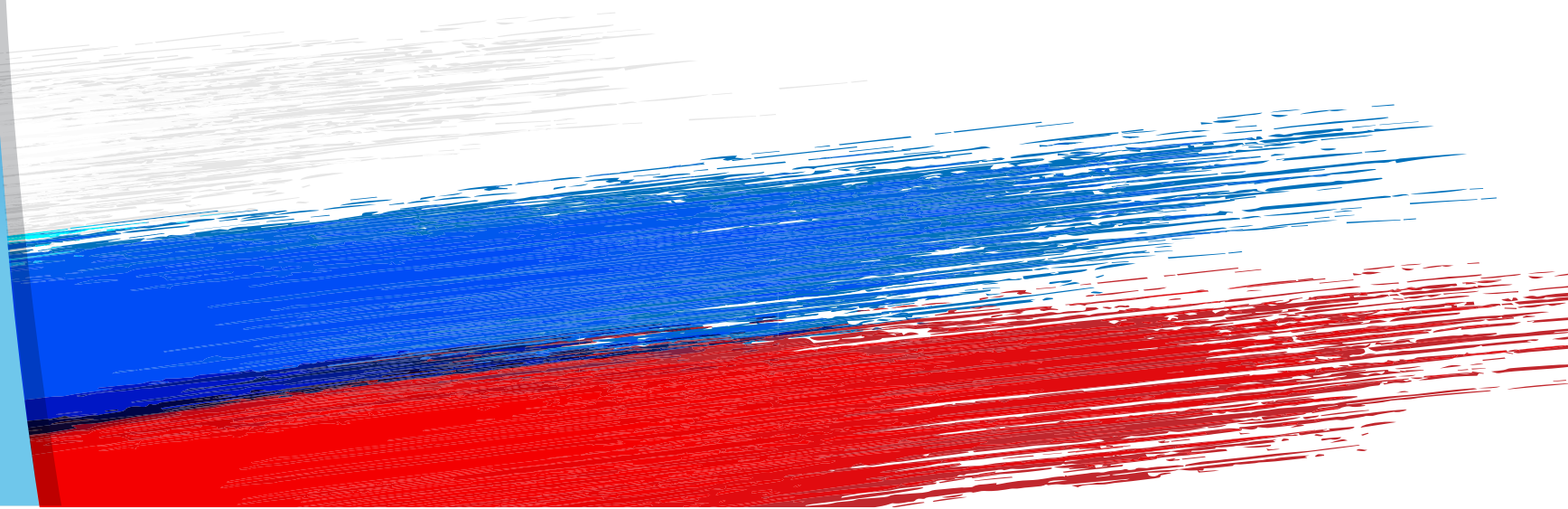
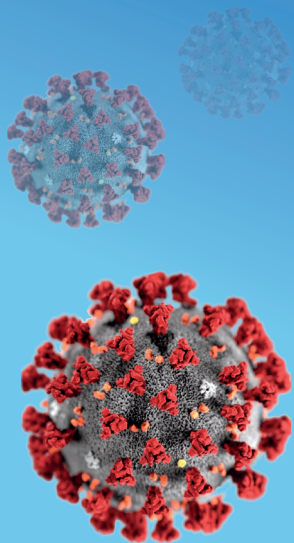


ЯВКА 2020

STOP COVID-19

**ПРОЕКТЫ ПРОФИЛАКТИКИ
НЕГАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ
ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА COVID-19
(ЧАСТЬ 1)**



Проекты профилактики негативных социальных последствий



Цель:

Предупреждение и снижение негативных социально-политических последствий, связанных с пандемией коронавируса, а также повышение лояльности электората в связи с предстоящим голосованием по вопросу изменений в Конституцию



Задачи:

- Обеспечение системного информационного сопровождения по COVID-19;
- Организация аналитической работы со всеми видами входящей социально-политической информации;
- Адаптирование и тиражирование различных практик, направленных на борьбу с распространением COVID-19 и профилактику негативных социальных последствий пандемии;
- Обеспечение своевременной оценки возможных рисков и реакций общества.



Проекты:

- СЕТЬ ОДД НА УДАЛЕНКЕ
- ЧЕЛЛЕНДЖИ И ФЛЕШ-МОБЫ
- ПЛАТФОРМЫ ВЗАИМОПОМОЩИ
- АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ
- УЧИМСЯ ДОМА



Целевые группы:

- 1.** Семьи с несовершеннолетними детьми
- 2.** Пенсионеры, а также лица, получающие социальные пособия
- 3.** «Герои нашего времени» — медицинские работники, педагоги, сотрудники жилищно-эксплуатационных и транспортных служб, сотрудники полиции



Основные направления работы регионального штаба



Работа с волонтерами и волонтерскими организациями

- **Волонтеры** – доставщики продуктов питания и товаров первой необходимости, лекарств, услуг для категорий населения, нуждающихся в полной самоизоляции
- **Волонтеры** – медицинские работники, в т.ч. студенты-медики
- **Волонтеры** – психологи, оказывающие психологическую и психопрофилактическую помощь жителям
- **Волонтеры** – сотрудники call-центров (операторы «горячих линий», консультанты – узкопрофильные специалисты и т.п.)



