

Утверждаю:  
Председатель Правления  
Общероссийской общественной  
организации «Общее дело»



Л.Г. Варламов

«17» августа 2021 г.

**Положение о Всероссийском конкурсе для подростков и  
молодёжи  
«ДоброВолец-ПРО»  
Проекты. Развитие. Общество.**

**ДОБРО  
ВОЛЕЦ ПРО**  
ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВО

**г. Москва  
2021 год**

## **I. Общие положения**

**1.1.** Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок, условия, сроки организации и проведения Всероссийского конкурса социально-значимых практик в области здоровьесбережения среди подростков и молодёжи «ДоброВолец-ПРО». Проекты. Развитие. Общество. (далее - Конкурс).

**1.2.** Статус Конкурса- Всероссийский, в случае участия в Конкурсе команд из иностранных государств Конкурс будет иметь Международный статус.

**1.3.** При оформлении наградных документов используется государственный язык Российской Федерации.

## **II. Цель и задачи Конкурса**

**2.1. Цель Конкурса** - вовлечение и поощрение подростков и молодежи, реализующих социально-значимые практики в области здоровьесбережения в формате сверстник-сверстнику, с применением материалов организации «Общее дело», направленных на профилактику употребления психоактивных веществ, формирование ценности здорового образа жизни, личностного роста, укрепление морально-нравственных ценностей. Развитие необходимых навыков и содействие распространению эффективного опыта социального проектирования.

### **2.2. Задачи Конкурса:**

- Подготовить специалистов системы образования и молодёжной политики, а также подростков и молодёжь (обучающихся образовательных организаций, воспитанников молодёжных организаций, общественных объединений) в возрасте от 14 до 25 лет к реализации социально значимых проектов в области здоровьесбережения;
- Способствовать формированию негативного отношения в обществе к употреблению табака, алкоголя и других веществ, вызывающих аддиктивное поведение подростков;
- Поддерживать и стимулировать деятельность образовательных организаций по внедрению социально значимых проектов в области здоровьесбережения;
- Определить наиболее успешно реализованные социальные практики по итогу участия в Конкурсе и поощрить проектные команды победителей.

## **III. Организаторы конкурса**

**3.1. Организатором Конкурса** является Общероссийская общественная организация поддержки президентских инициатив в области здоровьесбережения нации «Общее дело» (далее - Организация).

**3.2.** Общее руководство и координация проведения Конкурса возложена на Оргкомитет. Для оценки проектов формируется Экспертный совет и Жюри. Оргкомитет входит в состав Экспертного совета Конкурса.

**3.3. Оргкомитет конкурса:**

- Принимает решение о порядке проведения Конкурса;
- Определяет условия, сроки, этапы проведения конкурса;
- Определяет критерии оценки проектов;
- Осуществляет формирование и организует работу Экспертного совета Конкурса;
- Формирует и утверждает состав Жюри Конкурса;
- Организует работу по сопровождению проектных команд региональными координаторами организации «Общее дело»;
- Осуществляет подготовку участников к реализации просветительских программ Организации в формате сверстник-сверстнику и созданию проектов;
- Обеспечивает менторскую поддержку проектным командам;
- Обеспечивает участников фирменной атрибутикой и раздаточными материалами;
- Оценивает поступившие проекты на соответствие заявленным параметрам, проводит их регистрацию, организует передачу материалов для оценки Экспертному совету и Жюри;
- Оформляет необходимые документы по Конкурсу;
- Организует процедуру выявления и награждение победителей Конкурса призами, дипломами, остальных участников Конкурса сертификатами, подарками.

## **IV. Экспертный совет**

**4.1. С целью социального партнерства** Организация приглашает специалистов региональных государственных и общественных структур принять участие в Конкурсе.

Назначенные от регионов специалисты войдут в Экспертный совет Конкурса.

**4.2. В состав Экспертного совета** могут входить представители Оргкомитета Конкурса, специалисты системы образования, социальной сферы, молодёжной политики, общественные деятели, лидеры добровольческих объединений, общественных организаций, представители органов исполнительной власти, не принимающие участия в Конкурсе в качестве руководителя проектной команды или координатора региона по Конкурсу от Организации.

**4.3. Экспертный совет рассматривает и оценивает** отчетную документацию проектов, осуществляет проверку публикаций о проведенных занятиях/мероприятиях, предоставленных в итоговом отчете команды. Члены

экспертного совета **не оценивают работы, поданные командами из своего региона проживания.**

**4.4.** Члены Экспертного совета в регионах оказывают содействие в подписании и вручении наградных документов участникам Конкурса своего региона проживания.

**4.5.** Члены Экспертного совета по своему желанию могут присутствовать на обучающих вебинарах и просветительских беседах для команд и педагогов, с правом получения Сертификатов о прохождении обучения (если таковые предусмотрены в данном случае).

