трагедии мирного населения на оккупированной территории СССР в годы Великой Отечественной войны, о целенаправленном уничтожении его нацистами и их пособниками;
- научное, практическое и юридическое подтверждение фактов геноцида народов СССР в годы Великой Отечественной войны через выявление архивных документов, поисковые экспедиции;
- предание гласности фактов геноцида через представление на выставках документов и материалов, через издание сборника документов;
- формирование общественного консенсуса в негативном отношении к геноциду мирного населения СССР.

Задачи:

- организовать в государственных и муниципальных архивах регионов, оккупированных в годы Великой Отечественной войны, тематическое выявление и археографическое описание архивных документов, рассказывающих о преступлениях нацистов и их пособников в отношении мирного населения;
- организовать выставки архивных документов «Без срока давности» в 85 регионах;
- подготовить и издать серию сборников архивных документов «Без срока давности» на основании материалов региональных архивов (22 региональных тома);
- провести поисково-разведывательные экспедиции в местах массовых захоронений мирного населения — жертв нацистов в регионах Российской Федерации, в которых проходили бои или имела место временная оккупация;
- организовать системное информирование общества и подрастающего поколения о трагедии мирного населения в годы Великой Отечественной войны.

Проект инициирован и уже реализуется ООД «Поисковое движение России» в течение 2019 года.

По итогам представления проекта «Без срока давности» на заседании Российского организационного комитета «Победа» 12 декабря т.г. Правительством Российской Федерации от 04.02.2019 Пр-149 даны поручения:

- Росархиву с участием ФСБ РФ, МВД РФ, МО РФ о рассекречивании и включении в научный оборот достоверных сведений о преступлениях против человечности в годы Великой Отечественной войны;
- Генпрокуратуре РФ, СК РФ, МВД РФ, ФСБ РФ об установлении обстоятельств вновь выявленных преступлений против мирного населения в годы Великой Отечественной войны;
- МИД РФ о доведении до международной общественности достоверной информации о жертвах оккупантов и карателей.

Проект «Без срока давности» реализует системный и комплексный подход к изменению исторического прошлого, связанного с военными преступлениями нацистов и их пособников в период Великой Отечественной войны.

Проект «Без срока давности» реализуется по 3-м направлениям:

- поисковое — в 23 регионах Российской Федерации ведутся поисковые работы;
- архивно-исследовательское — работа в архивах и издание сборника «Без срока давности»;
- просветительское — выставки, лекции, конкурсы сочинений, создание фильмов, видеороликов и др.

Ключевые события

Плановые экспедиции – март 2020 года.

Старт выставок проекта в Москве — 22 июня 2020 года.

Старт региональных выставок по всей стране — 13 сентября 2020 года.

Международная научная конференция «Уроки Нюрнберга» и выставка по результатам архивных изысканий и работы поисковых отрядов — 20 ноября 2020 года.

Пресс-конференция по итогам проекта — декабрь 2020 года.

2. Алгоритм реализации проекта «Без срока давности»

28 февраля — подведение итогов Конкурса школьных сочинений «Без срока давности», организованного Министерством просвещения Российской Федерации.

В течение года работают поисковые отряды в 23 регионах России, промежуточные итоги подводятся 22 июня.

В течение года — работа студенческого «Архивного десанта» в 23 регионах России, промежуточные итоги подводятся 22 июня.

22 июня — старт выставочного проекта «Без срока давности» в Москве.

13 сентября (второе воскресенье сентября — Международный день памяти жертв фашизма) в один день во всех 85-ти субъектах Российской Федерации стартуют выставки архивных документов и материалов о военных преступлениях нацистов и их пособников «Без срока давности». Выставки перемещаются по территории регионов до конца ноября.

В течение года пройдут лекции-презентации проекта #безсрокадавности на форумах Росмолодежи, региональных и молодежных форумах.

Итоги работы будут представлены на Международной научной конференции «Уроки Нюрнберга» — ноябрь 2020 года.

Пресс-конференция по итогам проекта состоится в декабре 2020 года.

3. Задачи муниципальных дирекций

Для муниципальных дирекций проект реализует ООД «Поисковое движение России».

Организация выставок:

Выставка представляет собой набор информационных стендов, изготовленных в типографии по готовым макетам.

Выставка может быть расширена за счет отдельных предметов, найденных поисковыми отрядами в ходе экспедиций, которые могут быть переданы в экспозицию.

Выставки могут быть организованы одновременно в нескольких местах при наличии ресурса у региона или муниципалитета:

- в музеях;
- в библиотеках;
- в общественных и выставочных пространствах;
- на улицах городов в специально подготовленных и освещенных местах;
- в книжных магазинах (по договоренности);
- в организациях образования (вузы и СПУ), исключая школы;
- в общественных пространствах предприятий, работавших на нужды фронта в годы Великой Отечественной войны;
- на территориях воинских частей (по договоренности).

Для выставок необходимо сформировать график передвижения по региону.

4. Информационное сопровождение

Информационное сопровождение всех мероприятий проекта:

- информирование в региональных и местных СМИ о работе поисковых экспедиций;

- интервью с руководителями и участниками проекта «Без срока давности»;
- пресс-мероприятия при старте региональной выставки с материалами данной территории;
- обеспечение организованных групп посещения выставок.

Для муниципалитетов:

- информационная поддержка федеральных мероприятий проекта: поисковые экспедиции, выставки, подготовка к международной научной конференции «Уроки Нюрнберга», лекции на молодежных форумах в регионах;
- в региональные и муниципальные СМИ направляются:
- анонс предстоящих мероприятий;
- приглашение к освещению наиболее ярких мероприятий (с учетом эмоционального вовлечения и / или количественного охвата СМИ);
- пресс-релиз после каждого мероприятия.

В партнерстве со всеми организациями-участниками Года памяти и славы необходимо обеспечить согласованное распространение информации в социальных сетях по следующему алгоритму:

о информация о предстоящем мероприятии рассылается всем пресс-службам и медиаменеджерам всех партнерских организаций,

о информация размещается на официальном ресурсе организации в социальных сетях и оттуда распространяется участниками сообщества, включая не только перепост, но и комментарии, перекрестное цитирование.

Обращаем внимание, что релизы для СМИ и социальных сетей отличаются по подаче информации и требуют различных подходов при распространении.

Для идентификации публикаций в СМИ и соцсетях необходимо использовать хештег #безсрокадавности.