Работа с депутатами органов представительной власти и агитационными «сетями»

- Информирование граждан о принимаемых мерах по борьбе с эпидемией и предупреждению ее негативных социальных последствий
- Выявление лиц, нуждающихся в помощи, среди жителей и организации мер необходимой помощи данным лицам

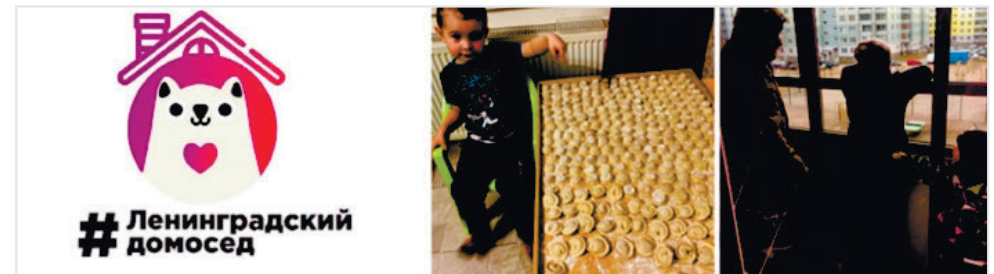


Основные направления работы регионального штаба



Организация онлайн челленджей, направленных на профилактику депрессий и негативных психологических состояний среди категорий населения, находящихся на самоизоляции

- Организация и проведение региональных и местных онлайн челленджей.
- Содействие в организации в регионе федеральных онлайн челленджей.



Создание региональных и адаптация федеральных платформ для работы с бизнесом и лидерами общественного мнения, а также иными целевыми аудиториями

ПЛАТФОРМЫ:

- для привлечения представителей бизнеса к оказанию помощи нуждающимся категориями населения;
- для привлечения лидеров общественного мнения к участию в информировании граждан;

Сеть ОДД на удаленке



Цели:

- Создание контента и его доставка через онлайн работу сети ОДД;
- Сохранение и повышение уровня лояльности активистов сети ОДД.




Формы и методы:

1. Информирование избирателей о ситуации в связи с пандемией.
2. Распространение контента на собственных аккаунтах в социальных сетях и мессенджерах.
3. Координация информационной деятельности по теме в сети Интернет.
4. Формирование сети доверия под голосование за поправки в Конституцию и ЕДГ.



Проект формируется силами сетей ОДД, созданных партией «Единая Россия» для проведения поквартирной агитации по вопросу внесения изменений в Конституцию — перевод активности в интернет пространство. Это направление имеет крайне высокий потенциал роста даже вне контекста ситуации с пандемией коронавируса, так как сейчас наблюдается колоссальный всплеск сетевой активности.

Челленджи и флеш-мобы

 **Цель:** Повысить социальное самочувствие граждан и уровень их лояльности за счет интернет-активности электорально-значимых групп с целью их позитивной социализации и подготовки базы для вовлечения в голосование за поправки в конституцию.

 **Формы и методы:**

- Организация челленджей и конкурсов с ценными призами и голосование среди пользователей;
- Создание сетевой платформы с интеграцией в социальные сети;
- Фиксация персональных данных через регистрацию.



База данных позитивно заряженных активных пользователей может в дальнейшем использоваться для электоральных проектов:

- политики присоединяются к флешмобам и челленджам;
- герои изоляции и победители становятся спикерами на региональном телевидении, участниками ток-шоу;
- создается база данных новых активистов и сторонников власти.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- Находящиеся на самоизоляции офисные работники, пенсионеры, молодежь, бюджетники

Платформы взаимопомощи



- Цели:**
- Организация взаимодействия лидеров общественного мнения, представителей бизнеса и органов власти;
 - Создание в регионе площадок, на которых аккумулировались предложения, инициативы граждан, интернет сообществ, бизнеса, и власти, способные помочь слабозащищенным категориям граждан в период пандемии.



Формы и методы:

1. Нахождение в регионе реального лидера(ов) способного(ых) в период пандемии осуществлять координацию проекта;
2. Определение в регионе необходимых форм поддержки граждан и источников получения таких форм.

Действия региональных властей: Привлечь на добровольных началах бизнес структур для решения запросов.

Действия лидеров проекта: Сформировать пул интернет сообществ готовых оказать помощь гражданам.
3. Создание каналов сбора запросов и механизма реализации их исполнения:
 - Online платформа (имеющаяся или на базе соцсетей и групп в мессендерах);
 - Callcenter (через удаленных операторов).
4. Информационное сопровождение проекта:
 - О проекте;
 - О способах подачи обращений и предложений о помощи;
 - О решенных запросах, обращениях с героями.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- Слабозащищенные категории граждан в период пандемии

Активное долголетие



Цели:

- Повысить лояльность избирателей старшей возрастной группы в целях их мобилизации для участия в голосовании по вопросу внесения изменений в Конституцию.
- Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме интересного и полезного досуга.
- Привлечь пенсионеров в группы с помощью онлайн занятий домашней физкультурой и ЗОЖ.
- Привлечь пенсионеров, используя тему выхода из самоизоляции.
- Снять ощущение преимущественно запретительного характера действий со стороны федеральных и региональных властей.



