**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**
по итогам Форума
«Города трудовой доблести. Победа ковалась в тылу!»

2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Введение** | 3 |
| I | **Сохранение исторической памяти о трудовом подвиге: проекты, организационные ресурсы и просветительские технологии** | 5 |
| II | **«Города трудовой доблести» в СМИ и социальных сетях: целевые группы, продвижение** |  |
| III | **Опыт и перспективы работы общественных и общественно-патриотических организаций** |  |
| IV | **Промышленные комплексы России – опыт сохранения истории. Индустриальный туризм и просветительская работа.** |  |
|  | **Ресурсы для реализации проектов (организационные, финансовые, информационные)** |  |
|  | **Заключение** |  |

**ВВЕДЕНИЕ**

1 марта 2020 г. был принят Федеральный закон № 41-ФЗ
«О почетном звании Российской Федерации «Город трудовой доблести». По итогам 42, 43 и 44 заседаний Российского организационного комитета «Победа» почетное звание Российской Федерации было присвоено
44 городам.

В целях обеспечения эффективной коммуникации между городами и федеральными экспертами с целью обмена практиками и их распространения в системе патриотического воспитания с 14 октября по 16 октября 2021 г. в г. Нижний Новгород, состоялся форум городов трудовой доблести «Города трудовой доблести. Победа ковалась в тылу» (далее - Форум).

Участниками Форума стали более 150 человек представители городов-обладателей почетного звания «Город трудовой доблести»,
а также крупнейших предприятий страны, награжденные за доблестный труд в годы Великой Отечественной войны орденами и Красными Знаменами Государственного комитета обороны. На Форуме состоялся конструктивный диалог между молодыми представителями трудовых династий, специалистами системы образования и патриотического воспитания, средств массовой информации, а также руководителями Министерства торговли и промышленности Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации, Министерства науки
и высшего образования Российской Федерации, региональных
и муниципальных органов власти.

Участники форума обсудили возможности и потенциальные ресурсы тренда трудовой доблести, как в годы Великой Отечественной войны,
так и в современной истории отечественной промышленности
для формирования активной гражданской позиции; обменялись опытом использования трудовых традиций в системе подготовке молодых профессионалов и просветительской деятельности. Обсудили
с представителями системы образования современные технологии и новые возможности интеграции темы трудового подвига в образовательные ресурсы страны.

На форуме были представлены актуальные и перспективные проекты, подготовленные городами трудовой доблести, направленные
на сохранение исторической памяти о трудовом подвиге.

В рамках форум обсудили стратегические направления развития среднего профессионального образования, синхронизацию системы подготовки квалифицированных кадров и кадровых потребностей экономики, способы и механизмы привлечения работодателей к решению вопросов по подготовке кадров.

Форум завершился тренд-сессиями, во время которых, участники разрабатывали проектные решения. Киселева Анна, тренер тренд-сессий форума, менеджер проектов по привлечению junior-специалистов АО «Гринатом», ГК «Росатом» прокомментировала работу участников из городов трудовой доблести: «Участники Форума городов трудовой доблести из разных регионов разрабатывали концепции проектов по технологии тренд-сессии. Мне кажется, нам удалось сформировать сообщество, способное в дальнейшем коммуницировать и развивать тему трудового подвига и с ее помощью воспитывать поколение с активной гражданской позицией в своих городах. Участники предложили множество интересных нетривиальных для сферы патриотического воспитания проектных инициатив. Я уверена, что энергии и экспертности участников хватит, чтобы реализовать их в своих городах и транслировать этот опыт коллегам».

Данные материалы подготовлены по результатам выступлений и обсуждений на Форуме Городов трудовой доблести 14-16 октября:

- опираясь на опыт городов по проведению мероприятий при подготовке к получению Почетного звания в 2020 и 2021 гг.,

- используя доклады спикеров пленарного заседания, тематических сессий и групповой работы в рамках тренд-сессий,

- с учетом опыта реализации проектов и инициатив в 2020 году в рамках мероприятий Года памяти и славы.

Уверены, что реализация рекомендаций позволит сделать города трудовой доблести и претендентов на почетное звание Российской Федерации «Город трудовой доблести» локомотивами темы труда в патриотическом воспитании подрастающего поколения.

I **СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О ТРУДОВОМ ПОДВИГЕ: ПРОЕКТЫ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ
И ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В рамках обсуждения темы были выявлены следующие вопросы, требующие решения:

* в большинстве городов не сформирована структура для работы по теме сохранения исторической памяти о трудовой доблести,
* рабочие группы, созданные на этапе подготовки материалов
к представлению города на почетное звание Российской Федерации «Город трудовой доблести» перестали функционировать одновременно с получением звания,
* работа общественных организаций и администраций городов
не согласована,
* ресурсная база для работы по теме не сформирована,
* электронные порталы, на которых проводилось голосование (инициатива и ресурсы ВПП «Единая Россия») утрачены либо перестали функционировать.

