

*Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
дополнительного образования
Детско-юношеский центр города Новоалтайска*

**ИНФОРМАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК
Сборник № 21**



**«Энергия инициативы:
как организовать и
провести акцию
с детьми и подростками»**

Новоалтайск
2026

«Энергия инициативы: как организовать и провести акцию с детьми и подростками»/сост. и ред. А.В. Жукова – Новоалтайск, 2026. – 35 с. Утверждено методическим советом МБОУ ДО ДЮЦ (протокол № 3 от 06.10.2026 г.).

Настоящее методическое пособие разработано для обучающихся и педагогов МБОУ ДО ДЮЦ города Новоалтайска. Цель – систематизация знаний по ведению проектной и исследовательской деятельности, соблюдение единообразия составления документов по данным видам деятельности. Завершает сборник глоссарий, чек-лист организатора и список типовых ошибок с алгоритмами их предотвращения. Издание адресовано педагогам-организаторам, вожатым и социальным работникам, стремящимся перевести детскую энергию в устойчивую гражданскую практику.

Предисловие

В переводе с французского слово «акция» означает действие, поступок, замысел.

В настоящее время одна из главных задач педагогов – привлечь детей и подростков к социально-значимой деятельности, позволяющей формировать у них позитивный социальный опыт, готовность к активным социальным действиям, что в свою очередь ведёт к развитию социальной ответственности за себя, за своих близких, за свою страну в целом.

Чрезвычайно важным фактором, влияющим на развитие личности, является активная общественная деятельность. Данный вид деятельности можно организовать во внеурочном пространстве образовательной организации. И тем самым оживить и приблизить, с точки зрения подростковой культуры. Существуют современные формы социальной активности и современного искусства. Одними из форм, являются акции.

Акция – активная форма работы, которую проводят участники движения в центрах, школах, клубах, на концертах, спортивных праздниках. Цель акции может быть различной: информирование, пропаганда здорового образа жизни, привлечение новых членов движения, помощь нуждающимся и т.п. Роль членов движения в акциях зависит от её целей и содержания. В одном случае это раздача листовок, буклетов, в другом - проведение тематического дня, в третьем – непосредственное участие в самих действиях.

С помощью акции можно быстро, емко и ненавязчиво донести до большого количества людей нужную идею, привлечь внимание к существующей проблеме, привлечь ресурсы и решения.

Воспитательная, развивающая или коррекционная деятельность, особенно профилактического содержания в образовательной организации, может осуществляться посредством проведения социально-психологических акций. С помощью акции можно быстро, емко ненавязчиво донести до большого количества детей и подростков (родителей, учителей) нужную идею, привлечь внимание к проблеме. Акция позволяет транслировать позитивный ценностный ряд и ненавязчиво задавать ориентиры.

Планирование акций с детьми и подростками: пошаговый алгоритм с учётом юридических и организационных требований

Организация акции с участием детей и подростков — это не просто «придумать идею и позвать ребят». Это проект, где каждый шаг должен быть продуман: от формулировки цели до финального отчёта. Ниже — развёрнутый алгоритм, который можно использовать как методическую основу разработки акций.

Этап 1. Постановка цели и определение целевой аудитории

Цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, релевантной и ограниченной по времени (SMART). Вместо расплывчатого «познакомить ребят с экологией» лучше сформулировать: «Сформировать у 30 подростков 14–17 лет навыки сортировки отходов и вовлечь их в локальную эоакцию по сбору вторсырья с результатом не менее 100 кг собранного материала».

Целевая аудитория определяется по возрасту, интересам, уровню подготовки и контексту. Возрастная дифференциация здесь критична:

- Младшие школьники (7–10 лет): задачи должны быть простыми, наглядными и игровыми; длительность — не более 45–60 минут.
- Подростки (11–14 лет): хорошо работают командные проекты, элементы соревнования, возможность проявить самостоятельность.
- Старшие подростки (15–18 лет): уместны исследовательские и социальные проекты, где они сами выступают организаторами или наставниками для младших.

На этом этапе важно также учесть возможные ограничения по здоровью участников и предусмотреть инклюзивные форматы.