5. Планирование и отчетность по проекту

Не позднее 1 марта 2020 года муниципальная дирекция направляет в адрес региональной дирекции информацию по форме:

Муниципальное образование	Молодёжный форум Название Место проведения	Дата проведения Число участников Контакты организаторов	Выставка. Даты начиная с 13 сентября	Населённый пункт площадка

Методические рекомендации по реализации Всероссийской акции «Свеча памяти»

1. Об акции «Свеча памяти»

Цели:

- сохранение исторической памяти о Великой Победе нашего народа путем использования нового формата вовлечения молодежи и подрастающего поколения

в памятные мероприятия 22 июня — День памяти и скорби;

- укрепление чувства сопричастности граждан России к историческим событиям, сопереживания поколениям, на долю которых выпали испытания Великой Отечественной войны;

- обеспечение преемственности поколений россиян.

Задачи:

- продолжить традицию «Свечи памяти» 22 июня в День памяти и скорби в привычном для молодежи онлайн-пространстве с использованием мобильного приложения;
- расширить охват и географию совместного действия «Свеча памяти» через специальное мобильное приложение и сеть «Одноклассники»;
- сделать доступную карту акции, чтобы участники могли почувствовать общность со всеми, кто одновременно зажжет электронную свечу.

Сроки реализации:

Ключевые мероприятия 21–22 июня 2020 года (с учетом часовых поясов).

Описание акции «Свеча памяти»

«Свеча памяти» — это международная акция, участники которой с 2009 года ежегодно накануне Дня памяти и скорби 22 июня зажигают свечи в честь 27 миллионов погибших в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. и всех павших в боях за Родину.

Особенность проекта «Свеча памяти» в Год памяти и славы — он станет интерактивным и переместится в самую популярную социальную сеть России — «Одноклассники» (российская компания Mail.ru Group).

Участники акции могут присоединиться к ней через мобильное приложение или свой аккаунт в социальной сети «Одноклассники», активировать электронную свечу памяти и увидеть на карте, как в День памяти и скорби граждане России хранят историческую память о трагических событиях 22 июня 1941 года.

Социальная сеть «Одноклассники» доступна пользователям всего мира, что позволяет привлечь к участию в акции памяти павших героев максимальное количество участников и проинформировать максимальное количество людей об одном из самых значимых дней в истории нашей страны.

Планируемый охват: около 5 млн человек.

Акция позволит привлечь не только людей, которые имеют возможность выйти на улицы городов и зажечь настоящую свечу, но и жителей всей страны и соотечественников, проживающих в других странах, которые в режиме онлайн смогут наблюдать за проведением акции и ее масштабом в нашей стране через крупнейшую российскую социальную сеть.

Ключевые результаты проекта

Не менее 5 сюжетов «Свеча памяти» в региональных СМИ.

Не менее 5 оригинальных публикаций в федеральных СМИ и сети интернет.

2. Порядок подготовки и информационного сопровождения акции

Задачи муниципальных дирекций:

- Анонсировать акцию «Свеча памяти» в традиционном и новом формате в местных СМИ (начиная с 14 июня 2020 года);
- Разместить информацию на официальных ресурсах органов власти в сети интернет, аккаунтах в соцсети «Одноклассники»;
- Направить информацию партнерам в регионе для размещения баннеров акции на электронных ресурсах организаций и обеспечении участия сторонников этих организаций в акции;
- Разместить информацию на площадях социальной рекламы в поселениях региона.

Отчет о результатах проведенной акции направить не позднее 29 июня 2020 года в адрес региональной дирекции.

**Методические рекомендации
Всероссийский исторический проект
«Лица Победы»**

1. О проекте

Цели:

- привлечение молодого поколения к истории своей семьи и своей страны;
- увековечивание личных и семейных подвигов простых людей;
- создание эффекта укрепления семьи и семейных ценностей;
- бережное сохранение памяти о прошлых поколениях.

Задачи:

- создать крупнейший в мире банк данных фото и текстовых документов, отражающих роль каждого, кто внес свой вклад в Великую Победу;
- использовать все современные возможности для создания пространства исторической памяти;
- привлечь граждан страны к сбору личных архивов и семейных преданий для банка памяти обо всех, кто воевал, трудился в тылу, выжил в оккупации и немецких концлагерях.

Инициатор и оператор Всероссийского исторического проекта «Лица Победы» — Музей Победы на Поклонной горе.

Музей организует:

- создание программно-технологического комплекса по сбору и хранению информации, а также системы обработки материалов в Музее Победы;
- разработку системы приема и передачи информации, направляемой по проекту «Лица Победы»;
- создание экспозиционно-выставочного пространства в Музее Победы с постоянно действующей экспозицией и интерактивным доступом к материалам проекта «Лица Победы»;
- создание интернет-портала и мобильного приложения «Лица Победы»;
- соглашения о партнерстве и поддержке (ОАО «Почта России», ООД «Народный фронт «За Россию», муниципальные администрации и др.).

По предложению Музея Победы в музеях, библиотеках, отделениях Почты России и Многофункциональных центрах (МФЦ) организуются точки информирования граждан и приема информации.

Граждане регистрируются на портале и загружают в электронном виде фото, видео и тексты из семейных архивов или воспоминаний. Материалы проходят модерацию и после обработки попадают в общую базу данных.

Показатели проекта

Охват — около 3 млн человек в течение 2020 года по всей стране.

2. Задачи муниципальной дирекции в 2020 году

Муниципальные дирекции:

- информируют органы местного самоуправления о реализации проекта;
- обеспечивают административную поддержку по размещению точек информирования и приема документов (при наличии соответствующих решений) в МФЦ;
- оказывают поддержку при организации точек информирования о проекте в образовательных, досуговых, культурных и спортивных организациях;
- обеспечивают информационное сопровождение проекта: размещение релизов в СМИ и на официальных сайтах органов власти и партнерских

общественных организаций;

- обеспечивают на муниципальном уровне взаимодействие с партнерами проекта (ООД «Народный фронт «За Россию», ООД «Бессмертный полк России», ООД «Волонтеры России»).

3. Реализация проекта

План и график реализации проекта будут направлены дополнительно после подписания поручений по итогам заседания Российского организационного комитета «Победа».

По договоренности инициатора проекта Музея Победы с партнерами и соисполнителями муниципальные дирекции должны создать точки информирования и приема материалов в музеях, библиотеках, отделениях Почты России и др.

Методические материалы по реализации Всероссийского проекта «Памяти Героев»

1. Всероссийский проект «Памяти Героев»

Цель:

Почтить память героев, получивших награды за подвиги, совершенные в ходе Великой Отечественной войны, а также тружеников тыла через использование современных мультимедийных форматов.