**4.6** По завершении Конкурса члены Экспертного совета получают Благодарственные письма от Организации.

**4.7. Заявки на назначение специалистов** для включения в Экспертный совет Конкурса принимаются **до 1 декабря 2021 года**, после извещения Оргкомитетом регионального ведомства о количестве заявившихся от региона команд участников. **Приложение № 1.**

## **V. Участники Конкурса**

**5.1.** Конкурс носит открытый характер, участие в котором могут принять обучающиеся и добровольцы **в возрасте от 14 до 25 лет включительно:** обучающиеся общеобразовательных организаций, профессиональных образовательных организаций, организаций высшего образования, образовательных организаций дополнительного образования, воспитанники молодёжных и общественных объединений, спортивных секций (далее - образовательные организации)-граждане Российской Федерации и иностранных государств.

**5.2.** Рекомендованное количество участников команды **от 4 до 10 человек.**

**5.3.** К участию в Конкурсе приглашаются учителя, преподаватели, психологи, социальные педагоги, классные руководители и другие специалисты (далее - Педагоги). Возраст Педагога не имеет значения.

## **VI. Сроки и порядок проведения Конкурса**

**6.1.** Конкурс проводится в период с **1 октября 2021 года по 29 апреля 2022 года.**

**6.2.** Основной составляющей при создании и реализации проекта является применение материалов Организации (Приложение № 3).

**6.3.** В период реализации проекта должно быть проведено минимум **10 интерактивных занятий/мероприятий в формате сверстник-сверстнику с просмотром фильмов Организации.**

**6.4.** Конкурс проходит в **2 этапа:**

- **Первый этап- Подготовка: период с 1 октября 2021г. по 14 декабря 2021г.**

**1) Обучение команд - с 1 октября 2021 г. по 15 ноября 2021 г.**

Наставниками Конкурса будет осуществлена подготовка участников по программе обучения: основам социального проектирования, профилактике употребления психоактивных веществ в детской и молодежной среде, ораторскому мастерству, командообразованию и пр.

**2) Обучение педагогов - с 1 ноября 2021 г. по 30 ноября 2021 г.**

Наставниками Конкурса будет осуществлена подготовка Педагогов по программе: эффективная педагогика, профессиональное выгорание, информационная безопасность, псевдопрофилактика.

**3) Подача проектной документации: презентации проекта и паспорта проекта:**

**до 30 ноября 2021 г. 23:59 час. по московскому времени**

**Содержание презентации проекта:** участники проектной команды, проблема, цель, задачи, план-график, ожидаемые результаты, перспектива проекта, планируемый охват аудитории.

**Презентация-** видеоролик продолжительностью не более 2-х минут либо в формате РБР не более 10 слайдов.

**4) Рассмотрение проектов Оргкомитетом и Экспертным советом:  
с 1 декабря 2021 года по 14 декабря 2021 г.**

После получения конкурсных документов от участников Оргкомитет высылает уведомление о регистрации работ и их допуске на этап реализации. Уведомления о переходе команды на этап реализации будут разосланы не позднее 14.12.2021 г.

Конкурсные документы участников обрабатываются Оргкомитетом в составе Экспертного совета Конкурса. Экспертный совет рассматривая конкурсные работы, дает рекомендации, комментарии по проекту.

На основании поступивших проектов формируется список основных участников Конкурса.

**5) Лидерский курс для участников конкурса-  
С 1 декабря 2021 г. по 14 декабря 2021 г.**

Наставник и методический куратор Конкурса-Михаил Федоренко проведет курс обучения из 3-х занятий.

- **Второй этап- Реализация: период с 15 декабря 2021г по 31 марта 2022 г.**

1) Участники реализуют свои проекты.

**2) Подача итоговых отчетов о реализованных проектах:  
до 31 марта 2022 г. 23:59 час. по московскому времени**

**Отчет в виде презентации о реализации проекта должен содержать:** Состав проектной команды, суть проблемы, цель, решенные задачи, результат, количество занятий/мероприятий, ход выполнения проекта, перспектива проекта, минусы проекта, охват аудитории.

**Презентация-видеоролик** продолжительностью не более 2-х минут либо в формате РБР не более 15 слайдов, хорошо воспринимаемый, наглядный материал о проектной деятельности с фотографиями, благодарностями, отзывами участников, грамотами и пр.

**3) Подведение итогов: с 1 апреля 2022 г. по 29 апреля 2022 г.**

- Оргкомитет Конкурса в составе Экспертного совета и членов Жюри осуществляют оценку проектов по критериям. (Раздел 7 настоящего Положения);
- После формирования балльно-рейтинговой ведомости, 10 команд, набравшие наибольшее количество баллов проходят в финал для защиты своих проектов;
- **29 апреля 2022 г.** - финалисты представят свои проекты перед членами жюри в формате онлайн-питчинга. **Питчинг:** Финалисты представят свои проекты членам Жюри. Каждому конкурсанту дается 3 минуты на защиту проекта плюс ответы на вопросы. У участников будет возможность в реальном времени услышать мнение экспертного сообщества о проекте. По результатам питчинга будут определены победители.

**6.5. При подготовке презентаций недопустимо:**

- Демонстрировать последствия, к которым приводит употребление алкоголя, табака, других наркотических и психотропных веществ, сцен употребления табака, алкоголя, других наркотиков, демонстрация атрибутов употребления, связанная с зависимым поведением и угрозой для жизни (игла, сигареты, кровь и т.п.);
- Содержание презентаций не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе федеральным законам: от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

**6.6. Если команда в период реализации проекта создает собственную видеопroduкцию в формате социальной рекламы, просим участников**

обратить внимание на рекомендации к созданию социальной видеоинформации. **Приложение № 5.**

#### **6.7. Отчетная документация:**

##### **Этап Подготовки:**

- 1) Презентация (п. 6.4;6.5;6.6).
- 2) Паспорт проекта (Приложение № 2).