**Проектные решения, представленные участниками тренд-сессии:**

1. «Интерактивная карта памяти» – это интернет-ресурс, где подростки в разной творческой форме смогут вносить на карте места локальных районов, которые бы прославляли те или иные события, связанные с патриоткой. В это месте что-то производилось, здесь жил маршал, здесь был госпиталь. Проект представляет некое подобие краеведческих архивных данных в новой адаптивной форме (от тик-токов до глубоких исследовательских проектов).
2. «Километраж победы» – это квест по значимым местами, которые внесли свой вклад в победу, по которым создается историческая справка и на каждый такой значимый объект наносится QR-код, а участникам проектам предлагаем пройти километраж победы, фиксируя все точки с помощью фотографий, а в финале их ждет творческое задание и викторина. Для тех, кто прошел все активности – памятный приз.
3. Создание общественной организации «Волонтеры трудового подвига» среди студентов и учащихся 8-11 классов, с помощью которой участники смогут знакомиться и развивать свои IT-навыки, развивать свой личный бренд и через создание тематического контента вовлекать еще больше аудитории в проекты городов трудовой доблести.
4. Государственный проект «Знания — сила» – предполагается выстраивание системы образования от школы до вуза в контексте сохранения исторической памяти о трудовом подвиге, подготовить дополнительных специалистов, которые будут учить школьников.
5. Квест по предприятиям и производствам городов трудовой доблести для старшеклассников и учеников СПО, с возможностью познакомиться с деятельностью предприятий. Поскольку наблюдается отсутствие у молодежи привлекательности к людям профессионалам, которые работают на производстве, такой современный формат интерактива, с элементами соревнования, позволит ребятам попробовать ту профессию, которую хотят получить.
6. Героико-патриотический марафон, направленный на работу семейных архивов и привлечения молодых семей и молодых специалистов. Предполагается создание интерактивной всероссийской карты, с целью налаживания взаимодействия на уровне общеобразовательных организаций, для взаимобучения и расширения знаний по теме сохранения исторической памяти о трудовом подвиге, начиная именно с детской аудитории.
7. Семейный квиз – это марафон с циклом заданий (викторина, сделать селфи у исторического места, сделать пост о своей бабушке, которая работал в тылу, или о земляке и т.д.), для аудитории учащиеся-школьники и их родители, при использовании социальных сетей. По итогам будут определены победители, для которых призом может быть тур по региону с посещением всех мест трудовой доблести.

**II «ГОРОДА ТРУДОВОЙ ДОБЛЕСТИ» В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ**

**Выявленные вопросы, требующие решения**

* Основная аудитория, на которую направлена работа, школьники и учащиеся СПО, реже – студенты. Остальные аудитории не имеют четкого целевого сигнала, или набора событий, интересных разным возрастным и социальным когортам. Характеристики целевых аудиторий не имеют четких критериев.
* Претензии к молодежи и просто гражданам, которые не увлечены патриотическими и историческими темами.
* Необходимость большего финансирования, активного вмешательства государства и пр.
* Устойчивое сочетание «патриотическое воспитание», позволяет одним участникам – чувствовать себя «носителями истины», а другим ощущать себя «объектами», на которые направлена пропагандистская машина, что не позволяет осуществлять эффективную коммуникацию и продвижение тему трудовой доблести в молодежной среде.

**Проектные решения, представленные участниками тренд-сессии:**

1. «Трудовой полк» - акция, по аналогии с «Бессмертным полком», призванная объединить все 44 города трудовой доблести и 1 мая в формате оффлайн или онлайн. Проблема, которую решает данный проект – непопулярность трудовой доблести, ни в социальных сетях, ни в СМИ, а целевая аудитория работающие люди 35-50 лет.
2. Клуб городов трудовой доблести «ТДС» - это серия мероприятий, серия прямых эфиров каждый день (планируется единая дата и единое время), где в разных социальных сетях будут выходить рассказы о городе трудовой доблести, но не углубляясь только в подвиг прошлого, а презентуя также современного человека труда этого города.
3. Программа «Выбор за тобой», в рамках которой путем выпуска блогов и аудио-подкастов для школьников и выпускников, будут прославляться трудовые профессии и с помощью видео-роликов показываться как за время изменилась та или иная профессия. В программе предполагается конкурс видеороликов, для подготовки информации, а по результатам конкурса участникам дается дополнительный бал в пробельные технические вузы и ссузы.
4. Единый бренд городов трудовой доблести и славы, пользователями которого и станут города трудовой славы и те, кто только готовиться к получению этого звания. Проблема заключается в том, что все раздаточные материалы, все презентации, социальные сети оформлены в разном стиле, поэтому необходимо подготовить ресурс с единым стилем и заготовками на разные случаи для повышения целостности и узнаваемости бренда городов трудовой славы в СМИ и социальных сетях.
5. Серия подкастов для автомобилистов и автомобильных туристов, которая будет также тиражироваться на местном радио и включать в себя интересные истории о дорогах памяти, шпионских тропах, исторических расследованиях, интересхны людях и событиях городов трудовой доблести. На значимых объектах также будут размещены