Задачи:

- воспитание гражданственности и патриотизма у подрастающего поколения;
- сохранение живой памяти поколений;
- приобщение подрастающего поколения к реализации патриотических проектов;
- содействие формированию патриотического мировоззрения.

Описание проекта

Проект инициирован ООД «Народный фронт «За Россию».

Всероссийский проект «Памяти Героев» организуют муниципальные дирекции с привлечением местных исполкомов ОНФ.

Проект имеет 3 направления реализации:

- размещение ежемесячно в соответствии с датами рождения в образовательных учреждениях, молодежных и досуговых организациях, в торговых центрах плакатов с портретами и краткими биографиями героев, получивших звания «Герой Советского союза», «Герой социалистического труда», «Полный кавалер ордена Славы», на плакатах обязательно размещается QR-код;
- создание и размещение на YouTube-канале «Памяти Героев» видеороликов, в которых представители ВОД «Волонтеры Победы», лидеры молодежных объединений, учащиеся образовательных учреждений, представители НКО и трудовых коллективов рассказывают о героях;
- совмещение интернет-форматов и традиционной печатной формы происходит через QR-код, позволяющий пользователям мобильных телефонов увидеть видеоролики с рассказами о героях.

Стенды и плакаты проекта «Памяти героев» по договоренности размещаются:

- в образовательных учреждениях,
- в культурно-досуговых, спортивных и молодежных центрах;
- на площадках торговых организаций, работающих в регионе.

Базовые показатели проекта:

- информирование — не менее 10% от населения региона;
- охват по населенным пунктам — не менее 40% населения по городским поселениям и районам;

- количество публикаций — не менее 3-х телевизионных сюжетов, не менее 1 оригинального материала в каждом СМИ региона;
- охват в социальных сетях — не менее 10% пользователей.

2. Алгоритм реализации

Вся работа ведется в соответствии с документами в электронном виде, доступными по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

Желательно привлекать профессиональных видеомонтажера и дизайнера для соблюдения фирменного стиля проекта.

Всероссийский проект «Памяти Героев» подразумевает последовательную реализацию следующих этапов.

- Работа с архивными документами.

Используя возможности региональных, муниципальных государственных архивов, необходимо:

- сформировать реестр уроженцев муниципалитета, получивших звание «Герой Советского Союза», «Герой социалистического труда», «Полный кавалер ордена Славы», получивших это звание в ходе Великой Отечественной войны или позднее за совершенные во время нее подвиги. Кроме архивов допустимо использовать альтернативный источник информации, расположенный по электронному адресу <http://www.warheroes.ru>.

- Заполнение формы «Информация о героях».

Информацию о найденных героях необходимо внести в Excel-форму с названием «Информация о героях» в приложении 1 часть 1 пакета документов по ссылке:

<https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>, и отправить ее на адрес 75let.region@gmail.com

продублировать письмо в региональную дирекцию. Все поля формы обязательны к заполнению, за исключением столбца «Комментарии».

- Подготовка «Справки о герое».

По фамилиям реестра подготовить справку о каждом герое, которая включает в себя следующую информацию: личная фотография, ФИО, дата рождения, место рождения, краткая биография, информация о подвиге, совершенном в ходе Великой Отечественной войны. Пример справки о герое — в приложении 1 часть 1 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

- Производство видеоматериалов.

О каждом герое необходимо записать видеоролик, хронометраж которого не превышает 90 секунд. В кадре представители ВОД «Волонтеры Победы», лидеры молодежных объединений, учащиеся образовательных учреждений, представители НКО и трудовых коллективов рассказывают о герое на основе заранее подготовленной справки.

Производство роликов исходит из логики: один герой – один спикер – один ролик.

В начале и в конце ролика используются заранее подготовленные вступление и концовка, доступные в приложении 1 часть 2 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

Ролик необходимо монтировать. Информация для монтажера доступна в приложении 1 часть 4 / рис. 1 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>. Вступление и концовка в ролике обязательны.

- Размещение материала в сети интернет:

- готовый ролик необходимо разместить на YouTube-канале «Памяти Героев»;

- при загрузке обязательно заполнить поле «Название» по формату: «Сергей Иванов о подвиге Эдуарда Петрова»;

- логин и пароль от YouTube-канала вы найдете в приложении 1 часть 1. по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

При загрузке видео обязательно использование шаблона превью видео в приложении 1 часть 3 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

- Создание QR-кода.

Для создания QR-кода использовать сервис <http://qrcoder.ru/>, создать QR-код из ссылки на ваш ролик на YouTube. Процесс создания QR-кода проиллюстрирован в приложении 1 часть 4 / рис. 2 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

- Изготовление информационных стендов с фотографиями и биографиями героев.

Стенды готовятся по дням рождения героев в логике «один стенд — один месяц».

Рекомендации в приложении 1 часть 3 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

Стенд изготавливается на основе шаблона в приложении 1 часть 3.

Физический размер стенда — 250 см на 150 см. При необходимости количество фотографий можно увеличить.

- Изготовление и размещение плакатов с фотографиями и биографиями героев.

Плакаты с изображением героев необходимо распечатать на листе А3 и разместить на большом стенде. Образец стенда и плакатов представлен в приложении 1 часть 3 по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

На каждом плакате должен быть размещен QR-код, который при сканировании направит на видеоролик в сети интернет о герое. Образец и шаблон плаката вы найдете в

приложении 1 часть 3 данного методического материала по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>.

Изображения героев с краткой справкой и QR-кодом необходимо ежемесячно размещать в учебных заведениях, культурно-досуговых и молодежных центрах, музеях, посвященных ВОВ, и других социальных объектах региона. Каждый плакат уникален, повторное использование персоналии на другом плакате недопустимо.

- Мониторинг.

Ежемесячно проводить мониторинг соответствия текущего месяца и даты рождения героев.

3. Задачи муниципальных дирекций

Для проведения мероприятий каждая муниципальная дирекция Года памяти и славы:

- назначает ответственного за проведение акции и коммуникации с региональным исполкомом ОНФ, формирует рабочую группу;

- направляет информационные письма о реализации всероссийского проекта «Памяти Героев» в адрес муниципальных органов власти и местного самоуправления по образцам из приложения 1 часть 4 по ссылке <https://yadi.sk/d/xSJwf6deljtrHw>;

- направляет запросы в адрес торговых сетей, присутствующих в регионе о поддержке и размещении в торговых центрах информационных стендов проекта «Памяти Героев»;

- организует необходимую помощь ветеранам, проживающим в регионе, получившим звания «Герой Советского Союза», «Герой социалистического труда», «Полный кавалер ордена Славы», в том числе — информирует социальные службы, спонсоров и благотворителей; - организует и контролирует реализацию проекта с соблюдением фирменного стиля проекта;

- до 1 числа каждого месяца в адрес региональной дирекции (копия — в адрес исполкома ОНФ) направляет отчетную форму.