##### **Этап Реализация:**

- 1) Презентация о реализованном проекте (п. 6.4;6.5;6.6).
- 2) Отчет о реализованном проекте.

**6.8. В качестве отчётов, в период реализации проекта участники размещают публикации о проведенных занятиях/мероприятиях в социальных сетях.**

**(Рекомендации по созданию публикаций в Приложении № 4).**

**6.9.** Публикации могут быть размещены в сети Интернет: в ВКонтакте - на личных аккаунтах участников команды, сообществах команд, официальных ресурсах образовательной организации, в других социальных сетях.

**6.10.** Публикации о проведении одного и того же занятия, размещенные в различных социальных сетях не должны дублировать друг друга в итоговом отчете.

**6.11.** Все публикации о проведенных занятиях/мероприятиях на протяжении реализации проекта отмечаются хэштегом **#ДоброВолецПРО.**

#### **6.12. Не принимаются и не рассматриваются работы:**

- присланные после окончания срока их приема;
- написанные на английском или другом иностранном языке без перевода на русский язык;
- не соответствующие форме представления и перечню прилагаемых документов.

## **VII. Критерии оценки**

### **7.1. Критерии оценки проектов на завершении этапа реализации:**

#### **1) Оригинальность идеи**

Насколько предлагаемый продукт оригинален (не вторичен)? Нужен ли он, исходя из задач проекта? Насколько качественно он выполнен? Интересно ли дизайнерское решение? Содержит ли продукт послание, адресованное

именно целевой аудитории проекта? Насколько оно соответствует конкретным запросам аудитории?

## **2) Социальная значимость**

Социальная значимость проекта и вовлечение аудитории. Насколько проект способен изменить жизнь людей, входящих в целевые группы проекта, к лучшему? Может ли проект повлиять на принятие решений? Насколько предлагаемые изменения значимы для общества в целом? Насколько проект способен вовлечь аудиторию?

## **3) Потенциал проекта**

Стратегический подход, логика, продуманность, перспективы. Ведет ли решение поставленных задач к достижению цели проекта и его развитию? Насколько четко определены показатели эффективности в реализации проекта? Насколько продуман, структурирован и детально выстроен план? Есть ли задел на будущее?

## **4) Качество проекта**

Насколько качественно выполнен проект? Интересно ли дизайнерское решение? Содержит ли продукт послание, адресованное именно целевой аудитории проекта? Насколько оно соответствует конкретным запросам аудитории? Правильно ли выбран визуальный образ? Запоминается ли продукт?

## **5) План продвижения**

Воплощение замысла проекта и каналы продвижения. Насколько правильно были выбраны каналы продвижения: соответствовали ли они целевым аудиториям и задачам проекта? Были ли среди них нестандартные? Реалистичны ли планы продвижения?

## **6) Оценка потенциальной эффективности**

Насколько обозначенные результаты будут/соответствуют поставленным целям и задачам? Насколько креативна идея и план продвижения решили изначально поставленные задачи и воплотили оригинальную идею?

**Баллы (проставляются по каждому критерию в соответствии с показателями в таблице):**

**0 баллов** Представленный проект не заслуживает рассмотрения (представлен не полностью, проигнорированы обязательные пункты).

**1-4** Проблема актуальна, идея релевантна, но банальное представление проекта. Предложенный проект вряд ли способен что-либо улучшить.



- 5-7 Хорошая** Хорошая идея проекта, однако тема не раскрыта с точки зрения реализации и целесообразности.
- 8-9 Отличная** Очень достойное предложение, идея четкая и значимая. Хорошо проработанный план с реалистичными показателями.
- 10 Блестящая** Блестящая идея, отличное планирование, есть перспективы реализации проекта.

## **7.2. Критерии оценки деятельности проектных команд:**

### **1) Количество проведенных занятий (до 10 баллов)**

Количество занятий подтверждается на основании просмотра публикаций из социальных сетей о проведенных командой занятиях/мероприятиях в период реализации проектов. Определяется соответствие публикаций рекомендациям, заявленным в **Приложении № 4 - Рекомендации по созданию публикаций;**

### **2) Взаимодействие с молодёжными, детскими аудиториями/партнерами на местном/региональном/международном уровне (до 15 баллов).**

**Под взаимодействиями** подразумевается поиск сверстников, единомышленников, заинтересованных организаций с целью участия при реализации проекта.

**3) За прохождение I этапа конкурса-Подготовка команд, максимально-возможное количество полученных баллов-15.**

**7.3.** При подведении итогов и формировании общекомандной балльно-рейтинговой ведомости результаты команд по всем критериям оценки суммируются. Максимальное количество баллов по всем критериям -100.

## **VIII. Подведение итогов Конкурса и награждение**

**8.1.** Итоги Конкурса утверждаются протоколом заседания Оргкомитета.

**8.2.** По итогам определяются победители (1, 2, 3 место), последующие 3 команды (4, 5, 6 место). Также награждаются руководители команд победителей.

