

**Методические рекомендации по информационному освещению
проведения Дня единых действий, в память о геноциде советского
народа во время Великой Отечественной войне**

(19 апреля)

Подготовительный этап:

1. Определение целевых аудиторий, каналов и меседжей донесения информации

- молодежь в возрасте 12 до 35 лет (группы в телеграм, вконтакте, школьные и тд чаты)
- педагогическое сообщество (школы, ссузы, вузы) (интернет-порталы, традиционные СМИ, школьные группы, специализированные СМИ и тд)
- родители (интернет-порталы, традиционные СМИ, школьные группы и тд)
- люди старшего поколения (ТВ и печатные СМИ)
- представители гражданского общества
- госструктуры и т.д.

Определить целевые аудитории вашей информационной кампании и меседжи, которые вы хотите им донести. В соответствии с целевыми аудиториями определить каналы и спикеров кампании.

2. Формирование пула информационных партнеров.

- региональные и муниципальные пресс-службы, пресс-службы представительных органов власти
- пресс-служба регионального минобра
- пресс-служба регионального органа власти, отвечающего за молодежь
- крупные региональные СМИ (ТВ, радио, печатка, интернет-сайты)
- ЦУР (система госпабликов, сеть партнерских пабликов, собственные неформальные паблики)
- крупные паблики ВКонтакте, Телеграм, имеющие новостную повестку или повестку афиши.
- специализированные паблики Вконтакте, ТГ (Волонтеры Победы, поисковики, патриотические паблики, волонтерские организации СВО и тд)

3. Формирование пула ключевых спикеров кампании

- представители власти (Губернатор, Министр образования, Министр молодежи)
- участники СВО, яркие представители волонтерского движения в этом направлении
- представители партий, депутаты (имеющие позитивный бэкграунд, которым близка эта тема)
- представители преподавательского сообщества (высшая школа, учителя)
- представители гражданского общества, кому близка данная тематика – поисковики, руководители школьных музеев, волонтеры Победы и тп.
- инфлюенсеры, чья тематика перекликается с вашей

Проработать с представителями пресс-служб или самими спикерами месседжи их комментариев и договориться о формате взаимодействия (участие в самом мероприятии, запись комментариев представителями СМИ, публикация цитаты, размещение поста и тд)

ВАЖНО! Проработать со всеми инфопартнёрами и участниками обязательное использование обоих хештегов во всех материалах!

4. Оживление и создание собственных каналов агрегации и продвижения информации о теме «День единых действий».

В параллель к имеющейся группе Вконтакте созданной (я надеюсь), в прошлом году, создать телеграмм-канал с подобным же названием. «Без срока давности. Регион». Первый пост в этом ТГ-канале может быть анонсом предстоящих событий, который вы и направите вашим информпартнерам, в том числе для продвижения вашего ТГ). Здесь размещается информация федерального штаба, а также информацию с региональным компонентом. Анонсирующие материалы, материалы в день проведения акции, итоговые материалы, рерайт с сайта безсрокадавности.рф, партнерские рерайты. С 01 апреля по 30 апреля не менее 1 поста в 2 дня, а за 3 дня до 19.04 и 3 дня после по 2 поста в день.

Попросить информационных партнеров из региональных пресс-служб сделать анонс ваших площадок по своей базе рассылок, Минобр и минмолодежи дать рекомендации подписаться на них лояльные группы сообществ, особенно тех, для кого данная информация может быть полезной – классных руководителей, учителей истории, представителей гражданского

общества патриотической или воспитательной направленности. Договоритесь с администраторами соответствующих тематических групп о взаимных репостах.

5. Определение ключевых информационных событий кампании и формирование медиа-плана. (ниже)

А) Анонсирующий этап

- Общий анонс организаторов акции, который станет точкой старта всей информационной кампании на федеральном уровне (размещение с 03.04.23);
- региональный анонс с региональными акцентами о проведении акции, бэкграундом федерального анонса и отсылкой к прошлогодней акции. В анонсе необходимы комментарии учителей истории, преподавателей вузов и ссузов, местных историков-краеведов о важности подобного погружения, комментарии участников прошлогодней акции. Важно продемонстрировать вовлечённость региональных элит (комментарии региональных министров, депутатов и др.), а также последовательность проведения подобных мероприятий.

В СМИ и площадки партнеров анонс по возможности отдается со ссылкой на собственные группы Вконтакте и ТГ-канал для популяризации их.

Региональный анонс размещается с 07.04.23 в группе ВКонтакте и ТГ-каналах (см. п. 1), на портале региональных и муниципальных органов власти (по договорённости с пресс-службой региона), перепост в региональные и муниципальные группы, модерлируемые правительством региона или региональными ЦУР. Также размещение необходимо на сайтах и в группах социальных сетей образовательных организаций, родительских чатах и проч., а также на информационных ресурсах информационных партнёров (см. п. 2).

В рамках этого же этапа можно инициировать посты-воспоминания участников прошлогодней акции. Посты-ожидания от акции этого года

Б) Освещение ключевых мероприятий

- Определение 1 точки подсветки для федеральных и основных региональных СМИ исходя из возможности позиционирования яркого акцента: хорошие спикеры (значимые краеведы или педагоги, погружённые в тему), образовательные организации, где День единых действий пройдет наиболее массово, особенности проведения, личные истории, связанные с геноцидом, наличие в образовательной организации специализированных музеев, поисковых отрядов, ребят, увлечённых темой, многонациональный состав учреждения и т.п.) до 07.04.23

- работа со СМИ в день проведения мероприятия 19.04.23, в т.ч. распределение СМИ по точкам подсветки (для региональных СМИ их может быть больше), желательно охватить весь спектр площадок по разным форматам (вуз, сельская школа и т.п.).

- организовать оперативное размещение информации 19.04.23 о ходе мероприятия на площадках участников (школьные и студенческие СМИ, группы в социальных сетях и т.п. с комментариями участников). Соберите команду информационных волонтеров, это могут быть ребята из дружественного вуза соответствующей специальности. Обратите внимание на поиск особенностей проведения мероприятия. В течение дня отслеживать информационные сообщения на предмет интересных материалов, которые могли бы заинтересовать региональные СМИ или собкоры федеральных СМИ и оперативно направлять им эту информацию, а также отслеживать на предмет размещения некорректной, недостоверной информации в подаче материалов для оперативной корректировки.

В) Пост-обработка

- подготовка заключительного сообщения с итоговыми цифрами и фактурой, комментариями значимых спикеров и участников проекта.

- репосты в региональной группе Дня единых действий в ВКонтате и ТГ сообщений региональных и федеральных СМИ, наиболее ярких сообщений участников, сообщений из соцсетей образовательных организаций, ЛОМов и инфлюенсеров.

Подготовка аналитического материала и закрепление взаимодействия со СМИ