QR-коды с интересными историями.

1. Проект «Черно белая история. Перезагрузка», целевой аудиторией которой являются люди в возрасте от 35 до 40 лет. Предполагается, что на предприятиях городов трудовой доблести есть архивы и собрано много информации, и ее необходимо переупаковать в новые доступные форматы и сделать его интересным. Задача проекта – создание локальных творческих групп, для коммуникации с предприятиями и дистрибуцию этих материалов через сми и сами предприятия. Далее сегментировать аудиторию и давать ей для тиражирования контент, который у нас уже есть.

**III ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАБОТЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ
И ОБЩЕСТВЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**ВСЕРОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ДВИЖЕНИЕ
«ВОЛОНТЕРЫ ПОБЕДЫ»**

Сайт: Волонтерыпобеды.рф

Контакты региональных штабов Движения: волонтерыпобеды.рф//contacts

**Проект «Образ Победы»**

Проект «Образ Победы» направлен на создание социально-значимых культурных арт-объектов по нескольким направлениям: изображение портретов ветеранов Великой Отечественной войны и тружеников тыла рядом с местом их проживания, присвоение Нижнему Новгороду звания «Город трудовой доблести», Победа в Великой Отечественной войне, борьба с коронавирусом, выражение благодарности людям героических профессий. Изображения создаются на трансформаторных подстанциях, стенах медицинских и культурных учреждений, поверхностях общегородских пространств.

Одним из ключевых аспектов проекта выступает то, что портреты ветеранов изображаются во дворах домов, где они проживают. Благодаря таким изображениям нижегородцы, ранее не знавшие о ветеране, живущем по соседству, узнают, что рядом с ними живет настоящий герой.

В Нижегородской области на данный момент создано 31 граффити. Проект реализуется с января 2020 года.

Целевые группы проекта:

- ветераны Великой Отечественной войны;

- жители Нижегородской области

Механизм реализации:

1. Выбор места для размещения рисунка

2. Выбор тематики изображения

3. Получение разрешения от собственника поверхности на размещение рисунка и администрации города

4. Поиск профессиональных художников

5. Создание макета рисунка

6. Создание изображения

7. Торжественное открытие нового арт-объекта с приглашением ветерана Великой Отечественной войны, которому посвящено изображение (по возможности)

**Проект «Слово Победителя»**

Акция «Слово Победителя» призвана увековечить воспоминания и подвиг героев трудового фронта. Направлен на создание базы видео с ветеранами трудами награждёнными наградами за труд в годы Великой Отечественной войны.

Механика:

• Организация съёмки видео-интервью с ветеранами – тружениками тыла

• Монтаж и распространение роликов силами региональной штаба ВОД «Волонтеры Победы» на всех релевантных площадках.

**АССОЦИАЦИЯ «РОССИЙСКОЕ ИСТОРИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО».**

Сайт <https://historyrussia.org/>

Страница с контактами региональных отделений: <https://historyrussia.org/otdeleniya.html>

**Проект «Исторический багаж»**

Создан Фондом «Культурное пространство» при поддержке ОАО «РЖД», Института российской истории РАН и Российского исторического общества, а также при участии ООО «ТРИУМФ ПРОДАКШН».

«Исторический багаж»  - это историко-просветительский портал, посвященный местной и локальной истории отдельных городов и деревень России. Состоит из мультимедийных экспозиций, работающих на железнодорожных станциях России. Мобильная выставка представлена в виде приоткрытого багажа — главного атрибута путешественника.

Материалы для проекта «Исторический багаж» прошли научно-историческую экспертизу и являются научно достоверными.

Российское историческое общество выступит с инициативой о размещении данного проекта во всех городах получивших почетное звание «Город трудовой доблести»

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПО РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫХ АКТИВНОСТЕЙ «АГЕНТСТВО СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ»**

Сайт: https://anoastik.ru/

**ВСЕРОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ДВИЖЕНИЕ НАСТАВНИКОВ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ «НАСТАВНИКИ РОССИИ»**

Зарегистрировано Минюстом России 29 июля 2020 года.