**8.3.** Победители Конкурса (с 1-3 место) получают Дипломы. Все участники Конкурса получают Сертификаты. Педагоги получают Благодарственные письма.

**8.4.** Команды призеров (с 1-6 место) награждаются грантовыми Сертификатами. На сумму вознаграждения, определенную Сертификатом,

Организация оплачивает полезные товары или услуги на нужды всей команды по выставленному Организации счету. Руководители команд победителей получают денежные вознаграждения.

**8.5.** Оргкомитет оставляет за собой право на учреждение дополнительных номинаций и специальных призов.

## **IX. Особые условия.**

**9.1. Обработка персональных данных Участников**, а именно их сбор, систематизация, накопление, хранение, изменение, использование, блокирование и др. производится в соответствии с требованиями Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ.

**9.2. Фильмография**, на основе которой участникам Конкурса рекомендовано проводить интерактивные занятия в формате сверстник-сверстнику в рамках Конкурса, определена в **Приложении № 3**.

**9.3. Оргкомитет не несет ответственности** за применение при проведении занятий участниками иных материалов из сети Интернет.

**9.4. Оргкомитет вправе не учитывать занятия**, проведенные участниками с применением иных материалов, кроме материалов, созданных Организацией.

**9.5. Оргкомитет Конкурса не несет ответственности** за применение материалов Организации с несоблюдением возрастной маркировки и не соответствующей по возрасту целевой аудитории.

**Информация о возрастной маркировке и возрасте целевой аудитории, соответствующим видео контенту Организации. Приложением № 3.**

**9.6.** Оргкомитет Конкурса вправе вносить изменения в настоящее Положение с обязательной публикацией на Сайте организации «Общее дело»: [БИр8://общее-дело.рф/](http://БИр8://общее-дело.рф/), в разделе [Шр5://общее-дело.рф/добровольчество/](http://Шр5://общее-дело.рф/добровольчество/)

**9.7.** Материалы, представляющие профессиональный интерес для образовательных организаций, размещаются на официальном сайте Общероссийской общественной организации «Общее дело»: [БИр8://общее-дело.рф/](http://БИр8://общее-дело.рф/)

**9.8.** В случае самостоятельного изготовления участниками Конкурса футболок, или другой атрибутики с фирменной символикой Конкурса,

месторасположение логотипов должно быть размещено аналогично официальной атрибутике конкурса. Оргкомитет просит не менять расположение логотипов и принтов на одежде.

#### **9.9. Официальные контакты Конкурса:**

- 1) Электронная почта Конкурса: [копкиг8@ob8bee-ee1o.ru](mailto:копкиг8@ob8bee-ee1o.ru);
- 2) Сайт организации «Общее дело»: [БИр§://общее-дело.рф](http://БИр§://общее-дело.рф);
- 3) ВКонтакте, сообщество «ДоброВолец»: [Шр5://ук.com/ёоЬгоуо1есоё](http://Шр5://ук.com/ёоЬгоуо1есоё);

#### **9.10. Конкурс проводится в соответствии со следующими правовыми актами и методическими документами:**

- Федеральным законом от 8 января 1998 г. № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах»;
- Федеральным законом от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних»;
- Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Указ Президента РФ от 23.11.2020 N 733 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2030 года»;
- Концепцией реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года (утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. № 2128-р);
- Концепцией развития системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних на период до 2020 года (утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 марта 2017 г. № 520-р);
- Концепцией профилактики потребления психоактивных веществ в образовательной среде (утвержденной 05.09.2011, направленной Письмом Министерством образования и науки РФ от 05.09.2011 № МД-1197/06);
- Федеральным государственным образовательным стандартом основного общего образования (утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. № 1897);
- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования (утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 17 мая 2012 г. № 413);

## X. Календарный план подготовки и проведения Всероссийского конкурса «ДоброВолец-ПРО»:

№ п.	Мероприятие	Сроки проведения	Порядок проведения, дополнительные условия
1	Заявка на участие в Конкурсе для Педагога (руководителя проектной команды)	1-30 сентября (Прием заявок будет закрыт в 23:59 по московскому времени)	Ссылка на регистрацию: <a href="http://b11.p://доброволец-про.рф">Б11;p://доброволец-про.рф</a>
2	Заявка на участие в Конкурсе для учащихся	1-30 сентября (Прием заявок будет закрыт в 23:59 по московскому времени)	Ссылка на регистрацию: <a href="http://bi.p8://eoBo.gi/uasapcy/10120762">БИ;p8://ёоBo.gi/uasapcy/10120762</a>
2.1	Вводный вебинар для всех участников Конкурса	17 сентября 2021 г. 12:00 МСК.	Все зарегистрированные участники получают ссылку на вебинар по электронной почте.
3	<b>I ЭТАП</b>  Подготовка команд	1 октября 2021 г.-14 декабря 2021г.	Команда наставников Конкурса проводит обучающий цикл для участников по следующим направлениям: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основы проектной деятельности</li> <li>• ЗОЖ</li> <li>• Профилактика</li> <li>• Ораторское искусство</li> <li>• Командообразование</li> <li>• Блогинг</li> </ul>
4	Подготовка педагогов	С 1 ноября 2021 г. по 30 ноября 2021 г.	Специалисты проводят обучение по следующим направлениям: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Эффективная педагогика</li> <li>• Профессиональное выгорание</li> <li>• Информационная безопасность.</li> <li>• Псевдопрофилактика.</li> </ul> <p><b>В целях дополнительной мотивации в виде грантовой поддержки Педагоги смогут принять участие в конкурсе на лучшее применение методологий из</b></p>

