

**Рекомендации органам исполнительной власти субъектов
Российской Федерации, реализующим государственную
молодежную политику, в сфере информирования
несовершеннолетних о программах и проектах, направленных
на создание альтернативы асоциальному поведению
несовершеннолетних**

В целях принятия дополнительных мер по деятельности органов по делам молодежи в сфере информирования несовершеннолетних о программах и проектах, направленных на создание альтернативы асоциальному поведению несовершеннолетних, повышения информационного охвата и количества несовершеннолетних, вовлеченных в мероприятия регионального и муниципального уровней, реализуемых в рамках государственной молодежной политики, Федеральное агентство по делам молодежи рекомендует активизировать и (или) начать работу по следующим направлениям.

1. Работа с учащимися общеобразовательных учреждений обязательного образования (школы, лицеи, гимназии), в том числе с учащимися частных школ, кадетских школ, школ спортивного резерва, вечерних школ, интернатов, а также с детьми и подростками, находящимися на домашнем обучении в связи с ограничением по здоровью и домашнем обучении по решению родителей.

1.1. Провести работу по налаживанию взаимодействия с руководством обязательных образовательных учреждений (завучи, директора школ) при взаимодействии с органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере образования. Определить наиболее удобные способы донесения информации до руководителей образовательных учреждений (электронная рассылка, факс, чаты оперативного информирования), в том числе до образовательных организаций, находящихся в муниципальных образованиях. Разработать и предложить руководителям образовательных организаций готовые решения для рассылки информации о проводимых мероприятиях (сформулированные информационные сообщения для чатов, постов с упоминанием

хештегов, при необходимости с активными ссылками, сверстанные макеты для информационных ресурсов и школьных СМИ, готовые записи для радио, иллюстрации для социальных сетей и так далее).

1.2. Провести работу по систематизации сетки школьных средств массовой информации и интернет-ресурсов, через которые можно доносить информацию до учащихся (официальный сайт образовательного учреждения, школьные издания, радио, учебные телешколы, официальные группы образовательных учреждений в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook», «Одноклассники», «Instagram», «Likee», «Tik Tok»). Включить в перечень плазмы и экраны, при их наличии в образовательном учреждении, и организованную трансляцию видеопотока с информацией о проведенных и запланированных мероприятиях. Наладить взаимодействие по донесению информации до целевой аудитории через вышеперечисленные ресурсы.

1.3. Усилить партнерскую работу с региональным отделением Общероссийской общественно-государственной детско-юношеской организации «Российского движения школьников» и ученическими советами образовательных учреждений обязательного образования.

1.4. При взаимодействии с органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере образования выработать наиболее удобные способы донесения информации до детей и подростков, находящихся на надомном обучении в связи с ограничением по здоровью и домашнем обучении по решению родителей. При необходимости наладить адресные рассылки.

1.5. Обратить особое внимание на информирование о программах и проектах, направленных на создание альтернативы асоциальному поведению несовершеннолетних, находящихся на различных видах профилактического учета. При взаимодействии с комиссиями по делам несовершеннолетних и отделами по делам несовершеннолетних МВД России выработать наиболее удобные способы донесения информации до детей и подростков, находящихся на учете. При необходимости наладить адресные рассылки.

1.6. Обратить особое внимание на информирование о программах и проектах, направленных на создание альтернативы асоциальному поведению несовершеннолетних обучающихся, воспитывающихся в семьях, находящихся на учете как неблагополучные и семьях, попавших в трудную жизненную ситуацию. При необходимости наладить адресные рассылки.

2. Работа с несовершеннолетними, обучающимися профессиональных учебных заведений среднего профессионального образования (далее — ссузы) и образовательных учреждений высшего образования (далее — вузы).

2.1. Провести работу по налаживанию взаимодействия с руководством ссузов и вузов (директорами, завучами, ректорами, проректорами) при взаимодействии с органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере образования. Выработать наиболее удобные способы донесения информации до руководителей образовательных учреждений (электронная рассылка, факс, чаты оперативного информирования, взаимодействие с старостами групп), в том числе до образовательных организаций, находящихся в муниципальных образованиях. Разработать и предложить руководителям образовательных организаций готовые решения для рассылки информации о проводимых мероприятиях (сформулированные информационные сообщения для чатов, постов с упоминанием хештегов при необходимости с активными ссылками, сверстанные макеты для информационных ресурсов и школьных СМИ, готовые записи для радио, иллюстрации для социальных сетей и так далее).