Этап 2. Концептуальная проработка и выбор формата

Определите, какой тип акции лучше решает вашу цель:

- Информационно-просветительская (лекторий, выставка, квиз) — если нужно донести знания.
- Практическая (субботник, посадка деревьев, сбор макулатуры) — если важен осязаемый результат.
- Творческая (фестиваль, конкурс рисунков, перформанс) — для вовлечения через самовыражение.
- Социально-ориентированная (помощь пожилым, сбор вещей) — для формирования эмпатии и гражданской позиции.

Для каждого формата подберите подходящие механики: игровые, дискуссионные, трудовые, исследовательские. Это поможет точнее спланировать ресурсы и задачи.

Этап 3. Разработка календарного графика (дорожной карты)

Составьте план по временным отрезкам:

1. *Подготовительный этап (4–8 недель до акции)*: утверждение концепции, формирование орггруппы, разработка сценария, подготовка материалов, рассылка приглашений, сбор согласий от родителей.

2. *Промежуточный этап (1–2 недели до акции)*: финальные согласования, проверка площадок, закупка расходников, инструктаж волонтеров, уточнение списков участников.

3. *Основной этап (день акции)*: реализация программы, координация на площадке, фото- и видеофиксация, сбор обратной связи.

4. *Заключительный этап (1–2 недели после)*: подготовка отчёта, благодарности участникам, анализ результатов, публикация итогов.

Используйте простую таблицу-график: дата, задача, ответственный, статус, примечания. Такой формат удобен для контроля и отчётности.

Этап 4. Составление бюджета и ресурсного плана

Бюджет должен включать все статьи расходов:

- Материальные: расходные материалы, призы, сувениры, печать буклетов.
- Технические: аренда оборудования, транспорта, оплата площадки (если требуется).
- Человеческие: оплата труда специалистов (если привлекаются внешние эксперты), компенсации волонтерам (питание, проезд).
- Резерв: 10–15% от общей суммы на непредвиденные расходы.
- Нематериальные ресурсы: помещения, волонтеры, партнёрские площадки, медиаподдержка. Часто именно они позволяют существенно сократить денежные затраты.

Этап 5. Юридические аспекты и согласования

Это критически важный блок, который нельзя пропускать.

✓ Уведомление органов власти

Если акция проходит на муниципальной территории или предполагает массовое скопление людей, необходимо уведомить местные органы власти (администрацию, комитет по образованию). Сроки и форма уведомления зависят от региона и масштаба мероприятия — уточните их заранее. Для акций на территории учреждения (школы, центра) достаточно внутреннего согласования с администрацией.

✓ Работа с персональными данными и согласиями

Для участия детей обязательно требуется письменное согласие родителей (законных представителей) на участие ребёнка в акции и на обработку его персональных данных. Если планируется фото- или видеосъёмка с публикацией в интернете — отдельное согласие на использование изображения.

✓ Правила безопасности

Разработайте и утвердите инструкцию по технике безопасности для участников и организаторов. Проведите инструктаж перед началом акции и зафиксируйте его в журнале. Для мероприятий на улице или с использованием инструментов/оборудования подготовьте аптечку и назначьте ответственного за первую помощь.

✓ Возрастная дифференциация задач

Распределяйте задачи с учётом возраста и физических возможностей. Младшим детям не поручайте тяжёлую физическую работу, работу с острыми предметами или самостоятельную работу на проезжей части. Подросткам можно доверить более сложные роли (координаторы станций, ведущие мастер-классов), но под контролем взрослых.

Этап 6. Подготовка команды и волонтеров

Сформируйте орггруппу из педагогов, технических специалистов. Привлеките волонтеров и чётко распределите роли: координатор площадки, ведущий, фо-

тограф, ответственный за безопасность, администратор чата. Проведите общий брифинг, где проговорите сценарий, тайминг, экстренные контакты и правила взаимодействия с участниками.

Этап 7. Коммуникация и продвижение

Определите каналы информирования: сайт учреждения, соцсети, чаты родителей, стенды в организации. Создайте простое и понятное приглашение с указанием даты, времени, места, формата, требований (одежда, сменная обувь, документы) и контактов ответственного лица. Для подростков используйте более современные форматы — короткие видео, сторис, мемы.

Этап 8. Реализация и контроль на площадке

В день акции:

- * Проверьте готовность площадки и наличие всех материалов.
- * Проведите общий сбор и инструктаж для участников.
- * Организуйте навигацию и зоны отдыха.
- * Ведите фото- и видеодокументацию (с учётом согласий).
- * Собирайте обратную связь сразу после завершения — короткие анкеты, стикеры, устный опрос.