			<p><b>курса обучения «Эффективная педагогика» в период реализации проектов. Подробная информация будет своевременно доведена до Педагогов на официальных ресурсах Конкурса.</b></p>
5	<b>Отправка проектной документации</b>	<b>Прием документации до 30 ноября 2021 г. до 23:59 час по московскому времени</b>	Перечень проектной документации в п.6.7 настоящего Положения.
6	<b>Экспертиза проектной документации</b>	<b>С 1 декабря 2021 г. по 14 декабря 2021 г.</b>	Оргкомитет в составе Экспертного совета рассмотрит заявки на соответствие техническому заданию и определит участников второго этапа. Команды, прошедшие на этап реализации проектов получают соответствующее уведомление не позднее 14.12.2021 г.
7	<b>Лидерский курс для проектных команд</b>	<b>С 1 декабря по 14 декабря 2021 г.</b>	Наставник и методический куратор Конкурса-Михаил Федоренко проведет курс обучения из 3-х занятий. Темы курса: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегия успеха</li> <li>• Эффективное мышление</li> <li>• Сильная команда</li> </ul>
8	<b>II ЭТАП Реализация</b>	<b>С 15 декабря 2021 г. по 31 марта 2022 г.</b>	Проектные команды Конкурса осуществляют реализацию проектов.

9	<b>Отправка итоговых отчётов о реализации проекта</b>	<b>До 31 марта 2022 г. до 23:59</b> по московскому времени	Перечень проектной документации в п.6.7 настоящего Положения.  Форма отчета о реализации проекта будет предоставлена командам после прохождения 1 этапа.
10	<b>Подведение итогов</b>	<b>С 1 апреля 2022 г. по 29 апреля 2022 г.</b>	Оргкомитет Конкурса в составе Экспертного совета и Жюри Конкурса осуществляют оценку проектов. По итогу формируется список финалистов из 10 команд, набравшие максимальное количество баллов. <b>(Раздел VII)</b>
11	<b>Финалисты представят свои проекты перед членами жюри в формате онлайн-питчинга</b>	<b>29 апреля 2022 г.</b>	<b>Питчинг:</b> Финалисты представляют свои проекты членам Жюри. Каждому конкурсанту дается 3 минуты на защиту проекта плюс ответы на вопросы. У участников будет возможность в реальном времени услышать мнение экспертного сообщества о проекте. По результатам питчинга будут определены победители.  Присутствуют все участники конкурса.

12	<b>Церемония награждения</b>	<b>29 апреля 2022 г.</b>	<p>Церемония награждения победителей Конкурса состоится после питчинга в онлайн формате.</p> <p><b>На церемонию награждения приглашаются все участники конкурса.</b></p> <p><b>Во время церемонии награждения будут разыграны призы и подарки от Партнеров Конкурса.</b></p>
<p><b>Важно!</b>  В ходе реализации проектов командам необходимо систематически размещать информацию в социальных сетях о проведении занятий/мероприятий.</p> <p>Обязательно указание хэштега: <b>#ДоброВолецПРО.</b></p>			

**Заявка на включение специалиста в Экспертный совет  
Всероссийского конкурса  
«ДоброВолец-ПРО»**

(1 октября 2021 года - 29 апреля 2022 года)

1. Субъект РФ.

2. Город

3. Организация, назначившая специалиста

№	Ф.И.О специалиста	Электронная почта специалиста	Номер телефона специалиста	Место работы/должность
1				
2				
3				

Ответственно лицо от организации, назначившей специалиста:

( ФИО, подпись )

(дата)

М.П



**ПАСПОРТ ПРОЕКТА**

(название команды, наименование учреждения)

1. Название проекта	
2. Краткое описание проекта	
3. География проекта	
4. Дата начала реализации проекта	
5. Дата окончания реализации проекта	
6. Обоснование социальной значимости проекта	
7. Целевые группы проекта	
8. Цель проекта	
9. Задачи проекта	
10. Партнёры проекта	
11. Информационное сопровождение проекта	
12. Количественные результаты	
13. Качественные результаты	
14. Дальнейшее развитие проекта	
15. Источники ресурсного обеспечения проекта	

16. Руководитель проекта	
17. Команда проекта	

**18. Календарный план реализации проекта**

№ п\п	Решаемая задача	Мероприятие, его содержание, место проведения	Дата начала	Дата окончания	Ожидаемые результаты

**Рекомендуемый видеоконтент для проведения занятий в рамках реализации проекта**

Оргкомитет конкурса рекомендует командам-новичкам начинать проводить занятия, применяя первые 6 позиций в списке:

1. **Мультфильм «Тайна едкого дыма»** (категория 0+)  
Бйр8://уоиШ.Ъе/суР02МТЮ2с

Это первая серия мультипликационного сериала «Команда Познавалова». Как рассказать ребенку о вреде курения? Конечно, отправиться вместе с ним в необыкновенное путешествие по организму человека, чтобы своими глазами увидеть, что происходит в организме курящего.