Формы и методы:

1. В качестве инструментов использовать региональные СМИ, онлайн инструменты и волонтерские организации.
2. Видео инструкции, мастер-классы, челленджи, флэшмобы, теле- и радиомарафоны для пожилых, сюжеты о простых пожилых людях радостно и с пользой проводящих время в карантине, концерты по заявкам пожилых людей, трансляция старых любимых кинофильмов, сериалов, телепередач, радиопередач со старыми и любимыми артистами и ведущими, рекомендации врачей.
3. Организация социальной помощи: социальные наборы; обеспечение продуктами и лекарствами через волонтерские организации.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- Пенсионеры

Учимся дома



Цели:

- Снижение социальной напряженности между родителями, детьми и педагогами возникшее из-за перехода на полное дистанционное обучение.
- Содействие в реализации проекта партии «Единая Россия» помогиучитьсядома.рф
- Содействие организации образовательного процесса, с применением онлайн образовательных проектов и онлайн платформ.



Формы и методы:

1. Организация движения «Цифровые волонтеры» – помощь учителям в настройке и использовании программ для обучения «лицом к лицу».
2. Организация сбора и настройки техники для нуждающихся учителей и учеников.
3. Создание ресурса, объединяющего бесплатные онлайн программы дополнительного образования.
4. Запуск интересных ежедневных «единых уроков» по региональным СМИ, SMM.
5. Информационная поддержка проекта в СМИ и SMM для снижения напряженности и психологической усталости у родителей.
6. Образовательные флэшмобы.
7. Организация помощи для повышения мотивации учеников, внедрение «ученического капитала», обмен баллов на повышение оценки по предмету в четверти или за год.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- Семьи с несовершеннолетними детьми, многодетные семьи
- «Герои нашего времени» – педагоги



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПАРТИЙНЫЙ ПРОЕКТ
СЕТЬ ОНЛАЙН-АГИТАТОРОВ
(«ОДД НА УДАЛЁНКЕ»)



ЦЕЛЬ: СНИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО НАПРЯЖЕНИЯ И РОСТ ПОДДЕРЖКИ ДЕЙСТВИЙ ВЛАСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ, СОЗДАНИЕ И ТЕСТИРОВАНИЕ АГИТАЦИОННОЙ СЕТИ В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН

ЗАДАЧИ:

- Информирование избирателей о ситуации в связи с пандемией коронавируса;
 - Координация информационной деятельности по теме в сети Интернет;
- Формирование сети доверия под голосование за поправки в Конституцию и ЕДГ;
- Формирование агитационной сети, способной оперативно распространять контент по различным средам и проводить мобилизацию избирателей.



- ✓ Контент-центр
- ✓ Агитационная сеть
- ✓ Программное обеспечение



ФОРМИРОВАНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ШТАБА И КОНТЕНТ-

Задачи федерального Контент-центра:

- Оперативный мониторинг медиапространства;
- Аналитика, креатив и создание контента по актуальной повестке (качественная аналитика и продакшн, максимальный уход от негативного контента);
- Использование ресурсов Партии (поддержка партнерских организаций) при отработке актуальной повестки, встраивание Партии как актора в актуальные темы;
- Ревизия СММ-ресурсов в регионах.



Формирование РЕГИОНАЛЬНЫХ КОНТЕНТ-ЦЕНТРОВ, которые адаптируют федеральные материалы под региональную специфику и создают собственные материалы.



ШТАТНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ «КОНТЕНТ-ЦЕНТРА» - 5 ШТАТНЫХ ЕДИНИЦ



ШЕФ-РЕДАКТОР – общее руководство, редакция и модерация контента



ГРУППА МОНИТОРИНГА (2 единицы) – анализ выявленных тенденций и подготовка контента для контрпропаганды и материалов пропаганды в социальных сетях



БИЛЬД-РЕДАКТОР – иллюстратор с инструментарием дизайнера для проработки образов, гиф, мемов и адаптации мультимедийных материалов для соцсетей



SMM-МЕНЕДЖЕР – специалист по работе в соц.сетях с высоким уровнем компетенций (функционал – выбор оптимальных форм и способов продвижения контента с учётом постоянно меняющихся правил работы соц.сетей)



Модернизация модуля и приложения «Агитатор» (функция постановки заданий на публикацию контента)

- В ИС «Агитатор» кураторами федерального или регионально уровня создаются задания, загружаются методические материалы по созданию контента или контент для распространения.
- На задание назначаются конкретные агитаторы или группы агитаторов (массовое назначение заданий в соответствии с требуемыми параметрами выборки).
- Выбранные агитаторы получают уведомление (push-уведомление, SMS, e-mail) о новом задании.
- Агитаторы подтверждают получение задания в мобильном приложении и приступают к работе.
- Отчет о выполнении задания (с приложенными ссылками и скриншотами) создается в мобильном приложении и становится доступен вышестоящему куратору в ИС «Агитатор»



Срок модернизации приложения: 10-12 дней



Модернизация существующей сети ОДД - ревизия людей готовых и способных работать в онлайн (имеющих историю использования аккаунтов в социальных сетях).



Расчетная численность агитаторов, которую Партия может развернуть в течение 7-10 дней – до 95 000 человек (работа на общественных началах, наличие мотивационных конкурсов с призовым фондом).

ФОРМАТЫ РАБОТЫ:

- Распространение контента на собственных аккаунтах в социальных сетях, отправка личных сообщений через социальные сети;
- Работа в тематических и территориальных чатах;
- Работа в мессенджерах - распространение контента через различные чаты (подъездов, домов, родительские, рабочие и т.д.).