Этап 9. Анализ и отчётность

После акции подготовьте краткий отчёт, который включает:

- Цели и задачи (как они были сформулированы изначально).
- Фактические результаты (количество участников, объём выполненной работы, качественные изменения).
- Список партнёров и спонсоров (если были).
- Проблемы и сложности, с которыми столкнулись.
- Выводы и рекомендации на будущее.

Этот отчёт пригодится не только для отчётности перед руководством, но и для тиражирования успешного опыта.

Такой подход позволяет превратить спонтанную инициативу в системный педагогический инструмент. Выполнение простых действий, составляющих единое целое, в конечном итоге приводит к достижению целей. А фантазия и творчество позволяют воплощать все новые идеи в жизнь, делая ее лучше и добрее.

Технологии стимулирования инициативы у детей и подростков

Вовлечение детей и подростков в акции — это не про «заставить участвовать», а про создание среды, где инициатива становится естественной и ценной. Ниже — разбор трёх мощных технологий (дебаты, мозговой штурм, метод проектных ролей), готовые шаблоны анкет для диагностики мотивации, а также критерии и инструменты оценки эффективности акций.

Дебаты как инструмент формирования инициативности

Дебаты учат видеть проблему с разных сторон, формулировать аргументы и брать ответственность за свою позицию — это прямой путь к инициативности.

Как применять в акциях:

- * Тема-крючок. Выбирайте темы, которые напрямую связаны с будущей акцией: «Должны ли подростки участвовать в городских субботниках?», «Можно ли решать экологические проблемы локально?».

* Роли участников. Разделите группу на команды «За», «Против» и «Эксперты». Эксперты фиксируют сильные аргументы и предлагают компромиссные решения, которые могут лечь в основу акции.

* Переход от дискуссии к действию. В финале дебатов предложите каждой команде сформулировать 1–2 конкретных шага, которые они готовы реализовать. Например, команда «За» берёт на себя информирование, «Против» — анализ рисков, «Эксперты» — координацию.

Практические приёмы:

- ✓ «Тайм-бокс». Каждой команде даётся 5 минут на подготовку тезисов, затем 10 минут на выступление. Это учит быстро структурировать мысли.
- ✓ «Перекрестный допрос». После выступления каждой команды другие задают по 2 вопроса. Так тренируется критическое мышление и умение защищать свою идею.
- ✓ «Карта решений». На флипчарте фиксируйте все предложенные идеи и отмечайте, какие из них можно реализовать в рамках акции.

Мозговой штурм: снятие барьеров и генерация идей

Мозговой штурм помогает раскрыть креативность и показать, что любая идея имеет ценность на этапе генерации.

Правила, которые важно соблюдать:

- * Запрет на критику. На этапе генерации нельзя говорить «это не работает».
- * Количество важнее качества. Цель — собрать как можно больше идей, даже самых абсурдных.
- * Комбинирование и развитие. Участники могут докручивать чужие идеи: «А если сделать это, но в другом формате...».

Варианты форматов для разных возрастов:

- ✓ Для младших школьников (7–10 лет): «Волшебный мешок». В непрозрачный мешок складываются карточки с предметами (перчатка, пакет, ветка). Ребёнок достаёт карточку и предлагает, как этот предмет можно использовать в акции.
- ✓ Для подростков (11–17 лет): «Штурм по ролям». Каждый участник выбирает роль (скептик, мечтатель, реалист) и генерирует идеи с позиции этой роли. Это помогает увидеть проблему шире.
- ✓ Онлайн-формат: Используйте флипчатые доски, где участники пишут идеи на стикерах. Визуализация помогает структурировать поток мыслей.

Пример связки с акцией: после штурма предложите участникам выбрать 3 самые реалистичные идеи и превратить их в мини-проекты с коротким описанием: цель, шаги, ресурсы, ожидаемый результат.

Метод проектных ролей: распределение ответственности и рост самостоятельности

Метод проектных ролей превращает абстрактную идею акции в конкретный план, где каждый участник чувствует свою значимость.