Целевая аудитория мультфильма — дети от 5 до 14 лет. Хронометраж 10 мин. 53 сек.

2. **Мультфильм «Опасное погружение»** (категория 0+)  
Бйр8://уоиШ.Ъе/6У016КВгдВ0

Это вторая серия мультипликационного сериала «Команда Познавалова», на этот раз о вреде алкоголя. Мультфильмы серии «Команда Познавалова» призваны сформировать у детей ценность здорового образа жизни.

Целевая аудитория мультфильма - дети от 5 до 14 лет. Хронометраж 11 мин. 24 сек.

3. **«Четыре ключа к твоим победам»** (категория 0+)  
Шрз://уоиШ.Ъе/СР&80РдКУ4

Документальный фильм, направленный на профилактику аддиктивного поведения среди подростков и молодежи путем развития мотивационной сферы личности.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 25 лет. Хронометраж 29 мин. 09 сек

4. **«Путь героя»** (категория 0+) Бйр8://уои1и.Ъе/Хѐа2Ъ-К4И8

Документальный фильм, направленный на профилактику компьютерной зависимости среди подростков и молодежи путем развития мотивационной сферы личности.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 25 лет. Хронометраж 23 мин. 10 сек.

5. **«Секреты манипуляции. Алкоголь»** (категория 12+)  
Шр8://уоиШ.Ъе/Ю4ЭДЪШ818

Документальный фильм, направленный на профилактику алкоголизма в молодежной среде. Фильм рассказывает о способах манипуляции, применяемых производителями алкоголя для вовлечения подростков в потребление алкоголя.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 25 лет. Хронометраж 28 мин. 56 сек.

6. **«Секреты манипуляции. Табак»** (категория 6+)  
Шр8://уоиШ.Ъе/И80\_29пЪ521

Документальный фильм, направленный на профилактику табакокурения среди молодежи.

Целевая аудитория фильма - от 10 до 25 лет. Хронометраж 30 мин. 52 сек.

7. **«Пять секретов настоящего мужчины»** (категория 6+)

Б#р8://уои1;и.Бе/0^-БеВ1У1;Нс

Документальный фильм, направленный на профилактику аддиктивного поведения среди подростков и молодежи путем развития мотивационной сферы личности.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 25 лет. Хронометраж 31 мин. 59 сек.

8. **«Тайна природы женщины»** (категория 6+) Бйр8://уои^и.Бе/20^оБ^N^K0

Документальный фильм, направленный на профилактику аддиктивного поведения среди подростков и молодежи путем развития мотивационной сферы личности. Также фильм направлен на укрепление морально-нравственных ценностей.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 35 лет. Хронометраж 29 мин. 51 сек.

9. **«История одного обмана»** (категория 6+) Шр8://уоиШ.Бе/гСО^Рх9сК4

Документальный фильм, направленный на профилактику алкоголизма в молодежной среде. Фильм рассматривает распространенные заблуждения в отношении алкоголя с точки зрения исторических и медицинских фактов.

Целевая аудитория фильма - от 10 до 25 лет. Хронометраж 29 мин. 27 сек.

10. **«Наркотики. Секреты манипуляции»** (категория 12+)

Б#р8://уои1;и.Бе/БХ2ТООргууо

Документальный фильм, направленный на профилактику наркомании в молодежной среде, а также на популяризацию здорового образа жизни и ответственной гражданской позиции.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 25 лет. Хронометраж 36 мин. 33 сек.

11. **«Как научиться любить?»** (категория 0+) Шр8://уои1и.Бе/-5ВЪ|гтУН\_с

Документальный фильм, направленный на укрепление морально-нравственных ценностей.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 35 лет. Хронометраж 26 мин. 00 сек.

12. **«Алкоголь. Незримый враг»** (категория 0+)

Б#р8://уои1и.Бе/52д&сБВсАЕ

Документальный фильм, направленный на профилактику алкоголизма в молодежной среде.

Целевая аудитория фильма - от 12 до 45 лет. Хронометраж 37 мин. 10 сек.

13. **«Грязные слова»** (категория 12+)

Бйр8://^^^уои1иБе.сот/^а1сБ?у=еЪ^УуРЬ4др0

Документальный фильм про обсценную лексику и культуру языка.

Целевая аудитория фильма - от 14 до 35 лет. Хронометраж 29 мин. 02 сек.

Экспертами Роскомнадзора проведена оценка аудиовизуального контента Общероссийской общественной организации «Общее дело» на соответствие Федеральному закону Российской Федерации от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», согласно результатам экспертизы фильмам организации «Общее дело» присвоен знак «Чистый информационный продукт для детей и взрослых» и

отмечено, что фильмы «не содержат в себе информации, способной причинить вред здоровью и (или) развитию детей».