Отдельная работа с ЛОМами, формирование из них отдельной сети ВИП-агитаторов - «новых героев» (учителей, врачей, чиновников).



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СИТУАЦИОННЫЙ ЦЕНТР

Организационное управление

Федеральный контент-центр

Региональный оргштаб

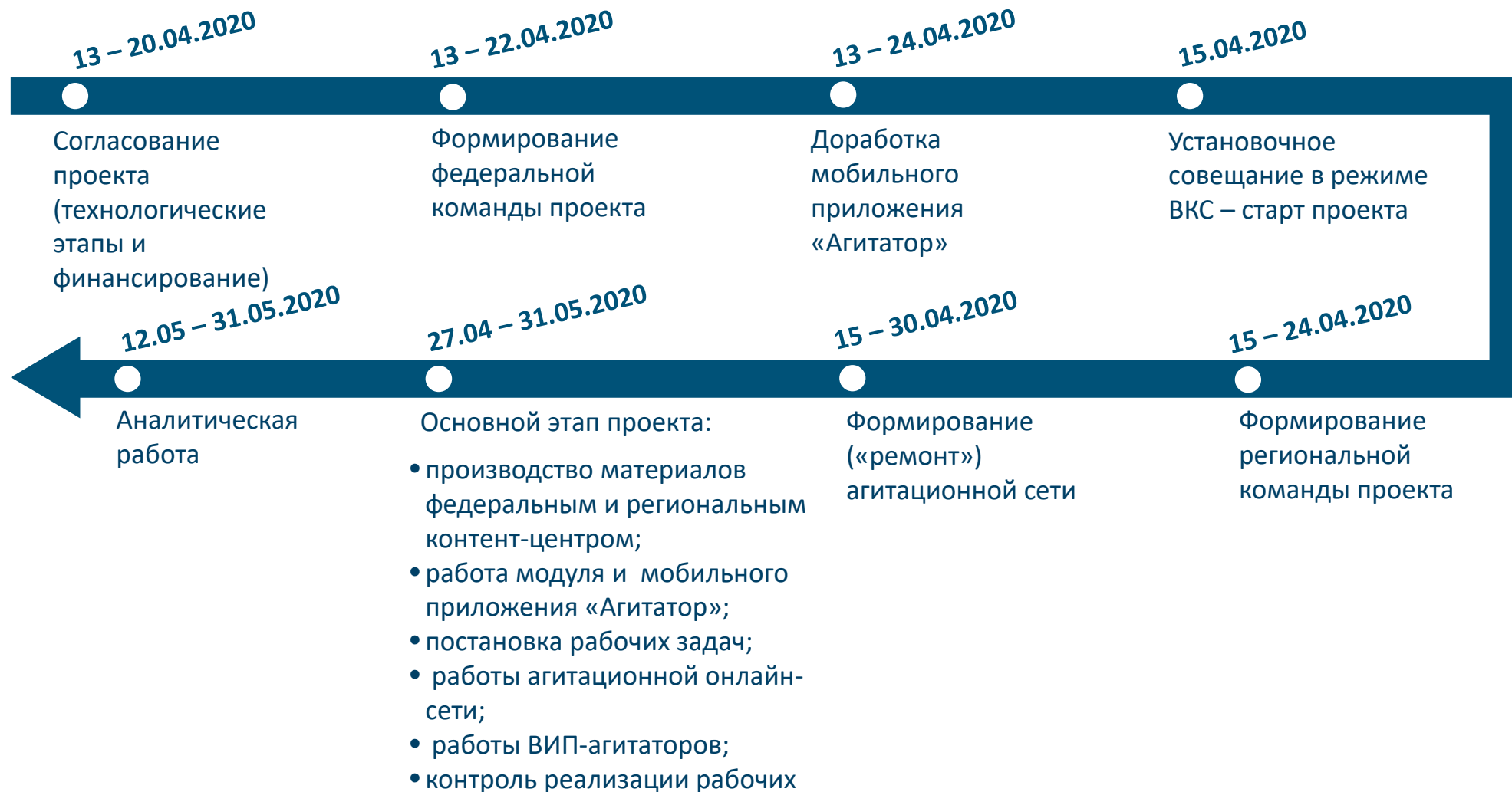
Региональный контент-центр

Местный штаб

АГИТАТОРЫ



СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ



ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

специального технологического проекта «Сеть онлайн-агитаторов» («ОДД на удалёнке»)

Цель проекта: снижение социального напряжения и рост поддержки действий властей в условиях пандемии, создание и тестирование агитационной сети в формате онлайн.

Задачи проекта:

- информирование избирателей о ситуации в связи с пандемией коронавируса;
- координация информационной деятельности по теме в сети Интернет;
- формирование сети доверия под голосование за поправки в Конституцию и ЕДГ;
- формирование агитационной сети, способной оперативно распространять контент по различным средам и проводить мобилизацию избирателей.

Механика проекта «Онлайн сеть»: в настоящее время есть высокий запрос со стороны общества на информирование о ситуации с пандемией, а также потребность в агитационной работе среди избирателей и формирование сети доверия ввиду будущего голосования по поправкам в Конституцию и «ЕДГ-2020». Из-за отсутствия возможности проведения агитационных мероприятий предлагается перевести активность в интернет и начать работу по выстраиванию сетей персонализированного привода через существующие сети мобилизации и формирование новых сетей в интернет-пространстве. Это направление имеет крайне высокий потенциал роста даже вне контекста ситуации с пандемией коронавируса.