- ежемесячный отчет направляется в региональную дирекцию в общем порядке не позднее 5-го числа месяца, следующего за отчетным;

- оказывает содействие гражданам, изъявившим желание записать видеоролик о герое

своей семьи;

- организует освещение проекта в СМИ и сети интернет с использованием общих релизов и материалов;
- все публикуемые видеоматериалы на площадке видеохостинга YouTube должны соответствовать фирменному стилю проекта.

4. Проблематика прошлых лет и рекомендации по работе с рисками

Вопрос: в январе в области родилось 1000 Героев, имеющих звания «Герой Советского союза», «Герой социалистического труда», «Полный кавалер ордена Славы». Невозможно разместить 1000 плакатов на одном стенде.

Ответ: для того, чтобы рассказать обо всех 1000 Героях вашего региона, необходимо распределить между учебными заведениями Героев и распределить нагрузку. Например, одна школа размещает 20 плакатов с изображениями Героев.

Вопрос: фотография героя не подходит по формату/цвету.

Ответ: можно применить шаблоны и psd-редактор, позволяющие изменять любые фотографии и подгонять их под фирменный стиль проекта.

5. План реализации проекта в регионе

Общий план реализации проекта в муниципалитете направляется в региональную дирекцию.

6. Информационное сопровождение акции

В региональные сообщества в социальных сетях направляются ссылки на видеоролики, размещенные на официальном канале проекта «Памяти Героев», https://www.youtube.com/channel/UCN4hLJbjo3Gk3ut2RzwtwNJQ?view_as=subscriber.

7. Рабочие материалы проекта

- Приложение 1, часть 1 — общая сопроводительная информация;
- Приложение 1, часть 2 — брендинг видеороликов;
- Приложение 1, часть 3 — фирменный стиль проекта, шаблоны и примеры;
- Приложение 1, часть 4 — дополнительные материалы и образцы писем в адрес различных структур и инстанций.

Полный набор документов доступен по ссылке: <https://yadi.sk/d/xSJwfb6deljtrHw>.

Методические материалы по реализации Всероссийской акции «Сад памяти»

1. Всероссийская акция «Сад памяти»

Цели:

- укрепить единство россиян путем вовлечения в социально значимый проект по высаживанию деревьев в память о погибших в годы Великой Отечественной войны;
- консолидировать гражданскую активность населения, общественных, волонтерских и добровольческих организаций.

Задачи:

- формировать действенное патриотическое отношение подрастающего поколения россиян к сохранению исторической памяти и любви к Родине;
- вовлечь не менее 5 млн граждан России в совместную высадку деревьев в память о погибших в Великой Отечественной войне;
- высадить 27 миллионов саженцев по всей стране;
- содействовать проявлению общественного консенсуса в отношении подвига воинов и мирного населения в годы ВОВ;
- организовать не менее 10 000 точек высадки деревьев силами граждан, общественных и волонтерских организаций;

- связать патриотизм, историческую память и заботу об экологии (способствовать достижению целевых показателей нацпроекта «Экология», а также национального проекта «Жилье и городская среда»);
- укрепить имидж России как экологического лидера в глазах молодого поколения и зарубежной аудитории.

Описание акции, символизм и значение

- с 18 марта по 22 июня в 85 субъектах Российской Федерации будет высажено 27 млн саженцев в черте городов и за их пределами, в городских - 27 млн саженцев символизируют память о погибших в годы Великой Отечественной войны;
- каждое дерево — символ памяти и благодарности мирных поколений;
- совместные действия по высаживанию и уходу за посадками — символ единства россиян в любые времена.

2. Алгоритм реализации

Подготовительный период с 8 января по 20 февраля

Региональная дирекция:

- запрашивает и обобщает информацию об участии муниципалитетов в акции;
- запрашивает Рослесхоз о планируемом объеме посадок в 2020 году;
- договаривается о предоставлении (или закупке) саженцев плодовых и цветущих деревьев другими организациями;
- договаривается с муниципальными администрациями об использовании для акции саженцев и территорий, предусмотренных планами развития комфортной городской среды и национального проекта «Жилье и городская среда»;
- формирует полный перечень ресурсов акции, включая: волонтеров, организации и группы граждан,
- о потребности в инвентаре,
- о информационных ресурсы,
- о пропагандистские материалы и оформление;
- формирует общий план реализации акции в регионе;
- контролирует его исполнение;
- готовит сводный отчет о реализации акции для региональной дирекции Года памяти и славы.

До 15 февраля муниципальные дирекции должны:

- определить ответственного за коммуникации между участниками акции в процессе ее подготовки и проведения;
- сформировать перечень точек высадки деревьев по всем муниципальным образованиям региона с подтверждающими документами;
- оценить примерный объем посадок (в штуках саженцев);
- сформировать перечень общественных, волонтерских и добровольческих организаций, которые будут выполнять основные работы,
- направить предварительный план реализации акции в муниципалитете в адрес региональной дирекции:

Этап реализации

Саженцы для акции по предварительной договоренности предоставляют территориальные структуры Рослесхоза.

Муниципальная дирекция прорабатывает вопрос количества и ассортимента древесных пород из саженцев, предназначенных для ежегодного восполнения выбывающего лесного фонда.

При наличии ресурсов муниципальная дирекция может проработать вопрос предоставления или закупки саженцев плодовых и цветущих деревьев с питомниками, находящимися в муниципалитете.

Саженцы, предоставляемые иными организациями, должны быть адаптированы

к климатическим условиям региона, проверены органами фитосанитарного контроля, жизнеспособны.

Муниципальная дирекция прорабатывает логистику и способы доставки саженцев к месту высадок, оформление транспортных средств символикой акции и Года памяти и славы.

Региональная дирекция информирует партнерские организации:

- о графике проведения высадки деревьев в населенных пунктах (дата, количество саженцев, необходимое количество волонтеров);
- предоставляет материалы для визуального оформления акции (макеты для самостоятельного заказа атрибутики или саму атрибутику акции);
- порядок информационного сопровождения (контакты пресс-служб или ответственных за медийное сопровождение партнерских организаций — патриотических, волонтерских, общественно-политических и др.);
- текстовые материалы для использования в релизах, статьях и выступлениях (материалы, общие для всех регионов, — в приложении 1).

Необходимо координировать доставку саженцев от Рослесхоза для удаленных населенных пунктов.

Завершающий этап

В течение года необходимо обеспечить уход за посадками.