География Движения – 43 региональных отделения (еще 26 - в стадии регистрации).

Участники Движения – руководители общественных организаций, инструкторско-преподавательский и тренерский состав патриотических клубов и спортивных объединений, специалисты по патриотическому воспитанию, педагоги и социальные психологи, методисты и вожатые.

Цели Движения:

- формирование и развитие наставничества в сфере: образования, культуры, здравоохранения, спорта, патриотического воспитания;

- формирование кадрового резерва профессиональных отраслей.

Сайт: наставникироссии.рф

Предлагается **информационная площадка**, на которой можно разместить как свою информацию, так и использовать размещенные на площадке материалы.

**IV Промышленные комплексы России – опыт сохранения истории. Индустриальный туризм и просветительская работа.**

**Проектные решения, представленные участниками тренд-сессии:**

1. «Закрыты для посещения» – IT-платформа для размещения на ней 3D-экскурсий предприятий, которые не могут принимать у себя экскурсии и являются закрытыми. Такая платформа может существовать для всех предприятий, которые входят в перечень городов трудовой доблести. В том числе можно смоделировать предприятия, которых уже нет. Такие экскурсия технологически просты в реализации, туда вставить информационные плашки и так далее. Основная аудитория семьи с детьми, а также как подготовка к экскурсии в те или иные города. Распространение и вовлеченность высокая, социальные медиа и все участники тоже будут заинтересованы в дистрибуции.
2. «Город труда: между прошлым и будущим» - межрегиональный мультимедийный проект, в рамках которого будут созданы видео для очков виртуальной реальности, и расположены в музеях городов трудовой доблести. Где семья, ребенок или школьная группа, придя в музей, могут зайти и посмотреть каким был завод в прошлом и какой он выглядит сейчас если заводы идут на коммуникацию, то после посетить производство. В перспективе разработка компьютерных игр на базе предприятий.
3. «От истоков к современности» - виртуальная экскурсия с дополненной реальностью покажет участникам как изменились технологически процесс через игру. В рамках игры мы предлагаем туристам выполнить ту или иную работу на станке прошлом и на станке современности виртуально с помощью гейм-пада.
4. Трудотерапия – это один день труда на простейших предприятиях города трудовой доблести, где разрешены экскурсии, а также в селах. Участниками могут быть школьники с 5 класса, а также гости города могут приянть участие в экскурсиях на предприятия или в сельскую местность, такой новый формат эко-туризма с переносом в плоскость труда.

**Основные направления работы:**

1. Взаимодействие с предприятиями по вопросу ранней профориентации и подготовки кадров для предприятий внесших существенный вклад в победу в Великой Отечественной войне.
2. Развитие промышленного туризма на основе корпоративного наследия.

Взаимодействие с предприятиями по вопросу ранней профориентации и подготовки кадров для предприятий внесших существенный вклад в победу в Великой Отечественной войне.

**Основные участники проектов:**

* Общеобразовательные учебные заведения города,
* Профессиональные учебные заведения среднего и высшего уровня
* Предприятия, внесшие вклад в победу в Великой Отечественной войне, работающие на территории города трудовой доблести.

Формы работы:

* Проведение экскурсий для учащихся общеобразовательных учебных заведений на предприятия с целью знакомства с историей предприятия и производством в настоящее время.
* Формирование профильных классов ориентированных на работу на предприятиях. В школьную программу включаются дополнительные часы по профилю предприятия, а также лекции преподавателей ВУЗов, СУЗов по профилю.
* Проведение каникулярных программ по профилю необходимому для предприятий, в рамках которых помимо лекций и посещения предприятий, проводятся практики на предприятии.
* Проведение стажировки (практики) на предприятии для студентов СПО и ВУЗов.

**Развитие промышленного туризма на основе корпоративного наследия.**

Участники проекта:

* Молодежь в возрасте от 14 до 35 лет
* Музейные работники
* Представители ВОД «Волонтеры Победы» (поставщики воспоминаний тружеников тыла в рамках проекта «Слово Победителя»)
* ООД РОСРЕКОН (экспертная поддержка).

Формы работы:

* Создание реконструкции на месте нахождения предприятий/госпиталей с прохождением квеста с использованием воспоминаний тружеников тыла.
* Формирование доступной и комфортной туристической среды (Индустриально-туристического парка) на месте нахождения предприятия/организации внесшей значительный вклад в Победу (см. Презентацию «Корпоративное наследие и промышленный туризм» С.Яковлев).