Базовые роли для детской/подростковой группы:

- * Инициатор. Формулирует идею, убеждает команду, следит за мотивацией.
- * Аналитик. Изучает проблему, собирает факты, оценивает риски.
- * Организатор. Составляет план, распределяет задачи, контролирует сроки.

* Коммуникатор. Отвечает за информирование участников, работу с партнёрами, соцсети.

* Дизайнер/оформитель. Создаёт визуальные материалы, мерч, оформление площадки.

* Фиксатор. Ведёт фото- и видеоотчёт, собирает обратную связь, готовит пост-релиз.

Как внедрить:

- ✓ Презентация ролей. Расскажите о каждой роли, её задачах и важности. Используйте примеры из жизни (например, как в кино работает режиссёр, оператор, художник по костюмам).
- ✓ Выбор по интересам. Проведите короткое анкетирование (шаблон Приложение 3), чтобы понять склонности участников.
- ✓ Ротация. В рамках одной акции роли можно менять каждые 1–2 недели, чтобы каждый попробовал разные функции.
- ✓ Чек-листы. Для каждой роли подготовьте простой чек-лист задач на неделю. Это снижает тревожность и даёт ощущение контроля.

Критерии оценки эффективности акций

Чтобы понять, насколько акция была успешной, используйте три ключевых критерия: охват, вовлечённость и устойчивость результата.

Охват (масштаб воздействия)

Этот критерий показывает, сколько людей узнали об акции и приняли в ней участие.

Метрики:

* Количество участников. Прямое число вовлечённых детей, подростков и взрослых.

* Охват в соцсетях. Количество просмотров постов, сторис, репостов.

* Медиа-охват. Упоминания в СМИ, газетах, на сайтах учреждений.

* География. Сколько организаций были задействованы.

Пример: акция по сбору макулатуры охватила 5 школ города, в ней приняли участие 320 школьников, посты набрали 12 000 просмотров, а местные СМИ выпустили 3 репортажа.

Вовлечённость (качество участия)

Вовлечённость показывает, насколько глубоко участники были включены в процесс, проявляли инициативу и брали ответственность.

Метрики:

* Доля активных участников. Процент тех, кто не просто присутствовал, а выполнял задачи, предлагал идеи, брал роли.

* Уровень инициативности. Количество предложенных и реализованных идей от участников.

* Обратная связь. Результаты анкет, устные отзывы, фокус-группы.

* Повторное участие. Сколько участников присоединились к следующим этапам или новым акциям.

Пример: из 150 участников 90 взяли на себя конкретные роли, 25 предложили дополнительные активности, 70% опрошенных отметили, что чувствовали свою значимость, а 40 человек выразили готовность участвовать снова.

Устойчивость результата (долгосрочный эффект)

Устойчивость показывает, остались ли изменения после завершения акции: сформировались ли новые привычки, появились ли постоянные волонтерские группы, закрепились ли практики.

Метрики:

- * Повторяемость. Проводится ли акция ежегодно или регулярно.
- * Создание сообществ. Появление постоянных групп волонтеров, чатов, клубов.
- * Интеграция в рутину. Например, отдельный сбор мусора стал нормой в школе.
- * Долгосрочные проекты. Запуск инициатив, которые продолжают жить после акции (эко-патруль, медиацентр и т. п.).

Пример: после акции по озеленению в школе появился эко-клуб из 15 подростков, который теперь самостоятельно организует мини-проекты; на территории ДЮЦ разбит постоянный цветник, за которым ухаживают ученики.

Инструменты для сбора и анализа данных:

- * Google Forms / Яндекс Формы. Для проведения анкетирования и автоматического сбора статистики.
- * Таблицы (Excel, Google Sheets). Для подсчета метрик, построения графиков динамики вовлеченности.
- * Соцсети и аналитические инструменты платформ. Для отслеживания охвата и вовлеченности в цифровом пространстве.

При проведении акции следует руководствоваться следующими принципами:

- *Принцип личной и социальной ответственности.* Личная ответственность – это ответственность за порученное действие, которое является звеном общего дела. Плохое выполнение порученного дела поставит под угрозу эффективность и результативность всей акции.
- *Принцип открытости.* Вовлекается в процесс сразу большое количество детей разных возрастов.
- *Принцип учета возрастных, индивидуальных особенностей целевой группы,* иных условий проведения социальной акции.
- *Принцип командности.* Акции – командная деятельность. Усилиями одного человека ее реализовать невозможно. Поэтому важно, чтобы каждый член команды четко представлял и общий замысел сценария, и задачи собственного участка работы в рамках акции. Командные отношения иерархичны и выстраиваются по типу соподчинения: организатор – исполнитель. Основопологающими характеристиками командных отношений является партнерство и сотрудничество.