На первом этапе необходимо сформировать организационный штаб проекта и контент-центр в Москве, выполняющий функции мониторинга, производства и адаптации контента к формату социальных сетей, современной модели медиапотребления. Федеральный центр будет задавать основные рамки работы, формировать методические материалы, устанавливать минимальные требования и рамки работы для регионов. Затем формируются региональные организационные штабы и контент-центры, которые будут адаптировать федеральные материалы под региональную специфику, создавать собственные материалы, исходя из рекомендаций и минимальных требований федерального центра.

В ходе подготовки к голосованию по поправкам в Конституцию была сформирована агитационная сеть в 85 субъектах. Под новые задачи необходимо модернизировать существующую сеть ОДД, провести ревизию людей готовых и способных работать в онлайн (имеющих историю использования аккаунтов в социальных сетях). Расчетная численность агитаторов, которую Партия может развернуть в течение 7-10 дней – до 95 000 человек.

С учетом того, что вся сеть будет работать на общественных началах, предполагается стимулировать работу Региональных организационных штабов, региональный контент-центров, местных штабов и агитаторов на основании конкурсов с существенным призовым фондом. При отдельном минимальном финансировании сети в части регионов, численность можно существенно нарастить. Отдельную работу планируется провести с ЛОМами, из них можно сформировать отдельную сеть ВИП-агитаторов, в т.ч. выделить сеть «новых героев» - учителей, врачей, чиновников.

Форматы работы агитационной сети:

- распространение контента на собственных аккаунтах в социальных сетях, отправка личных сообщений через социальные сети;
- работа в тематических и территориальных чатах;
- работа в мессенджерах: распространение контента через различные чаты: подъездов, домов, родительские, рабочие и т.д.

Для постановки рабочих задач и контроля их выполнения предлагается использовать уже существующее мобильное приложение «Агитатор» (модернизировав его, добавив модуль постановки заданий на публикацию контента).

Сроки реализации:

1. Подготовительный этап с 13-24 апреля 2020г.:

- формирование детального технологического плана проекта;
- доработка программных продуктов (система мониторинга и мобильного приложения «Агитатор»);
- формирование федеральной и региональных команд проекта;
- формирование методических рекомендаций для агитаторов.

2. Основной этап с 27 апреля – 31 мая 2020г.:

- проверка списков агитаторов и онлайн инструктажи;
- мониторинг медиапространства, формирование контента;
- размещение рабочих заданий в мобильном приложении;
- контроль отчетности по итогам выполнения работ.

Планируемые результаты:

- снижение социального напряжения и протестной активности;
- формирование позитивного имиджа Партии, предстоящего голосования за поправки в Конституцию и ЕДГ за счет доступности проверенной информации;
- проверка работоспособности агитационной сети;
- повышение электоральной поддержки Партии.

	Задачи по направлениям	Действия	Сроки
1.	Подготовительный этап		
1.1.	Утверждение проекта.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Назначение ответственных за реализацию проекта из числа сотрудников ЦИК Партии. ➤ Формирование расширенной технологической карты и графика проекта. ➤ Формирование и утверждение сметы. 	13 – 20 апреля 2020
1.2.	Формирование федеральной команды проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Формирование федерального организационного штаба проекта. ➤ Подбор кадрового состава федерального контент центра. ➤ Кадровый состав (штатная численность на первом этапе - 5 единиц): <ol style="list-style-type: none"> 1. шеф-редактор (общее руководство, редакция и модерация контента); 2. группа мониторинга - 2 единицы (анализ выявленных тенденций и подготовка контента для контрпропаганды и материалов пропаганды в социальных сетях); 2. бильд-редактор (иллюстратор с инструментарием дизайнера для проработки образов, гиф, мемов и адаптации мультимедийных материалов для соц.сетей); 2. SMM-менеджер (специалист по работе в соцсетях с высоким уровнем компетенций, его функционал – выбор оптимальных форм и способов продвижения контента с учётом постоянно меняющихся правил работы соц.сетей). 	13 – 22 апреля 2020
1.3.	Информационная система и мобильное приложение «Агитатор»	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Согласование алгоритма размещения рабочих заданий в мобильном приложении и размещения отчетов о его выполнении агитаторами (необходимый функционал). ➤ Подготовка технического задания по доработке мобильного приложения и его согласование. 	13 – 24 апреля 2020

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Доработка модуля и мобильного приложения. ➤ Тестирование рабочего функционала мобильного приложения. ➤ Разработка методических материалов (инструкций) по работе с мобильным приложением. 	
1.4.	Установочное совещание в режиме ВКС	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Проведение установочного совещания в режиме ВКС с участием 85 субъектов. ➤ Информирование о проекте. ➤ Информирование о необходимости работы агитационной сети онлайн. ➤ Постановка задачи о «ремонте» агитационной сети в соответствии с особенностями рабочих задач. 	15 апреля 2020
1.5.	Формирование региональной команды проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Формирование регионального организационного штаба проекта. ➤ Подбор кадрового состава регионального контент центра. ➤ Формирование сетки местных штабов проекта. 	15 – 24 апреля 2020
1.6.	Формирование агитационной сети	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Ремонт» существующей агитационной сети в 85 субъектах на базе местных отделений Партии (проведение ревизии людей готовых и способных работать в онлайн - имеющих историю использования аккаунтов в социальных сетях). ➤ Расчетная численность агитаторов (один УИК – один агитатор). С учетом того, что вся сеть будет работать на общественных началах. ➤ Формирование сетки ВИП-агитаторов (в т.ч. из числа врачей, учителей и чиновников). ➤ Корректировка сведений о бригадирах и агитаторах в ИС «Агитатор». 	15 – 30 апреля 2020
1.7.	Совещание в режиме ВКС	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Проведение совещания в режиме ВКС с участием 85 субъектов. ➤ Информирование о старте проекта. 	23 – 24 апреля 2020