2.2. Провести работу по систематизации сетки СМИ вузов и ссузов и интернет-ресурсов, через которые можно доносить информацию до обучающихся – вузовские издания, радио, учебные медиацентры, официальные группы образовательных учреждений в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook», «Одноклассники», «Instagram», «Likee», «Tik Tok», новостная лента официальных сайтов. Включить в перечень плазмы и экраны, при их наличии в образовательном учреждении, и организованную трансляцию видеопотока.

2.3. Усилить партнерскую работу со студенческими объединениями и студенческим активом, в том числе в области привлечения учащихся к созданию информационного контента о проектах и мероприятиях.

3. Донесение информации через рекламные инструменты, социальные сети, мультимедиа и СМИ, молодежные СМИ, работу с лидерами общественного мнения в молодежной среде, блогерами.

3.1. Проработать вопрос возможности размещения информации о программах и проектах, направленных на создание альтернативы асоциальному поведению несовершеннолетних, на общедоступных мультимедийных экранах (городские экраны, а также экраны в городских поселениях, на вокзалах, стадионах и других социально значимых объектах с большой проходимостью людей), внешних рекламных конструкциях, рекламе в транспорте и на бумажных носителях (билеты и иные носители), в том числе с учетом квоты на социальную рекламу в субъекте Российской Федерации.

3.2. Проработать вопрос возможности размещения информации о программах и проектах, направленных на создание альтернативы асоциальному поведению несовершеннолетних, в рекламных блоках СМИ – электронных, печатных СМИ, радио, интернет-СМИ. В качестве рекламных модулей и анонсов.

3.3. Наладить взаимодействие с молодежными изданиями региона, а также школами журналистики, если они выпускают готовые информационные продукты (телепередачи, радиопередачи, печатные издания, блоги) с целью информирования целевой аудитории и подписчиков о проектах и программах, в которых могут принять участие несовершеннолетние.

3.4. Проработать вопрос постоянного партнерства с региональными телеканалами и радиостанциями.

3.5. Сформировать информационную сетку по работе с лидерами общественного мнения в молодежной среде, блогерами, педагогами в целях взаимодействия по информированию населения о проектах и программах, в которых могут принять участие несовершеннолетние.

3.6. Сформировать информационную сетку и наладить взаимодействие с крупнейшими группами в социальных сетях субъекта Российской Федерации и муниципальных образований как официальных, так и неофициальных, в целях взаимодействия по информированию населения о проектах и программах, в которых могут принять участие несовершеннолетние.

3.7. Сформировать информационную сетку и наладить взаимодействия с авторами Telegram-каналов субъекта Российской Федерации и муниципальных образований в социальных сетях как официальных, так и неофициальных, для взаимодействия по информированию населения о проектах и программах, в которых могут принять участие несовершеннолетние.

3.8. Проработать вопрос об использовании таргетированной рекламы с учетом выбора локации и возрастной категории, принимая во внимание, что таргетированная реклама может ранжироваться как на детей и подростков, так и на их родителей, как на контактную аудиторию.

3.9. Проработать вопрос по информационному взаимодействию с объектами развлекательной инфраструктуры (кинотеатры, развлекательные центры, спортивные центры) по трансляции информационных материалов в целях информирования населения о проектах и программах, в которых могут принять участие несовершеннолетние.

При реализации вышеперечисленных рекомендаций необходимо на постоянной основе отслеживать новые тенденции в социальных сетях и их применение для донесения информации до целевой аудитории (пример: при популярном челлендже в «ТikTok» возможно использование акции для анонса мероприятий и программ).

4. Создание видеоконтента, трансляция позитивного контента, встречи с представителями молодежи, добившейся успеха в различных сферах.

4.1. Рекомендуется создание клипов и коротких ярких роликов в молодежном стиле для распространения информации через механизмы, описанные выше. Возможно создание вирусных

видеороликов с их последующим тиражированием в социальных сетях.

4.2. Рекомендуется использовать трансляции историй успеха представителей молодежи (участники Всероссийской молодежной форумной кампании, победители конкурсов, авторы молодежных проектов, молодых предпринимателей, победители олимпиад и так далее) для продвижения тех или иных проектов и программ, где молодежь может принять участие, в том числе с помощью СМИ, и организации личных мотивационных встреч с представителями молодежи, добившейся успеха в той или иной сфере.

4.3. Рекомендуется трансляция позитивного контента, фильмов и сериалов, в том числе созданных при содействии Института развития интернета, посредством распространения материалов через партнерские сетки в социальных сетях и организации кинопоказов (при наличии разрешающих документов).

4.4. Рекомендуется создание рекламных видеороликов для внешних мультимедийных носителей, а также рекламы на экранах в транспорте и образовательных учреждениях.