- *Принцип самореализации.* Социальная акция – школа гражданского опыта и становления. Участие в социальных акциях создает условия для творческой самореализации личности, позволяет проявить способности в разных сферах деятельности.

- *Принцип обратной связи.* При проведении социальных акций важно почувствовать настроение целевой группы, вывить отношение к социальному действию, собрать отзывы о социальной акции. Для реализации данного принципа необходимо разработать инструментарий получения обратной связи. Это может быть опросник или другие специальные приемы (дерево настроения, зеркало, книга отзывов, интервью и т. п.).

- *Принцип наглядности и зрелищности.* Реализация данного принципа может обеспечиваться:

- специальной одеждой участников команды акции (футболка, кепка, галстуки, жилеты, сценарные костюмы);
- плакатным, музыкальным и иным оформлением;
- другими сценарными эффектами (запуск бумажных змеев, воздушных шаров, фейерверк).

Реализация указанных принципов является важным условием результативности и успешности проведения социальной акции.

Успешные акции: из опыта работы педагогов МБОУ ДО ДЮЦ

Экологическая акция для школьников 5–8 классов:

«Следы на земле: чистим, считаем, сохраняем»

Авторы-разработчики: Лисина Наталья Александровна, Жукова Анастасия Викторовна.

Суть акции: обучающиеся не просто убирают территорию, а становятся «эко-следопытами»: фиксируют типы мусора, считают количество, сортируют и делают выводы о привычках людей и способах сократить отходы. Это превращает уборку в мини-исследование и учит видеть системную проблему.

Цели:

- * Образовательная: познакомить с видами отходов и сроками их разложения, показать связь «поведение — последствия».

- * Практическая: очистить выбранную территорию, начать отдельный сбор.

- * Развивающая: тренировать командную работу, наблюдательность, навыки презентации данных.

- * Воспитательная: сформировать личную ответственность за пространство вокруг.

Целевая аудитория: 5–8 классы (11–14 лет).

Длительность: 2,5–3 часа (включая подготовку, полевую часть и дебрифинг).

Оптимальный размер группы: 15–25 человек, разбитых на 4–5 команд по 4–6 человек.

Подготовка:

Что понадобится

- * Перчатки (по 2 пары на человека: одна для сбора, вторая для сортировки).

- * Пакеты для мусора (3 вида: смешанные отходы, пластик, стекло/металл).

- * Картонные коробки или контейнеры для сортировки на месте.
- * Бланки учёта (на команду): таблица с колонками «Тип мусора», «Количество», «Примечание».
- * Планшет/телефон с заметками или фотофиксацией.
- * Рулетки/верёвки для разметки участка (если территория большая).
- * Бутылки с водой, влажные салфетки.
- * Аптечка.
- * Памятка по безопасности (правила работы с перчатками, запрет поднимать острые/битые предметы).

Роли в команде (метод проектных ролей):

Чтобы каждый чувствовал свою значимость, распределите роли:

- * Координатор: следит за таймингом, распределяет задачи внутри команды.
- * Сборщики: собирают мусор строго в перчатках, не поднимают опасные предметы.
- * Счётчики: фиксируют количество и тип мусора в бланке.
- * Фотографы: делают 3–4 фото «до/во время/после» и интересные находки (например, необычная упаковка).
- * Эко-просветители: готовят 1–2 факта про найденные отходы (например, «Пластиковая бутылка разлагается 450 лет»).

Сценарий акции (по шагам)

Шаг 1. Вводный брифинг (15 минут)

- * Расскажите про цель и правила безопасности.
- * Покажите примеры сортировки: пластик отдельно, стекло/металл отдельно, остальное — смешанные отходы.
- * Объясните, зачем считать мусор: чтобы понять, какие отходы самые частые и как их можно предотвратить.
- * Раздайте бланки учёта и перчатки.

Шаг 2. Разметка территории (5–10 минут)

Если территория большая, разделите её на участки (например, квадрат 10×10 метров на команду). Это поможет сравнивать результаты между командами.