Для этого муниципальная дирекция контролирует:

- о закрепление ответственности муниципалитета;
- о привлечение волонтеров и граждан к уходу за саженцами;
- о закрепление патронажа школ, вузов, предприятий и общественных организаций за Садам памяти.

Выделение и оформление участков для посадки деревьев

Рекомендуется юридически подготовить точки высадки в каждом муниципальном образовании региона:

- выделить перспективные участки в муниципальном образовании и на границе с пригородной зоной;
- описать границы и координаты участка;
- закрепить за участком защитный статус «городского сада», «бульвара», «сквера» и др. в соответствии с муниципальными нормами, чтобы избежать правового статуса «резервных земель» с угрозой ликвидации посадок и использования участка для других целей.

При согласии муниципальных властей и жителей можно присвоить посадкам 2020 года официальное наименование «Сад памяти».

Преимущество при выборе точек высадки саженцев:

- знаковым местам военных и трудовых свершений народа в период Великой Отечественной войны (в честь воинов, партизан, тружеников тыла, воинских частей и предприятий, работавших на обеспечение Победы);
- городским и сельским территориям, нуждающимся в озеленении;
- участкам восполнения, выбывающего «зеленого фонда» близ населенных пунктов.

3. Работа с рисками

Вопрос: Основные свободные площади для озеленения городов обычно уже заняты и посадки ведутся в удаленных «лесных» территориях Рослесхоза.

Ответ:

- проработать с городскими властями выделение территорий внутри города, в том числе:

- о в новых микрорайонах;
- о на территориях бюджетных учреждений (при необходимости)

озеленения);

о по замене «выбывающих» зеленых насаждений, не отвечающих современным требованиям комфортной городской среды;

- включить акцию «Сад памяти» в план благоустройства населенных пунктов по национальному проекту «Жилье и городская среда»;

- включить в план акции предложения жителей по созданию новых зеленых зон.

Вопрос: Население негативно воспринимает выделение труднодоступных участков для символических акций.

Ответ:

- сформировать участки в городе для единичных посадок;

- массовые посадки в лесных массивах проводить силами волонтеров;

- организовать подвоз добровольцев на общественном или специальном транспорте.

Вопрос: Саженцы (сеянцы) Рослесхоза для массовых посадок — это растения 12–15 см. в высоту. Они не годятся для городского озеленения и требуют специального ухода

в городских условиях.

Ответ:

- для города согласовать высадку более взрослых саженцев из питомников Рослесхоза и других питомников;

- закрепить за Садам памяти шефов или кураторов из числа участников акции для ухода

за посадками как минимум в течение года.

4. Планы и отчеты

Планы и отчеты направляются в адрес региональной дирекции ежемесячно в соответствии с формой:

№п /п	Населённый пункт	Адрес участка для нанесения на карту	Количество саженцев	Количество волонтеров/партиёрские организации	Визуальное и муз. оформление акции	Статус участия	Публикация в СМИ

5. Информационное сопровождение

Единство акции по всей стране обеспечивают:

- общее действие;

- единый стиль;

- общие тезисы.

Схема работы по информационному сопровождению:

- анонсирование акции за 1–2 недели до даты проведения в СМИ, социальных сетях, на официальных ресурсах местных органов власти и партнерских организаций;

- размещение информации на городских порталах и в местных пабликах с общим баннером акции, точным указанием места, времени, контактного лица

и при необходимости — информации об использовании собственных орудий труда;

- размещение информации в школьных родительских пабликах и мессенджерах;

- использование оперативного оповещения участников через временные чаты/группы в мобильных приложениях;

- создание страниц Акции как мероприятия в соцсетях, анонсирование сбора фотографий от участников мероприятий;

- привлечение СМИ, блогеров и пресс-служб партнерских организаций.

Особое внимание — распространению информации о проводимой акции в социальных сетях через участников и подписчиков городских групп, партнерских организаций.

Публикации о Всероссийской акции «Сад памяти» маркируются хештегом #садпамяти, в том числе - при публикации фотографий и селфи с акций.

Патриотические и ветеранские организации, общественные организации ОНФ, Волонтеры Победы и другие волонтерские объединения имеют большое количество подписчиков в совокупности. Необходимо привлечь к участию в акции семьи с детьми и активных граждан.

Для этого необходимо:

- своевременно и правильно анонсировать предстоящее мероприятие в местах массового скопления граждан;
- организовать обсуждение с жителями места и статус Сада памяти;

Методические рекомендации по проекту «Великое кино великой страны»

1. Описание проекта

Цели

- привлечь внимание широкого круга граждан к трагической дате начала Великой Отечественной войны 22 июня;
- напомнить зрителям о цене Победы 1945 года, которую заплатили советские люди в годы Великой Отечественной войны;
- укрепить антивоенные настроения через эмоциональное присоединение к героям фильма «Судьба Человека» (режиссер С.Бондарчук по одноименному рассказу М.Шолохова — фильм снят бывшими фронтовиками, с особым чувством ценности мирной человеческой жизни);
- продемонстрировать на экране связь поколений в документальном фильме, в котором звучат стихи поэтов, не вернувшихся с войны.

Задачи

- показать 22 июня 2020 года по всей стране художественный фильм «Судьба человека» и документальную ленту, в которой известные и молодые актеры читают стихи поэтов, погибших на фронтах Великой Отечественной войны;
- вовлечь россиян и граждан стран СНГ в единое действие — просмотр фильма на открытых площадках;
- содействовать формированию у подрастающего поколения патриотического мировоззрения, приоритета ценностей мирной жизни;
- популяризировать наследие великого отечественного кинематографа;
- укреплять добрососедские отношения с гражданами стран СНГ, через общее прошлое, общие и непреходящие человеческие ценности;
- реализовать идею массовых показов ретроспективного отечественного кино, в противовес глобализации и рыночному характеру кинопроката.

Акция «Великое кино великой страны» приурочена к Дню памяти и скорби 22 июня.

Зрителям бесплатно показывается художественный фильм «Судьба человека».

Художественные фильмы, снятые фронтовиками о пережитом, сегодня имеют значение свидетельства очевидцев. Особое отношение к войне и ценности человеческой жизни авторов вызывает отклик в сердцах зрителей.

Акция предполагает ежегодный показ одного фильма, снятого участниками и свидетелями

событий Великой Отечественной войны. Каждый фильм в противовес героическим

батальным картинам рассказывает о настоящей цене, которую заплатил советский народ за Победу в 1945 году.

Фильм демонстрируется на различных площадках от кинотеатров до городских публичных пространств.

Охват по России:

- 1500 городов;
- 2000 экранов.