**V РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ (ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ, ФИНАНСОВЫЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ)**

**Организационные ресурсы**

Предлагаемые решения.

* Сформировать Штаб (Комитет) Города трудовой доблести (до 10 постоянно действующих членов Штаба).
* Целесообразно, чтобы Штаб ГТД возглавил глава города (или заместитель, в полномочия которого входят связи с общественностью, патриотическая работа).
* Штаб формируется решением главы города.

Задачи штаба:

* координировать на уровне города патриотическую, мемориальную и общественную работу по всем направлениями общей темы «трудовая доблесть»,
* быть «одним окном» для федеральных организаций, координирующих работу по теме трудовой доблести на общефедеральном уровне.

Основная координационная роль – у «Исполнительной группы», которая состоит из 3-5 участников, уполномоченных представлять администрацию города, общественные патриотические организации, предприятия и корпорации, музейное сообщество.

Состав штаба:

* молодежные организации, в том числе – не патриотической направленности, неформальные сообщества и объединения (например – сообщества стрит-арт-художников, музыкантов, спортсменов и др.),
* региональные и городские СМИ, активные контент-производители в социальных медиа (молодежные блогеры, группы патриотической и непатриотической направленности – фотопроекты, сообщества сферы культуры, туризма, истории и пр.),
* представители промышленных предприятий, наследников тех, которые получили государственные награды в годы войны, а также предприятий и компаний, которые готовы к сотрудничеству по исторической теме трудовой доблести и современных достижений промышленного производства.

Рекомендованные общественные организации

* патриотические организации,
* ветеранские организации на территории,
* сообщества и объединения реконструкторов, поисковиков,
* ОНФ,
* организации, проводящие конкурсы и соревнования по профессиям,
* студенческие, волонтерские организации (включая «Волонтеров Победы», стройотряды, творческие и профессиональные сообщества),
* сообщества краеведов и историков,
* сообщества квест-проектов,
* Творческие объединения любых возрастов и направлений,
* представители СМИ и электронных медиа,
* представители промышленных предприятий, внесших значительный вклад в победу в Великой Отечественной войне,
* представители музейного сообщества, в том числе самодеятельные.
* сообщества и организации спортсменов и физкультурников.

Функции штаба (комитета)

* собирает, сводит в единый план все события и проекты, которые запланированы всеми организациями по теме «трудовая доблесть»,
* оказывает информационную поддержку при проведении мероприятий,
* оказывает содействие в подготовке заявок на грантовую поддержку различных уровней,
* проводит собственные мероприятия,
* - выступает площадкой для обсуждения актуальных вопросов укрепления патриотических настроений в обществе по теме «трудовая доблесть».

Основные направления работы штаба (комитета)

* образование (создание разнообразного контента для уроков трудовой доблести для школ и учреждений дополнительного образования, СПО и вузов);
* музейно-экспозиционная работа (создание и развитие школьных и корпоративных музеев, экспозиций, выставок и др., расширение музейных фондов и архивов за счет выявленных предметов и документов времен ВОв);
* установка мемориальных знаков и формирование памятных мест (в том числе – вокруг уже действующих памятников, стел городов трудовой доблести в рамках программ благоустройства), наполнение уже существующих и вновь создаваемых мемориальных мест различными активностями патриотической направленности;
* создание туристических, экскурсионных и квестовых программ;
* включение новых цифровых форм подачи информации для пользователей (например, QR-коды, которые позволяют привычным для современной молодежи способом получить достоверную информацию по истории памятных мест любого города трудовой доблести);
* творческие проекты, включая конкурсы творческих работ (видео-фото проекты, анимация, иммерсивные постановки, концерты и т.д.);
* информационные проекты в СМИ и соцмедиа, в том числе – специальные периодические выпуски и колонки в СМИ, радио эфиры, сайты, порталы, страницы в социальных сетях, сетевые вирусные проекты; необходимо предусматривать ресурсы для работы в информационной среде.

В своей работе штаб (комитет) должен вовлекать те аудитории, которые на сегодня не включены в патриотическую работу.

Необходимо последовательно и настойчиво вовлекать всех, кто работает с «трудными» детьми и подростками, «неформальную» молодежь, студентов и старших школьников, которые демонстрируют критическое отношение к истории города и страны.

Работа в режиме «одного окна» хорошо зарекомендовали себя как на уровне городов, так и при работе по всей стране в рамках мероприятий Года памяти и славы 2020. Это позволяет оперативно и без потери информации формировать, например, федеральные новостные сюжеты о мероприятиях городов трудовой доблести. При проведении дней единых действий такой подход позволяет быстро и эффективно координировать работу всех городов, формировать информационный поток и «подсвечивать» максимальное количество проектов и инициатив.