Шаг 3. Сбор и учёт (60–75 минут)

Команды собирают мусор, сортируют его по пакетам и фиксируют в бланках. Важно: не собирать битое стекло и острые предметы — только сообщать взрослым.

Шаг 4. Мини-анализ на месте (10–15 минут)

На общей площадке каждая команда называет 1–2 самых частых вида мусора и предлагает 1 идею, как сократить их появление (например, поставить больше урн, проводить экоуроки, отказаться от одноразовых стаканчиков).

Шаг 5. Финальная уборка и вывоз (10 минут)

Собранные пакеты передают ответственным взрослым для утилизации.

Инструкция по дебрифингу (сразу после акции, 20–30 минут):

Дебрифинг нужен, чтобы перевести опыт в осознанные выводы и избежать «выгорания» от тяжёлой работы. Проводите его в спокойной обстановке, сидя в кругу.

Структура дебрифинга

1. Эмоциональный круг (5 минут):

Каждый участник по очереди говорит 1 фразу: «Сегодня я почувствовал(а)...», «Больше всего меня удивило...», «Я горжусь тем, что...».

Задача — дать выход эмоциям, нормализовать усталость и гордость за результат.

2. Факты и цифры (7–10 минут):

Попросите команды озвучить свои данные: сколько и какого мусора собрали. Запишите на флипчарт/доске.

Пример: «Команда А собрала 12 пластиковых бутылок, 5 алюминиевых банок, 30 обёрток».

Обсудите: какой вид мусора был самым частым? Почему?

3. Анализ причин (5–7 минут):

Задавайте открытые вопросы:

- * «Почему на этой территории так много именно этого мусора?»

- * «Что могли бы сделать жители/школа, чтобы мусора стало меньше?»

- * «Какие привычки людей приводят к этим отходам?»

4. Личные выводы и планы (5–8 минут):

Предложите каждому завершить фразу:

- * «Я понял(а), что...»

- * «Теперь я буду...»

Запишите 3–5 самых сильных идей на доске — это станет основой для следующих шагов.

5. Благодарность и закрытие (2–3 минуты):

Подведите итог: «Сегодня вы не просто убрали мусор — вы собрали данные и сделали первые выводы. Это и есть настоящая экология». Поблагодарите всех за участие.

Способы рефлексии для подростков (выберите 1–2 под вашу ситуацию)

Рефлексия помогает закрепить опыт и превратить разовое действие в привычку.

1. «Три факта, два вопроса, одно действие»

На карточке каждый пишет:

- * 3 факта, которые узнал(а) сегодня;

- * 2 вопроса, которые остались;

- * 1 действие, которое готов(а) сделать в ближайшие 2 недели (например, носить с собой многоразовую бутылку).

Можно собрать карточки и сделать из них мини-стенд «Мы думаем об экологии».

2. «Фото-история в 3 кадра»

Предложите участникам мысленно разделить день на 3 кадра: «До», «Во время», «После». Пусть опишут каждый кадр в 1–2 предложениях и добавят эмоцию. Это тренирует наблюдательность и умение рассказывать о своём опыте.

3. «Дерево решений»

На большом листе нарисуйте дерево: корни — причины проблемы (почему появляется мусор), ствол — наши действия сегодня, ветви — возможные будущие шаги (что делать дальше). Пусть команды подпишут свои идеи на стикерах и приклеят к нужной части дерева.

4. «Письмо себе через месяц»

В конце дебрифинга каждый пишет короткое письмо себе: «Что я обещал(а) себе сделать? Как пойму, что у меня получилось?» Письмо можно запечатать и открыть через месяц на следующем собрании.

5. «Эко-челлендж на неделю»

Вместо абстрактной рефлексии предложите конкретный челлендж: «В течение недели фиксируй, сколько одноразовых вещей ты использовал(а)». В конце недели сравните результаты и обсудите, что было самым сложным.

6. «Мини-презентация для младших классов»

Подросткам важно чувствовать экспертность. Попросите каждую команду подготовить 1–2 слайда (или просто рассказ на 2–3 минуты) о том, что они узнали, и выступить перед младшими школьниками. Это закрепляет знания и развивает навыки публичных выступлений.