Охват по СНГ:

- 1000 экранов.

Общий охват зрительской аудитории — около 2 000 000 человек.

Автор и художественный руководитель акции Сергей Жигунов.

2. Алгоритм реализации

Муниципальная дирекция проекта «Великое кино великой страны»:

- ведет переговоры с кинопрокатными компаниями и определяет точки бесплатного показа фильма 22 июня в сетевых кинотеатрах;
- заключает договоры на показы;
- обеспечивает передачу контента;
- создание макетов афиш и другой рекламной продукции;
- изготовление рекламных роликов для анонсирования акции в кинотеатрах и на ТВ.

График реализации проекта

Даты Мероприятия

- Январь- май 2019 Анонсирование бесплатных кинопоказов в регионах РФ
Подготовка акции, бронирование площадок, продвижение акции, доставка контента в регионы
- 22 мая Закрытие заявок на показ (дирекция проекта)
- 1 июня Старт рекламной кампании акции «Великое кино великой страны»
- 22 июня Показы фильма
- Проведение специальных мероприятий, открывающих акцию.

Муниципальные дирекции:

- информируют муниципальные власти о проводимой акции 22 июня;
- собирают заявки на показ по предлагаемой форме до 20 мая; и направляют их в адрес региональной дирекции.
- обеспечивают информационное сопровождение проекта;
- обеспечивают с 1 июня 2020 года рекламную кампанию акции;
- формируют сводный отчет по результатам акции и направляют его в региональную дирекцию не позднее 30 июня 2020 года.

(пример заполнения)

№ п/п	Населённый пункт	Описание площадки	Имеющиеся оборудование	Ожидаемое количество зрителей	Количество зрителей

Особое внимание необходимо обратить на организацию открытых показов в муниципалитетах, имеющих такие возможности.

Для этого органы местного самоуправления и муниципальные администрации проводят переговоры с собственниками «открытых кинотеатров» и соответствующего демонстрационного оборудования.

3. Риски при реализации проекта

Проблема: Поздняя подача заявки.

Как избежать: своевременно информировать организации и муниципалитеты о возможности бесплатного показа фильма «Судьба человека». Формировать заявки на участие в проекте от муниципалитетов и организаций, начиная с января 2020 года.

Проблема: Показ под открытым небом невозможно провести по погодным условиям.

Как избежать: учитывать климатические условия региона при выборе площадок для показа и следить за прогнозом погоды.

Проблема: Малое количество зрителей.

Как избежать: муниципальные власти, владелец или управляющий заявленной площадкой при поддержке региональной дирекции Года памяти и славы должны проинформировать граждан региона о предстоящем 22 июня бесплатном показе фильма

«Судьба человека» по всем доступным каналам:

- реклама на региональном и городском радио и телевидении (готовые ролики);
- реклама в местах наибольшей плотности человеческого потока (транспортные узлы, общественный транспорт, остановки общественного транспорта и др.);
- социальные сети и группы — размещение баннеров акции через официальные аккаунты органов власти, анонсирование места и времени проведения акции через лояльных блогеров;
- информирование жителей близ места показа через:
 - о управляющие компании МКД;
 - о торговые точки (размещение афиш) и отделения Почты России;
 - о образовательные организации и учреждения дополнительного образования;
 - о организации здравоохранения и соцзащиты и др.

4. Информационное обеспечение

Рекламные ролики, макеты для изготовления афиш и листовок предоставляет дирекция проекта.

Муниципальные дирекции обеспечивают:

- административную поддержку при распространении информационных материалов и анонсов проекта в СМИ и на официальных порталах органов власти и ОМСУ;
- работу волонтеров в период подготовки и непосредственно 22 июня в день показа;
- информирование всех партнерских организаций, патриотических, волонтерских и других объединений граждан в том числе — через Общественные палаты региона, региональные отделения ОНФ, системы здравоохранения, образования и социального обеспечения;
- информирование работников крупных предприятий.

Особое внимание необходимо обратить на семейное посещение. Для этого информировать

родительские объединения (муниципальные «родительское собрание», родительские комитеты школ) и разместить афиши фильма близ школ, спортивных организаций, учреждений дополнительного образования, книжных магазинов, домов творчества и культуры.

Методические материалы по реализации Арт-проекта «РиоРита — радость Победы»

1. Об арт-проекте «РиоРита — радость Победы»

Цель:

Объединение людей разных поколений, возрастов, профессий, убеждений и политических взглядов единой эмоцией — искренней радостью граждан страны-победителя.

Основой арт-проекта «РиоРита — радость Победы» является тщательное воссоздание обстановки и атмосферы победного дня 9 мая 1945 г. Радость народа-победителя в городских парках стихийно выплескивалась в танцы и песни.

Арт-проект «РиоРита - радость Победы» — это первая в России сетевая культурная реконструкция городской атмосферы Победного мая 1945 года. Сетевой формат и масштаб культурно-социального проекта предполагает тщательную стандартизацию, поэтому арт-проект имеет зарегистрированный логотип, слоган, технологию организации и серьезные требования к реализации.

Главное в проекте — принципиальное отсутствие официальности, атмосфера радости и праздника.

Партнером арт-проекта выступает Министерство обороны Российской Федерации.

Ключевое событие

Танцы в городских и сельских парках 9 мая с 18 до 21 часа под музыку 40-х годов в исполнении духового оркестра. Участие реконструкторов и оформление площадки

создают атмосферу победного мая 1945 года.

Проект имеет зарегистрированный товарный знак и серьезные требования по реализации.

Принимающей стороне необходимо оценить собственные ресурсы для подготовки проекта в соответствии с условиями и требованиями сетевого проекта:

- Наличие команды, состоящей из Менеджера проекта (организатора), PR-специалиста, Специалиста по техническому обеспечению, координатора по работе с волонтерскими объединениями, координатора по работе с социальными танцорами и реконструкторами военного и гражданского костюма ВОВ. Команда может быть: общественно-патриотическим объединением, клубом реконструкторов, культурно-досуговым отделом парка культуры и отдыха, молодежным театром, центром молодежных проектов, студенческим волонтерским объединением, АНО, НКО соответствующего профиля, ДК и пр.;

- Наличие муниципального куратора (представитель профильного комитета (департамента).