Профилактические программы и фильмы Общероссийской общественной организации «Общее дело» получили положительную оценку экспертов следующих ведомств:

- Министерство образования и науки Российской Федерации;
- Министерство образования Московской области;
- Департамент образования г. Москвы;
- Департамент труда и социальной защиты г. Москвы;
- Департамент здравоохранения г. Москвы;
- Департамент средств массовой информации и рекламы г. Москвы;
- ФСКН России;
- Московский государственный психолого-педагогический университет;
- Московский научно-практический центр наркологии.

**Все экспертные заключения, а также прокатные удостоверения Министерства культуры Российской Федерации доступны по ссылке: [БМр8://уай1.8кМ/85еОГХ304СсОБ§](https://yadi.sk/d/1.8kM/85eOGX304CcOБ§)**

Согласно п. 5 Протокола № 36 заседания Антинаркотической комиссии в Московской области от 21 июня 2017 года под председательством губернатора Московской области А. Ю. Воробьева, программа «Здоровая Россия - общее дело» Общественной организации «Общее дело» включена в Библиотеку лучших практик по профилактике наркомании и рекомендована для применения в образовательных учреждениях Московской области. В частности, в программу «Здоровая Россия - общее дело» входят фильмы «Наркотики. Секреты манипуляции», «Секреты манипуляции. Алкоголь», «Секреты манипуляции. Табак», «История одного обмана» и «День рождения».

Помимо вышеупомянутых фильмов и мультфильмов, в фильмографии Общероссийской общественной организации «Общее дело» имеются социальные видеоролики [Бйр8://общее-дело.рфМёео/гоНЫ/](https://yadi.sk/d/Бйр8://общее-дело.рфМёео/гоНЫ/), в том числе с известными людьми. [Ы^^/общее-дело.рфМёеоЯатош-реорЬ/](https://yadi.sk/d/Ы^^/общее-дело.рфМёеоЯатош-реорЬ/)

Дополнительно сообщаем, что организация «Общее дело» производит короткие ролики социальной рекламы, предназначенные для размещения на городских экранах (есть варианты со звуком и без звука). [Шр8://общее-дело.рф/та1епа18/1её-Ъоагё-гоНк1/](https://yadi.sk/d/Шр8://общее-дело.рф/та1епа18/1её-Ъоагё-гоНк1/)

Также есть макеты баннеров для наружной социальной рекламы на билбордах и плакаты формата А4 для размещения внутри общественного транспорта. Есть варианты наружного нанесения социальной рекламы на автобусы и троллейбусы. [Шр8://общее-дело.рф/та1;епа18/](https://yadi.sk/d/Шр8://общее-дело.рф/та1;епа18/)

В настоящее время профилактические программы и аудиовизуальная продукция Общероссийской общественной организации «Общее дело» широко используются в профилактической работе штатными специалистами государственных учреждений и общественных организаций, в частности, в школах, колледжах, университетах, центрах медицинской профилактики, а также в учреждениях Минздрава России, ФСБ, МВД, ФСИН, МЧС, войсковых частях Вооруженных сил и Росгвардии.

Все материалы организации доступны на официальном сайте:

[Бир8://общее-дело.рф/](http://бир8://общее-дело.рф/)

**Рекомендации по созданию публикаций в социальных сетях для участников Всероссийского конкурса «ДоброВолец-ПРО»**

Содержание текста публикаций предполагает наличие информации, которая наиболее ярко и выразительно передаст ценность и ключевое значение проведённого мероприятия:

- описана польза от полученных знаний и обсуждаемых тем;
- переданы эмоции (впечатления) ведущих, участников;
- обозначена важность обсуждаемой темы;
- сделаны логические выводы;
- осуществлён творческий подход к написанию текста публикации;
- осуществлён творческий подход съёмке фотографий;
- показаны результаты, полученные от проведения занятия;
- просматривается, что данная тема интересна и важна создателю публикации;
- создатель публикации полностью придерживается тех же взглядов и ценностей, которые транслируются во время занятий.

**Публикация должна содержать:**

- название команды;
- название образовательной организации, название населенного пункта;
- название просмотренного фильма или мультфильма организации «Общее дело»;
- уникальный хэштег #ДоброВолецПРО;
- минимум 2 фотографии к одному занятию;
- если в публикации объединено несколько занятий, то необходимо прикрепить количество фотографий равное количеству занятий. На фотографиях должно быть видно, что занятия проводились с разными детскими (подростковыми) аудиториями;
- В тексте публикаций и на фото, прикреплённых к посту должна прослеживаться прямая связь с применением материалов Организации;
- Во время проведения мероприятий, при оформлении публикаций, при оформлении статей в социальных сетях рекомендуем использовать логотипы, банеры, плакаты, размещенные по ссылке: [Бир8 ://уæ1.8Ш/А5 атМЦпвАгЪГДА](http://uæ1.8Ш/А5 атМЦпвАгЪГДА)

**Рекомендации к созданию публикаций:**

- 1) **Поймите, кто может читать ваши публикации в социальных сетях, и кто является вашей целевой аудиторией:**
  - Подростки и молодежь;



- Педагоги, специалисты по работе с молодёжью, администрация образовательной организации;
- Родители, родственники;
- При написании текста представьте себя на месте целевой аудитории, будет ли интересно читать этот текст, стали бы вы сами это читать на месте ЦА?