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Презентация обновленного функционала модуля и мобильного приложения «Агитатор». ➤ О первых рабочих задачах в рамках проекта. 	
2.	Основной этап		
2.1.	Задачи работы федерального организационного штаба проекта	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Реализация проекта в соответствии с его задачами. ➤ Взаимодействие с федеральным контент-центром. ➤ Контроль работы и постановка задач региональным организационным штабам. ➤ Контроль формирование агитационной сети, в т.ч. контроль сетки ВИП-агитаторов. ➤ Контроль реализации рабочих поручений. 	27 апреля – 31 мая 2020
2.2.	Задачи работы федерального контент-центра	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Оперативный мониторинг медиапространства (базовый мониторинг может делать отдел мониторинга Партии через безлимит «Медиалогии» - возможно получать мониторинг от партнёров, углубленный – сотрудники центра). ➤ Аналитика, креатив и создание контента по актуальной повестке (аналитика и продакшн, максимальный уход от негативного контента). ➤ Использование ресурсов Партии (получение поддержки партнерских организаций) при отработке актуальной повестки, встраивание Партии как актора в актуальные темы. ➤ Ревизия СММ-ресурсов в регионах. 	27 апреля – 31 мая 2020
2.3.	Формирование рабочих задач	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Совместная работа Федерального организационного штаба и контент-центра. ➤ Определение тем для формирования информационных сообщений с достоверной информацией на основе федеральных сводок и региональных предложений. ➤ Уточнение информации по региональной специфике 	27 апреля – 31 мая 2020

		<p>федеральным штабом.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Подготовка информационных сообщений федеральным контент-центром (иллюстрации, инфографика) или возможная постановка задач региональному контент-центру по подготовки материала. ➤ Тестирование информационных материалов на фокус-группах. ➤ Корректировка информационных материалов. ➤ Формирование технических заданий для агитаторов в соответствии со спецификой информационного материала. 	
2.4.	Региональный организационный штаб проекта и контент-центр	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Региональный организационный штаб проекта – координирует работу по проекту в регионе; отвечает за работу агитационной сети в регионе (в т.ч. ВИП-агитаторов) – постановка рабочих заданий по категориям агитаторов; отвечает за работу местных штабов. ➤ Региональный контент-центр – выполняет рабочие поручения федерального контент-центра, адаптирует федеральные материалы под региональную специфику, создает собственные материалы, исходя из рекомендаций и минимальных требований федерального центра. ➤ Местные штабы проекта – отвечают за работу агитационной сети (кадровый состав и качество работы). 	27 апреля – 31 мая 2020
2.5.	Информационная система и мобильное приложение «Агитатор»	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Техническое сопровождение работы мобильного приложения. ➤ Размещение рабочих задач и сроков - в модуль «Агитатор» кураторами федерального (или регионально уровня) создаются задания: <ul style="list-style-type: none"> - загружаются методические материалы по созданию контента (для региональных штабов проекта); - контент для распространения агитаторами (а дальнейшем возможна доработка системы - автоматизированная генерация 	27 апреля – 31 мая 2020

		<p>контента в виде изображений со встроенными watermark скрытыми пикселями для автоматизированного поиска распространения контента конкретного агитатора).</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Контроль создания контента региональными штабами проекта. ➤ Контроль заполнения задач и размещения отчетности агитаторами (количественный и качественный анализ) региональным штабом проекта (выборочно федеральным штабом). ➤ Корректировка постановки задач и сроков. 	
2.6.	Работа агитационной сети	<ul style="list-style-type: none"> ➤ На задание в ИС «Агитатор» назначаются конкретные агитаторы или группы агитаторов (массовое назначение заданий в соответствии с требуемыми параметрами выборки по критериям). ➤ Выбранные агитаторы получают push-уведомление или СМС, электронные письма с уведомлением о новом задании. ➤ Подтверждают получение задания в мобильном приложении и приступают к работе. ➤ Форматы работы агитаторов (и ВИП-агитаторов): <ul style="list-style-type: none"> - распространение контента на собственных аккаунтах в социальных сетях, отправка личных сообщений через социальные сети; - работа в тематических и территориальных чатах; - работа в мессенджерах (распространение контента через различные чаты: подъездов, домов, родительские, рабочие и т.д.). ➤ Отчет о выполнении задания (с приложенными ссылками и скриншотами) создается в мобильном приложении и становится доступен вышестоящему куратору в ИС «Агитатор». 	27 апреля – 31 мая 2020
2.7.	Совещание в режиме	➤ Проведение совещаний в режиме ВКС с участием 85 субъектов	27 апреля – 31 мая