Администрации муниципальных образований) для получения необходимых согласований и разрешений на проведение мероприятия, контроля за соблюдением муниципальных правил проведения массовых мероприятий, организации взаимодействия между ведомствами в процессе подготовки и реализации арт-проекта;

- Наличие места, пригодного для реализации культурной реконструкции (приоритетны городские парки культуры и отдыха, сохранившие элементы архитектуры и/или планировки 40-60х годов 20 века с большой танцевальной площадкой и крытой сценой для оркестра и звукового оборудования. В случае отсутствия такого, можно рассматривать открытые пространства (площади) перед театром, филармонией, привокзальные площади, набережные - исторические места сбора горожан в центре города;

- Наличие в городе военного духового оркестра (в исключительных случаях военный

оркестр может быть заменен на профессиональный гражданский оркестр). Оркестр должен иметь в репертуаре танцевальные мелодии 30-40-х годов. Репертуарный план, вплоть до партитур представляется организатором;

- Обязательно наличие реконструкторов военного и гражданского костюма времен ВОВ (организованные клубы и неформальные объединения, военно-исторические и патриотические объединения);
- Развитая сеть клубов социальных танцоров, клубы танго;
- К участию приглашаются «танцующие» курсанты военных, военно-морских училищ и академий, студенты театральных училищ, институтов культуры и пр.;
- Ремесленные мастерские и клубы ручного труда, коворкинги и крафт-объединения для подготовки аутентичного оборудования и для организации на территории проекта творческих активностей с детьми и подростками (задание на оборудование фотозон, торговое оборудование, организацию "дворовых" аутентичных мастерских и пр. предоставляется организатором);
- Дружественные организации общественного питания, имеющие необходимые разрешения на организацию аутентичной торговли (задание на торговлю предоставляется организатором);
- Ресурсы для изготовления сувенирной, печатной продукции продвижения и сопровождения мероприятия (оригинал макеты и задания представляются

2. Алгоритм реализации

Проект имеет зарегистрированный товарный знак и серьезные требования по реализации.

Принимающей стороне необходимо оценить собственные ресурсы для подготовки проекта в соответствии с условиями и требованиями сетевого проекта:

- Наличие команды, состоящей из Менеджера проекта (организатора), PR-специалиста, Специалиста по техническому обеспечению, координатора по работе с волонтерскими объединениями, координатора по работе с социальными танцорами и реконструкторами военного и гражданского костюма ВОВ. Команда может быть: общественно-патриотическим объединением, клубом реконструкторов, культурно-досуговым отделом парка культуры и отдыха, молодежным театром, центром молодежных проектов, студенческим волонтерским объединением, АНО, НКО соответствующего профиля, ДК и пр.;
- Наличие куратора (представитель профильного комитета (департамента) Администрации города (региона) для получения необходимых согласований и разрешений на проведение мероприятия, контроля за соблюдением региональных правил проведения массовых мероприятий, организации взаимодействия между ведомствами в процессе подготовки и реализации арт-проекта;
- Наличие места, пригодного для реализации культурной реконструкции (приоритетны городские парки культуры и отдыха, сохранившие элементы архитектуры и/или планировки 40-60х годов 20 века с большой танцевальной площадкой и крытой сценой для оркестра и звукового оборудования. В случае отсутствия такого, можно рассматривать открытые пространства (площади) перед театром, филармонией, привокзальные площади, набережные - исторические места сбора горожан в центре города;
- Наличие в городе военного духового оркестра (в исключительных случаях военный оркестр может быть заменен на профессиональный гражданский оркестр). Оркестр должен иметь в репертуаре танцевальные мелодии 30-40-х годов. Репертуарный план, вплоть до партитур представляется организатором;
- Обязательно наличие реконструкторов военного и гражданского костюма времен ВОВ (организованные клубы и неформальные объединения, военно-исторические и

патриотические объединения);

- Развитая сеть клубов социальных танцоров, клубы танго;
- К участию приглашаются «танцующие» курсанты военных, военно-морских училищ и академий, студенты театральных училищ, институтов культуры и пр.;
- Ремесленные мастерские и клубы ручного труда, коворкинги и крафт-объединения для подготовки аутентичного оборудования и для организации на территории проекта творческих активностей с детьми и подростками (задание на оборудование фотозон, торговое оборудование, организацию "дворовых" аутентичных мастерских и пр. предоставляется организатором);
- Дружественные организации общественного питания, имеющие необходимые разрешения на организацию аутентичной торговли (задание на торговлю предоставляется организатором);
- Ресурсы для изготовления сувенирной, печатной продукции продвижения и сопровождения мероприятия (оригинал макеты и задания представляются и задания представляются организатором), транспортного и организационного обеспечения работы оркестра, команды, формирования фото и видеоконтента.

Порядок подготовки и реализации арт-проекта «РиоРита – радость Победы»

Муниципальная дирекция в случае, если администрации региона и города приняли взвешенное решение о реализации проекта:

- информирует региональную дирекцию о принятом решении;
- связывается напрямую с организатором, легализует взаимоотношения муниципальной команды проекта с организатором;
- получает всю организационную документацию: дорожные карты подготовки и реализации, технические задания на оборудование, аудио и видео контент, сценарий и план продвижения;
- согласовывает дальнейшее движение по арт-проекту «РиоРита – радость Победы» с организатором проекта.

Муниципальная дирекция:

- оказывает информационную поддержку команде проекта;
- обеспечивает размещение информации о работе площадки арт-проекта в СМИ и сети Интернет;
- обеспечивает отчеты о ходе подготовки и результатам арт-проекта для региональной дирекции.

№ п/п	Контактное лицо регионального проекта	Площадка	Оркестр партнёры	Планируемое количество участников	Город

Если администрация муниципального образования приняли решение не участвовать в реализации именно этого проекта, об этом необходимо уведомить региональную дирекцию.

3. Алгоритм организации танцевальных площадок для городов и поселений, в которых не проводился арт-проект «РиоРита — радость Победы».

Муниципальная дирекция рекомендует общественным организациям, учреждениям культуры и образования создавать особую эмоциональную атмосферу в парках и общественных пространствах.

Площадок может быть несколько, как открытых, так и в помещениях (дома культуры и творчества, спортивные комплексы и др.).

Главные требования:

- наличие звуковоспроизводящей аппаратуры;
- праздничная музыка и песни 40-х годов в исполнении музыкантов (живой звук) или

записи исполнителей тех лет;

- отсутствие официальных речей, выступлений и пр.;
- площадка должна быть удобна для танца и должна иметь достаточно места для зрителей и гуляющих;
- обеспечение безопасности.

Для выступления на площадках традиционно привлекаются профессиональные и самодеятельные артисты.

Для того чтобы вовлечь максимальное число людей в танец, можно пригласить:

- самодеятельных и профессиональных танцоров;
- любые клубы танца;
- старших курсантов кадетских, суворовских и казацких училищ (в форме и с обязательным сопровождением педагогов или родителей);
- курсантов военных, военно-морских, летных и др. училищ и академий (в форме).