7. «Карта привычек»

На листе формата А3 нарисуйте «карту» из 3 секторов: «Дома», «В школе», «На улице». В каждом секторе участники пишут 1 привычку, которую готовы внедрить (например, выключать воду, сдавать макулатуру, не бросать фантики). Карту можно повесить в классе.

Варианты адаптации

* Если мало времени (1 час): оставьте только сбор и мини-анализ, дебрифинг сократите до 10 минут (эмоциональный круг + 1 факт + 1 действие).

* Если плохая погода: перенесите акцию в помещение и сделайте «разбор мусора» из заранее подготовленных безопасных образцов (упаковки, коробки, бумага). Счёт и сортировка остаются теми же.

* Для более продвинутой группы: добавьте элемент «экологического следа»: пусть команды посчитают примерный вес собранного мусора и прикинут, сколько деревьев «спасли» благодаря переработке (используйте усреднённые данные: 1 тонна макулатуры = ~17 деревьев).

Патриотическая акция для школьников 8–11 классов: «Карта памяти: истории, которые нас объединяют»

Суть акции: старшеклассники собирают и оформляют короткие истории о значимых людях, местах и событиях своего города (ветераны, труженики тыла, учёные, спортсмены, деятели культуры, важные стройки, памятники). Итогом становится интерактивная «Карта памяти» — онлайн-доска или мини-сайт с историями, фото и QR-кодами, которые можно разместить в ДЮЦ, на сайте муниципалитета.

Для подростков 14–17 лет важно не «слушать про патриотизм», а самим стать исследователями и рассказчиками: так формируется личная сопричастность.

Цели:

* Образовательная: углубить знания об истории родного края, освоить базовые навыки интервью и фактчекинга.

* Практическая: создать реальный продукт (карту/сборник историй), который будет полезен образовательным организациям и городу.

* Развивающая: тренировать критическое мышление, эмпатию, навыки публичных выступлений и командной работы.

* Воспитательная: сформировать уважение к разным типам вклада в общее дело (военный, трудовой, культурный, научный).

Целевая аудитория: 8–11 классы (14–17 лет).

Длительность: 3–4 недели (можно адаптировать под 1–2 недели).

Оптимальный размер группы: 20–30 человек, разбитых на 5–6 команд по 4–5 человек.

Подготовка:

Что понадобится

* Смартфоны/диктофоны для записи интервью.

* Фотоаппарат или камера телефона.

* Блокноты и ручки.

* Доступ к онлайн-доске (Miro, Notion) или конструктору сайтов (Tilda, Google Sites).

* Шаблоны: карточка интервью, чек-лист фактчекинга, карточка истории для карты.

* Согласие на публикацию фото и интервью (короткая форма для родителей/собеседника).

* Памятка по этике интервью (уважение к собеседнику, запрет на давление, право на «нет»).

Роли в команде (метод проектных ролей):

* Интервьюер: ведёт беседу, задаёт вопросы, фиксирует ответы.

* Фактчекер: проверяет даты, имена, события по открытым источникам (архивы, сайты музеев, газеты).

* Редактор: превращает черновые записи в короткий, живой текст (300–500 слов).

* Дизайнер: оформляет карточку истории (фото, заголовок, цитата, QR-код).

* Координатор: следит за сроками, организует встречи, ведёт общий документ.

Сценарий акции (по этапам):

Этап 1. Вводный брифинг и выбор тем (60 минут)

* Обсудите, что такое «малая история»: это не только великие битвы, но и повседневные подвиги, развитие города, вклад обычных людей.

* Покажите примеры 2–3 карточек: короткая история + фото + цитата + QR-код на полный текст/аудио.

* Предложите список возможных тем: ветераны ВОВ, труженики тыла, учителя-ветераны ОО, местные изобретатели/учёные, спортсмены-земляки, строители важных объектов.

* Команды выбирают тему, формулируют 1–2 гипотезы (например, «В нашем районе много героев тыла, о которых почти не знают»).

Этап 2. Подготовка к интервью (90 минут)

* Проведите мини-тренинг: как задавать открытые вопросы, как слушать, как работать с эмоциями собеседника.

* Раздайте шаблоны: карточка интервью (дата, место, ФИО, вопросы), чек-лист фактчекинга (даты, названия, должности).