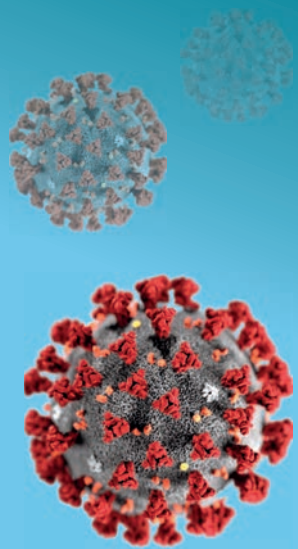
	ВКС	<p>(график проведения - по мере необходимости).</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Информирование о ходе работы по проекту. ➤ Анализ лучших и худших практик. 	2020
2.8.	Аналитическая работа	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Формирование сводных отчетов по мониторингу сети. ➤ Формирование карты размещения в сети ложной информации по тематикам. ➤ Формирование сводных отчетов по подготовленным информационным материалам. ➤ Формирование сводных отчетов по отработке заданий агитационной сетью (в разрезе РО). ➤ Качественный анализ отношения к проведению голосования по поправкам в Конституцию и ЕДГ. ➤ Качественный анализ роста/снижения социального напряжения, поддержки деятельности властей и Партии по итогам работы. 	12 – 31 мая 2020

ЯВКА 2020
STOP COVID-19

ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА

COVID-19

**ФЛЕШМОБЫ И ЧЕЛЛЕНДЖИ В УСЛОВИЯХ
САМОИЗОЛЯЦИИ**



★ Актуальность проекта:

- На фоне усиления режима изоляции всё больше россиян оказываются заперты в четырёх стенах.
- У них появляется больше свободного времени, которое некуда потратить и потребность в активности.
- Единственный канал коммуникаций, позволяющий получать информацию и делиться ей, — это интернет.



ВАЖНО: интернет-аудитория отличается культурным и социальным разнообразием и значительно автоматизирована

Цель проекта:

повысить социальное самочувствие граждан за счет интернет-активности электорально-значимых групп с целью их позитивной социализации и подготовки базы для вовлечения в голосование за поправки в конституцию.

Целевые группы:



- офисные работники,
- пенсионеры,
- студенческая молодежь,
- бюджетники,
- супружеские пары (молодые и пожилые),
- одинокие пенсионеры (как потребители контента)

РЕКОМЕНДУЕТСЯ одновременное проведение нескольких онлайн-мероприятий, направленных на разные сегменты аудитории.



Формы и методы:

организация челленджей и конкурсов с ценными призами и голосование среди пользователей, создание сетевой платформы с интеграцией в социальные сети, фиксация персональных данных через регистрацию.

База данных позитивно заряженных активных пользователей может в дальнейшем использоваться для электоральных проектов:

- политики присоединяются к флешmobам и челленджам;
- герои изоляции и победители становятся спикерами на региональном телевидении, участниками ток-шоу;
- создается база данных новых активистов и сторонников власти



Таймлайн проекта



- **ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ**
5 дней – подготовка запуска проекта, создание технокарты по каждому проекту
- **ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**
7 дней – программирование и полная техническая готовность
- **СТАРТ ПРОЕКТА**
2 дня – запуск проекта, привлечение регионов, продвижение проекта в СМИ и в социальных сетях
- **РАСКРУТКА**
5 дней – привлечение к участию ЛОМов и спикеров в социальных сетях
- **ФОРМИРОВАНИЕ БАЗЫ СТОРОННИКОВ**

Срок реализации проекта – 1 месяц с момента запуска

Идеологическое обоснование проекта

Все мы давно хотели что-то сделать: начать играть на гитаре, написать рассказ, придумать супергероя, нарисовать картину — но постоянно откладывали из-за нехватки времени.

- Флэшмоб, участникам которого предлагается публично подписать обязательство заняться воплощением давней мечты.
- Мы разработаем форму обязательства и распространим её в социальных сетях.
- Участники должны будут также и рассказывать о своём прогрессе в достижении поставленной цели.
- Позитивное подкрепление будет поступать от других участников флэшмоба и поддерживающих его ЛОМ.



#СпасибоБорцамКоронавирусом!

1). Акция «Аплодисменты борцам с коронавирусом»

Во многих европейских странах появилась новая традиция – ежевечерне выходить на балкон и вознаграждать аплодисментами тех, кто занят борьбой с коронавирусом.



ОПИСАНИЕ:

- Привлечение онлайн-лидеров мнений с тем, чтобы инициировать присоединение россиян к международной акции.
- Также снять ролик, в котором ЛОМ призывают к участию.
- Предложить людям ежедневно в 20:00 выходить на балконы или открывать окна, чтобы аплодировать и выкрикивать благодарности врачам.
- Организовать конкурс на лучшую балконную акцию благодарности
- Освещение акции на федеральном телевидении

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ: *офисные работники, бюджетники, пенсионеры, студенты, гламур, региональные чиновники, политические активисты*

#МусорOFF

2). Акция «Красиво выкинь мусор»

Выйти из дома нельзя. Но если надо выбросить мусор, то можно. Давайте сделаем это красиво!

ОПИСАНИЕ: Девушки в вечерних платьях и молодые люди в костюмах (в тройках) выкидывают мусор.

МУЗЫКА: «Все люди как люди, а я суперзвезда».

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ: Офисные работники, пенсионеры, студенты, бюджетники, гламур.