## **2) Составление контент-плана на несколько месяцев вперед, с целью разнообразить публикации.**

### **Наиболее подходящие типы контента:**

- Новостной (новости, тренды, цифры, отчеты)
- Репутационный (достижения, экспертность, поздравления)
- Полезный (статьи, подборки, инструкции, разбор ошибок)
- Интерактивный (опросы, чаты, конкурсы)
- Пользовательский (статьи, истории, рекомендации)

### **3) Публикация должна отвечать на следующие вопросы:**

- Что писать? (тема)
- Как писать? (стиль и формат)
- Для кого писать? (ЦА)
- Для чего писать? (побуждение к действию)

### **4) Придерживайся плана:**

- Заголовок
- Лид (подводка к теме)
- Ядро поста (основная информация)
- Действие-побуждение
- Хэштеги

### **5) Основные принципы при написании публикации:**

- Пишем правду- не приукрашаем, не врём, рассказываем факты. Читатель осознанно чувствует скрытие информации или недоговаривание;
- Смысл или форма? Если стоит выбор сделать красиво или информативно, делаем второе!
- Принцип простоты-мы заботимся о читателе и выражаем мысль за меньшее число знаков. Без сложных конструкций в предложениях;
- Пишем, как для себя- нравится ли вам текст, понятна ли суть без перечитывания?
- Читай вслух! Лучший способ проверить текст на качество. Где то режет слух? Попробуйте переписать!
- Приводи примеры- читатель любит примеры из жизни, через них проще понять;
- От простого к сложному- сначала текст проще, углубляемся в тему постепенно;

- Польза-вред! Читатель не должен искать нужную информацию - располагаем важные мысли в начале текста, дальше по убыванию;
- Заголовок поможет-в заголовке заключается смысл текста, дайте смысл сразу;
- Принцип уважения и заботы-читатель не похвалит вас за неинформативные, однообразные тексты и лишние фразы.

### Рекомендации по созданию социальной видеoinформации

В соответствии с Концепцией профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде (утверждена Минобрнауки России от 5 сентября 2011 г.) первичная профилактика является приоритетным направлением превентивной деятельности в образовательной среде и реализуется преимущественно в рамках работы общеобразовательных организаций.

Основой содержания первичной профилактики является формирование и развитие у обучающихся личностных ресурсов, повышающих их устойчивость к негативным влияниям среды.

Одним из действенных инструментов профилактической деятельности выступает социальная информация-реклама, обладающая мощным информационным потенциалом (ресурсом) и влиянием на формирование ценностных установок, культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактику аддиктивного поведения среди обучающихся.

Социальная реклама в доступной, эмоционально насыщенной, краткой по времени и содержательной по форме отражает не только социальные проблемы общества, но и возможные пути их решения.

Под понятием **«социальная реклама»** понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (пункт 11 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

При создании социальной видеoinформации важно учитывать следующие **рекомендации** относительно видеоряда, текста, художественного и эмоционального исполнения:

- текст социальной рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным и отражать социальную тематику Всероссийского конкурса «Здоровая Россия-общее дело», (далее Всероссийский конкурс);
- социальная видеoinформация достигнет своей цели, если она будет максимально достоверной, убедительной и предельно адресной с учетом ориентаций на определенную целевую аудиторию (возрастную группу);
- видеоряд должен транслировать положительные образцы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни обучающихся, использовать позитивный и созидательный посыл. В социальной видеoinформации необходимо отражать идею решения той или иной социальной проблемы, предлагать альтернативные способы самореализации обучающихся. Важно

наглядно продемонстрировать нормативную модель поведения, которая популяризируется через видеoinформацию;

- делать акцент не на проблему и последствия зависимого поведения, а на воспитание, развитие личностных качеств обучающихся, которые помогут ему самостоятельно справляться с возможными психологическими проблемами и трудностями в жизненных ситуациях;
- содержание и сюжет не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе федеральным законам: от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

При подготовке видеороликов **недопустимо:**

- использование элементов запугивания, т.к. эта информация может причинить вред здоровью и развитию детей (например, страшные картины последствий, к которым приводит употребление алкоголя, табака, других наркотических средств и психотропных веществ), сцен употребления психоактивных веществ, демонстрация атрибутов, связанная с зависимым поведением и угрозой для жизни (игла, сигареты, кровь и т.п.);
- использование нецензурной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, нравоучительных и менторских призывов с частицей НЕ;
- преувеличение негативных последствий тех или иных действий, связанных с зависимым поведением, предоставление ложной информации;
- использование неоднозначных образов или смысловых частей, которые можно по-разному интерпретировать. Социальная реклама не должна вызывать депрессивные чувства, наоборот, ее задача состоит в создании позитивного образа, которому хочется следовать;
- использование в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц (текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.п.). Каждый участник Всероссийского конкурса берет на себя ответственность за то, что при подготовке, публикации и/или распространении видеороликов в любой форме не были и не будут нарушены авторские и/или иные права третьих лиц.

При подготовке видеороликов необходимо делать упор на развитие социальных и личностных навыков участников, на популяризацию ценности здорового образа жизни.