Рекомендуется создать Штаб (комитет) или закрепить уже действующие структуры нормативно-правовым актом за подписью главы города **не позднее 1 декабря 2021 года** с тем, чтобы в 2022 году можно было проводить системную работу. Информацию о составе и контактных данных членов штаба (комитета) направить в проект «Города трудовой доблести. Победа ковалась в тылу» на электронный адрес: **gorodtruda@mail.ru.**

**ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ**

**Фонд президентских грантов**

<https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/regional-finance>

Ряд критериев, которые влияют на допуск к участию в конкурсе:

* организационно-правовая форма организации,
* состав учредителей организации,
* соответствие видов деятельности организации по уставу грантовым направлениям, указанным в Положении о конкурсе,
* наличие процесса ликвидации или дела о банкротстве организации, а также характер вступивших в силу судебных решений в отношении организации,
* исполнение условий договора о предоставлении предыдущих президентских грантов, если таковые имелись.

Тем, у кого есть действующие гранты, предоставленные фондом

Организация может получить только один президентский грант в рамках одного конкурса.

На средства президентского гранта можно реализовывать одновременно не более двух проектов, поддержанных Фондом президентских грантов.

Если вы снова хотите участвовать в конкурсе, один из ранее поддержанных проектов должен завершиться до даты, которая прописана в Положении о конкурсе в качестве наиболее ранней возможной даты начала реализации проектов соответствующего конкурса. Это день, который утверждают отдельно для каждого нового конкурса. Сроки реализации проекта, который вы подаете на конкурс, должны начинаться не ранее этого дня.

**Конкурс проектов фонда «История Отечества» 2020-2021 года**

<https://fond.historyrussia.org/konkursy.html>

С документами по конкурсам можете ознакомиться в разделе «Текущие конкурсы для юридических лиц»

Открыт приём заявок по следующим направлениям:

* обеспечение участия молодёжи в археологических экспедициях;
* создание историко-просветительского видеоконтента;
* поддержка выставочной и экспозиционной деятельности;
* издание научно-популярных трудов (книг);
* проведение международных и всероссийских мероприятий;
* поддержка историко-просветительских онлайн-проектов. С формами заявок и извещениями можно ознакомиться на сайте Фонда в разделе «Конкурсы».

К участию в конкурсах приглашаются юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке на территории Российской Федерации и отвечающие ряду установленных требований:

* срок государственной регистрации на момент объявления приёма заявок должен составлять не менее одного календарного года;
* юридическое лицо не должно находиться в процессе ликвидации или реорганизации, его деятельность не должна быть приостановлена действующим решением уполномоченного органа (органа юстиции, прокуратуры, суда и др.);
* юридическое лицо должно осуществлять уставную деятельность по направлению объявленного конкурса;
* юридическое лицо не должно иметь задолженности по уплате налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, срок исполнения по которым наступил в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Уважаемые соискатели! Обращаем внимание, что финансовая поддержка фонда «История Отечества» не является грантом, а представляет собой целевое финансирование на реализацию проекта по соответствующему направлению. Денежные средства перечисляются по решению Фонда победителям конкурса на основании заключенных ими с Фондом договоров одним из нижеуказанных способов:

* авансом (при условии открытия победителями конкурса лицевого счета в органах федерального казначейства на основании договора с Фондом);
* по факту (путем возмещения расходов победителя, понесенных при реализации проекта, на основании приложенных подтверждающих документов). Перечисление денежных средств на счёт исполнителя может осуществляться частями.

Также обращаем внимание, что рекомендация регионального отделения Российского исторического общества прибавляет заявке дополнительные баллы. При этом отделение РИО может предоставить рекомендацию только одному проекту в рамках конкурсного направления.

**Грантовый конкурс Федерального государственного бюджетного учреждения «Российский центр гражданского и патриотического воспитания детей и молодежи»**

(<https://rospatriotcentr.ru/patriotic/grant_competition/>)

Конкурс на предоставление грантов в форме субсидий из федерального бюджета некоммерческим организациям, в том числе молодежным и детским общественным объединениям (за исключением казенных учреждений), на проведение мероприятий по содействию патриотическому воспитанию граждан Российской Федерации.

Грантовые направления:

* Подготовка и проведение военно-исторических реконструкций
* Поддержка молодежных поисковых отрядов и объединений
* Реализация проектов патриотической направленности, реализуемых волонтерскими (добровольческими) организациями

Какие некоммерческие организации могут быть участниками конкурса?