Примерная форма отчета по проекту

Дата	Мероприятия	Ответственные	Количество участников	Публикация в СМИ
------	-------------	---------------	-----------------------	------------------

4. Информационное сопровождение

- Событие анонсируется одновременно со всеми событиями 9 мая;
- если танцевальные площадки в формате «РиоРита — Радость Победы» продолжают работать в течение некоторого периода или всего лета, информационное сопровождение остается на усмотрение администраций парков и муниципалитетов;
- фото и видео акции 9-го мая рекомендовать к публикации с хештегом #радостьпобеды, #риорита.

Проектная роль	Наименование должности	Ф.И.О.	Функционал
Руководитель муниципального проектного офиса (муниципальной дирекции)	Ответственное лицо от администрации МО		<ol style="list-style-type: none"> 1. Общая координация подготовки и проведения мероприятий, организация работы проектного офиса в МО; 2. Контроль за соблюдением сроков на всех этапах подготовки и реализации; 3. Оперативное принятие организационных решений; 4. Сбор отчетности
Лицо замещающее руководителя муниципального проектного офиса (муниципальной дирекции)	Ответственное лицо от администрации МО		<ol style="list-style-type: none"> 1. Лицо, замещающее руководителя проектного офиса.
Администратор проекта	Ответственное лицо от администрации МО		<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск необходимых подрядчиков и поставщиков на мероприятия, ведение документооборота; 2. Ведение отчетности по мероприятию; 3. Решение проблемных вопросов с подрядчиками и поставщиками;
Координатор волонтеров	Ответственное лицо от администрации МО		<ol style="list-style-type: none"> 1. Просчет волонтеров на функциональные зоны; 2. Поиск и набор волонтеров; 3. Обучение волонтеров до мероприятия; 4. Сбор, инструктаж и контроль работы волонтеров на мероприятии.
Организатор мероприятий	Ответственное лицо от администрации МО		<ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование мест проведения мероприятий; 2. Взаимодействие с подрядчиками и контроль их работы; 3. Оформление мероприятий.

		4. Взаимодействие и организация полевой работы
<p>Ответственный за работу с медиа (СМИ, соцсети)</p>	<p>Ответственное лицо от администрации МО</p>	<p>1. Организация комплексного информационного сопровождения и продвижения мероприятий в муниципальных СМИ, социальных медиа (далее – СМК);</p> <p>2. Координация работы СМИ в МО;</p> <p>3. Подготовка медиапланов, ТЗ для СМК согласно методическим материалам;</p> <p>4. Организация подготовки авторских материалов для СМК (пресс-релизы, базовые материалы);</p> <p>5. Взаимодействие с ЛОМами и блогерами;</p> <p>6. Проведение промомероприятий в СМК для максимального вовлечения жителей в акции и мероприятия; анонсирование мероприятий;</p> <p>7. Организация фотосъемок;</p> <p>8. Организация видеосъемок;</p> <p>9. Ведение фото-, видеоархива в МО;</p> <p>10. Разработка собственных информационных, PR-поводов, подбор героев и тем;</p> <p>11. Подготовка речевых модулей (приветственные слова, речевые модули для волонтеров и пр.);</p> <p>12. Мониторинг информационного поля МО на предмет рисков и</p>

			угроз, негативных тем; 13. Подготовка отчетности в установленные сроки;
--	--	--	--

**Проектный офис Штаба Региональной дирекции по проведению мероприятий,
посвященных празднованию 75-й годовщины Победы в Великой Отечественной
войне 1941 - 1945 годов, Года памяти и славы**

Должность в региональном проектном офисе	ФИО	Должность по основному месту работы	Контактная информация (телефон, почта)
Куратор регионального проектного офиса	Репин Константин Сергеевич	Первый заместитель директора Департамента общественных и внешних связей Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.	89224461557 RepinKS@admhmao.ru
Лицо, замещающее куратора регионального проектного офиса в момент его отсутствия	Деменко Александр Евгеньевич	Заместитель директора Департамента - начальник Управления по обеспечению поддержки гражданских инициатив Департамента общественных и внешних связей Ханты-Мансийского автономного округа – Югры	89527218698 DemenkoAE@admhmao.ru
Руководитель регионального проектного офиса	Самохвалов Яков Андреевич	Генеральный директор Фонда «Центр гражданских и социальных инициатив Югры»	89505041372 samohvalov@ugranko.ru
Администратор регионального проектного офиса, замещающий руководителя регионального проектного офиса в момент его отсутствия	Андреев Виталий Степанович	Заместитель генерального директора Фонда «Центр гражданских и социальных инициатив Югры»	89199409212 andreev@ugranko.ru

Организационный блок – ответственный за полевую работу.			
Лицо, замещающее Администратор регионального проектного офиса в момент его отсутствия Организационный блок – ответственный за полевую работу.	Власов Александр Гариевич	Главный специалист отдела реализации социально значимых мероприятий и сопровождения общественных проектов Фонда «Центр гражданских и социальных инициатив Югры»	89822162100 vlasov@ugranko.ru
Медийный блок – ответственный за работу со СМИ;	Липатова Галина Витальевна	Заместитель директора - начальник Управления по обеспечению открытости органов власти Департамента общественных и внешних связей Ханты-Мансийского автономного округа – Югры	89120870266 LipatovaGV@admhmao.ru
Ответственное лицо за взаимодействие с муниципальными образованиями	Бронникова Наталья Владимировна	Ведущий специалист отдела реализации социально значимых мероприятий и сопровождения общественных проектов Фонда «Центр гражданских и социальных инициатив Югры»	89324786804 bronnikova@ugranko.ru
Ответственное лицо от региональной общественной палаты	Максимова Ирина Ивановна	Председатель Общественной палаты Югры	89227757073 op@admhmao.ru
Ответственное лицо от	Меркушев	Сопредседатель	89224799313

регионального штаба ОНФ в Югре	Владимир Иванович	регионального штаба ОНФ в Ханты- Мансийском автономном округе – Югре	merkushev@idnu.ru
Лицо, замещающее ответственное лицо от регионального штаба ОНФ в Югре	Потехина Елена Васильевна	Координатор по экспертно- проектной работе РИК ОНФ в Югре	89028283748 L_potehina@mail.ru
Ответственное лицо за организацию работы волонтерского движения «Волонтеры победы»	Шенгелая Эка Котеевна	Руководитель регионального штаба ВОД «Волонтеры Победы» в ХМАО-Югре	89526995552 hmao_zapobedu@mail.ru