ТЕХНОЛОГИЯ: Организация конкурсов с ценными призами и голосование (самый смешной способ выброса мусора, самый креативный и умный подход к процессу, самый красивый женский наряд, самый красивый мужской наряд). Создание сетевой платформы с интеграцией во все социальные сети, разбитой по федеральным округам, с регистрацией и введением персональных данных.

База данных наиболее активных героев используется для электоральных проектов. Герои изоляции и победители становятся спикерами на региональном телевидении, участниками ток-шоу. Политики присоединяются к флешмобу.



#ДомашнийКинотеатр

3). Акция «Угадай по образу, какой фильм я смотрю?»

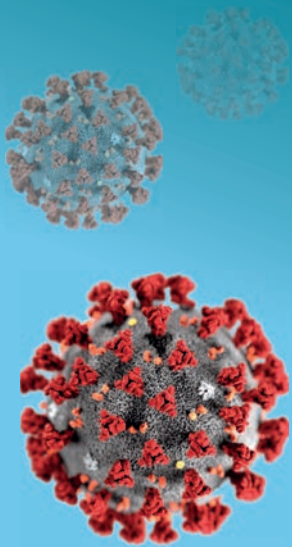
Оделся в костюм ковбоя. Смотришь фильм про дикий Запад!

ОПИСАНИЕ: Для участия в челлендже нужно заснять себя, как ты смотришь кино в образе героев известных фильмов. Можно переодеться, можно использовать короткие цитаты. Люди должны угадать.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ: семейные пары, офисные работники, креативный класс, пенсионеры (зрители)

ТЕХНОЛОГИЯ: организация конкурсов с ценными призами и голосование (самый смешной наряд, лучшая пародия на актера, самый креативный подход, самое красивое прочтение образа, лучший мужской/женский наряд). Создание сетевой платформы с интеграцией во все социальные сети, разбитой по федеральным округам, с регистрацией и введением персональных данных.

База данных наиболее активных героев используется для электоральных проектов. Герои и победители становятся спикерами на региональном и федеральном телевидении. Политики присоединяются к флешмобу.



#ДомашнееКараоке

3). Акция «Караоке батл»

Караоке – одно из любимейших развлечений вечером в пятницу. К сожалению, в период самоизоляции в своей традиционной форме оно стало недоступно. Но всегда есть интернет.



ОПИСАНИЕ:

- Пользователи дуэтом поют песню под караоке через Zoom и выкладывают видео в соцсети и в платформу для организации конкурса с ценными призами. Друзья голосуют, кто лучше справился.
- Всем, кто оставляет комментарий, автор видео назначает песню, которую комментатор также должен спеть под караоке дуэтом со своим другом и выложить в интернет.
- Если активность получит хорошее распространение, можно объявить чемпионат по онлайн-караоке при участии кого-то из интернет-знаменитостей в роли ведущего.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ:

Супружеские пары (молодые и пожилые), одинокие пенсионеры (как потребители контента), бюджетники.

ТЕХНОЛОГИЯ:

Создание сетевой платформы с интеграцией в ФБ, Инстаграм, ОК и ВК, победители конкурса.

#ДомашнееСоциальноеКафе

3). Акция «Соседи!»

В условиях самоизоляции люди лишены возможности посещать привычные кафе, рестораны, закусочные. Кроме того доход большинства людей, находящихся в карантине, резко сократился. Многие граждане страдают без офлайн общения. Формируется запрос на появление домашних социальных кафе как формы проявления солидарности с живущими рядом соседями.

ОПИСАНИЕ:

- Мы демонстрируем успешный опыт организации домашнего/подъездного кафе. В нескольких домах в разных городах России в подъездах многоквартирных домов находятся те люди, кто готов бесплатно вытащить кофе-машину, организовать чаепитие, предложить поделиться продуктами.
- В рамках одного подъезда создается группа в мессенджере «Домашнее кафе», куда входят жители подъезда, которые участвуют в акции. По мессенджеру можно получить бесплатное меню на каждый день, организовать вечерние посиделки.
- Пользователи также могут через Zoom организовать онлайн-караоке с такими же точно жителями в другом городе, 9 мая дуэтом спеть песню о войне, или рассказать о своих фронтовых товарищах.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ:

Супружеские пары (молодые и пожилые), одинокие пенсионеры (как потребители контента), бюджетники

ТЕХНОЛОГИЯ:

Снятие сюжетов на ТВ, организация сетевой платформы с интеграцией в ФБ, Инстаграм, ОК и ВК, организация различных конкурсов.



Флешмобы для детей:



● **«ИГРЫ ДЕТСТВА».**

Спекулируем на чувстве ностальгии — люди охотно делятся воспоминаниями и лайкают такие публикации. Можно вспоминать и играть в игры из детства родителей: строить шалаши, лабиринты, создавать бумажные и тряпичные куклы и солдатики, а также одежду к ним, и делиться в сетях.

● **«БЛАГОДАРНОСТЬ ГЕРОЯМ НАШЕГО ВРЕМЕНИ».**

Спекулируем на чувстве благодарности и сопричастности. Предлагаем сочинять вместе с детьми четверостишия и переделывать известные песни так, чтобы они восхваляли курьеров, врачей, волонтеров, водителей такси, и делиться ими в соцсетях.

● **«ИСТОРИЯ СЕМЬИ».**

Предлагаем рассказать в соцсетях истории о своих родителях, предках. Дети их иллюстрируют.