* организация является юридическим лицом, зарегистрированным и осуществляющим деятельность на территории Российской Федерации;
* организация не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство (территория), включенное в утвержденный Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны), в совокупности превышает 50 процентов;
* организация по состоянию на 1-е число месяца, предшествующего месяцу подачи заявки, не получала средства из федерального бюджета в соответствии с иными правовыми актами на цели, указанные в пункте 2 настоящих Правил предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета некоммерческим организациям, в том числе молодежным и детским общественным объединениям (за исключением казенных учреждений), на проведение мероприятий по содействию патриотическому воспитанию граждан Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 7 сентября 2019 г. № 1174.

Этапы конкурса:

1. Прием заявок. Заявки заполняются и направляются оператору Конкурса.
2. Экспертная оценка. Допущенные до участия в конкурсе заявки распределяются экспертам (каждая – не менее чем 3 экспертам).
3. Определение игрового рейтинга проектов. На основании результатов оценки проектов конкурсная комиссия присваивает каждой заявке порядковый номер в порядке уменьшения присвоенного балла заявке.

**АНО «АСТИК»**

<https://anoastik.ru/>

Конкурс образовательных, туристических и культурных проектов городов, носящих почётное звание Российской Федерации «Город трудовой доблести»

Целью Конкурса является создание условий для кооперации городов, носящих звание «Город трудовой доблести», в разработке образовательных и туристических продуктов, направленных на патриотическое воспитание молодого поколения на основе героических поступков тружеников тыла.

К участию в Конкурсе приглашаются команды, состоящие из:

* специалистов по воспитанию городов трудовой доблести из числа представителей сферы образования, краеведения, туризма;
* представителей органов исполнительной власти;
* представителей региональных отделений Российского исторического общества;
* специалистов некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории городов, носящих почётное звание Российской Федерации «Город трудовой доблести»;
* представителей коммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории городов, носящих почётное звание Российской Федерации «Город трудовой доблести», направления деятельности которых соответствуют целям и задачам конкурса (далее – участник конкурса).

**Информационное ресурсы**

**Основные каналы передачи информации:**

* Телевидение.
* Радио.
* Информационные агентства.
* Социальные сети.
* Газеты.

Каждый из представленных каналов имеет свои особенности и требования к предлагаемым к размещению материалам. Так для сюжетов необходимо, чтобы был четкий предмет, герой, история (эмоционально насыщенная), указано четкое место съемки. В социальных сетях размещается короткая информация, возможно прикрепление фотографий, стихов, которые добавляют эмоцию в материал и способствуют распространению материала (перепосту).

Для проведения системной работы в СМИ необходимо:

* четко определить целевую аудиторию, с которой запланирована работа (возможно привлечение студентов социологических/психологических/педагогических факультетов региональных вузов для определения основных запросов и характеристик целевых групп),
* сформировать медиаплан с учетом Календаря памятных и знаковых дат городов трудовой доблести и наиболее значимых дат города,
* разместить информацию в местных и региональных СМИ, а также социальных сетях.

С целью оказания поддержки со стороны команды проекта «Города трудовой доблести. Победа ковалась в тылу» рекомендуется:

* направить пресс-релиз о проводимых мероприятиях не позднее чем за 14 дней до начала мероприятия (по прилагаемой форме) на e-mail: gorodtruda@mail.ru.
* направить пост-релиза о проведенном мероприятии в день проведения мероприятия (по прилагаемой форме) на e-mail: gorodtruda@mail.ru. Для размещения материалов на сайте Городатрудовойдоблести.рф и оказания содействия в размещении материалов в информационных агентствах.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Что необходимо сделать и когда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Что** | **Когда** | **Что и куда направить** |
| Сформировать штаб (комитет) в соответствии с рекомендациями | 01.12.2021 г. | Состав Штаба (комитета) с указанием контактных данных направить на почту gorodtruda@mail.ru |
| Разработать проект плана работы на 2022 год с учетом Календаря памятных и знаковых дней городов трудовой доблести | 10.12.2021 г. | План работы с учетом Календаря и указанием ответственного за каждое мероприятие, направляется на почту gorodtruda@mail.ru |
| Проведение исследования целевых групп с целью определения их запроса на форму подачи (предпочтительные каналы подачи информации) и основных характеристик (при возможности) | 15.01.2022г. | Итоги исследования направляются на почту gorodtruda@mail.ru |
| Сформировать и направить пресс-релиза по мероприятию (ям), проводимому по теме «Город трудовой доблести».  | За 14 дней до даты проведения информации | Пресс-релиз по форме направляется на почту gorodtruda@mail.ru (в теме письма указывается «Пресс-релиз») |
| Подготовить и направить пост-релиз по мероприятию (ям), проводимым по теме «Город трудовой доблести». | В день проведения мероприятия | Пост-релиз по прилагаемому примеру (образцу) направляется на почту gorodtruda@mail.ru (в конце пост-релиза обязательно ставится ссылка на фото и видеоматериалы, которые могут быть в дальнейшем использованы журналистами) |
| Разработать проект в рамках темы Город трудовой доблести и подать заявку на грант в одну из предложенных организаций | После подачи заявки | Наименование проекта, номер заявки и наименование организации куда подана заявка направляются на почту gorodtruda@mail.ru (в теме письма указывается «Заявка на грант») |

ПРИЛОЖЕНИЕ

ФОРМА ПРЕСС-РЕЛИЗА

**Наименование мероприятия**

Описание мероприятия

(1-2 абзаца желательно с привязкой к определенной дате или событию в период Великой Отечественной войны)

Прямая речь

организатора о значимости данного мероприятия с указанием должности, желательно общественной.

*Справочно.*

*Можно указать справочную информации о событии или дате, а также организаторах мероприятия (объем не более 2 абзацев).*

ДАТА И МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ:

Точная дата, время, место проведения мероприятия

НЬЮСМЕЙКЕРЫ:

ФИО известного человека, который примет участие в мероприятии, с указанием должности

КОНТАКТЫ ДЛЯ СМИ:

ФИО, мобильный и эл.почта

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИМЕР ПОСТ-РЕЛИЗА

**Во Всероссийском детском центре «Смена» определили послов празднования 50-летия фильма «Офицеры»**

26 апреля 2021 года подвели итоги Всероссийской тематической смены «От героев былых времён», которая проводилась Агентством социальных технологий и коммуникаций, АНО «Армия и культура»
при поддержке Министерства просвещения Российской Федерации.

150 ребят – победителей гражданско-патриотических проектов
от Хабаровска до Республики Калмыкия в течение 14 дней прошли серьезную образовательную программу в области продвижения проектов
в социальных медиа и социального проектирования.

Обучение проходило в тренинговом формате: участники снимали патриотические TikTok ролики, отрабатывали навыки создания собственного СМИ и даже представили, как мог бы выглядеть аккаунт
в социальной сети известных исторических личностей., Участники обучения привлекли своих друзей и наставников из регионов
к голосованию за лучшую редакцию, да так, что в нем приняло участие более 10 000 человек!

Ребята разработали и защитили собственные патриотические проекты. Теперь в банке смены «От героев былых времён» 8 уникальных авторских технологий, актуальных для подростков и молодежи, которые
в ближайшее время будут реализованы по всей стране.

*«Мы придумали такой термин «неформальная или нескучная патриотика». Искренне считаю, что технологии гражданско-патриотического воспитания должны успевать за развитием общества, стараться попадать в интересы молодого поколения. А лучше всего, взять в свои союзники самих ребят и создавать воспитательные технологии вместе с ними. Участники Всероссийской тематической смены «От героев былых времён», посвящённой 50-летию фильма «Офицеры» уже готовы к серьезной работе со сверстниками, они уже «послы» добрых и важных идей патриотизма, любви к Родине, уважения
к ветеранам. Мы будем сопровождать все проекты, которые появились на смене. Обязательно проинформируем руководителей регионов, попросим их поддержки»,* подчеркнула член Общественной палаты Российской Федерации, директор АНО «Агентство социальных технологий и коммуникаций» Елена Родионова*.*

Основой программы смены стала идея о потрясающем воспитательном эффекте фильма «Офицеры», которому в этом году исполнилось 50-лет с моменты выхода на киноэкраны. Сотни тысяч юношей, посмотрев этот фильм, выбрали своей профессией «Родину защищать». За эти годы сменилось несколько поколений, изменилась страна, изменился мир, а зрители по-прежнему плачут и радуются вместе
с его героями.

На смене ребята не только посмотрели и обсудили фильм,
но и приняли участие в творческой встрече с директором АНО «Армия
и культура», концертным директором Василия Ланового – Антониной Журавлёвой. Гостья рассказала о работе актерской команды, истории создания фильма, о жизни Василия Ланового.

*«Очень важно смотреть подобные фильмы. Ведь как любить Родину? Нужно смотреть на достойные примеры других людей
и их поступки. Ребята - прекрасные слушатели! Отрадно, что многие
из них смотрели фильм «Офицеры» несколько раз. Это самая лучшая публика, которую я когда-либо видела. Жаль, что Василий Семёнович сегодня не с нами»,* отметила Антонина Журавлёва*.*

Ссылка на фото: <https://disk.yandex.ru/d/VuLu47_56h3SaQ?w=1>