* Каждая команда составляет список из 3–5 вопросов (например: «Расскажите один день из того времени», «Что было самым трудным?», «Что вы считаете своим главным вкладом?»).

Этап 3. Полевые работы: интервью и фото (1–2 недели)

* Команды проводят 1–2 интервью, делают фото места/человека, записывают аудио (с согласия).

* Фактчекеры проверяют факты: даты, события, названия организаций.

* Координаторы фиксируют прогресс в общем документе.

Этап 4. Создание карточек и сборка карты (3–4 дня)

* Редакторы пишут тексты, дизайнеры оформляют карточки.

* Все карточки собираются на онлайн-доске или мини-сайте. К каждой добавляются QR-код, ведущий на полный текст или аудиофрагмент.

* Проводится общий просмотр: каждая команда презентует 1–2 карточки, остальные дают бережную обратную связь по критериям «понятно», «интересно», «проверено».

Этап 5. Презентация и передача продукта (90 минут)

* Организуйте мини-фестиваль: выставка карточек, аудио-уголок с наушниками, выступления команд.

* Пригласите гостей: ветеранов, учителей, представителей администрации, родителей.

* Передайте «Карту памяти» библиотеке, музею или сайту школы.

Инструкция по дебрифингу (сразу после презентации, 45–60 минут)

Дебрифинг помогает перевести опыт в личные выводы и закрепить ценность проделанной работы. Проводите в кругу, без оценок «правильно/неправильно».

Структура дебрифинга

1. Эмоциональный круг (10 минут):

Каждый участник по очереди говорит 1 фразу: «Сегодня я почувствовал(а)...», «Больше всего меня удивило...», «Я горжусь тем, что...».

Задача — дать пространство эмоциям, признать сложность работы с памятью и чужими историями.

2. Факты и цифры (10 минут):

Попросите команды назвать: сколько интервью проведено, сколько историй собрано, сколько источников проверено.

Обсудите: что оказалось самым неожиданным? Какие факты удивили больше всего?

3. Анализ процесса (15 минут):

Задавайте вопросы, направленные на осмысление опыта:

* «Что в работе над историей было самым сложным и почему?»

* «Как вы проверяли факты? Что помогло, а что мешало?»

* «Чему вы научились как команда?»

* «Если бы вы делали эту акцию снова, что изменили бы?»

4. Смысловые выводы (10 минут):

Предложите завершить фразы:

* «Я понял(а), что патриотизм — это...»

* «Теперь я буду...» (конкретное действие: интересоваться историей семьи, брать интервью у старших, участвовать в подобных проектах).

Запишите 3–5 самых сильных идей на флипчарте — это станет основой для будущих инициатив.

5. Благодарность и закрытие (5 минут):

Подведите итог: «Вы не просто собрали истории — вы сохранили память и сделали её доступной для других. Это и есть гражданская ответственность». Поблагодарите всех участников, гостей, собеседников.

Способы рефлексии для подростков (выберите 1–2 под вашу ситуацию)

1. «Письмо благодарности»

Напишите короткое письмо человеку, у которого брали интервью (или его семье), где скажите, что именно вас тронуло и почему эта история важна. Письма можно передать лично или отправить по почте.

2. «Линия времени моей семьи»

На листе А3 нарисуйте короткую линию времени: отметьте 3–4 события из истории семьи, которые связаны с историей города/страны (эвакуация, стройка, учёба в этой школе и т. п.). Подпишите: «Это важно, потому что...». Это помогает увидеть личную связь с большой историей.

3. «Три уровня патриотизма»

На трёх стикерах напишите:

* Уровень «Я»: что я могу сделать лично (например, навестить ветерана, записать историю бабушки).

* Уровень «Мы»: что мы можем сделать командой (продолжить карту, провести экскурсию).

* Уровень «Город»: что можно предложить школе/библиотеке/музею (выставка, цикл лекций).

Стикеры разместите на доске и выберите 1–2 идеи для реализации.

4. «Интервью наоборот»

Пусть каждый участник представит, что он — собеседник, а его интервьюирует журналист будущего. Запишите 3 вопроса, которые бы вы хотели услышать о себе и своём вкладе в проект, и 3 ответа. Это тренирует взгляд на себя как на носителя истории.

5. «Карта эмоций»

На распечатанной карте района отметьте места, о которых собирали истории, и подпишите рядом эмоцию, которую вызвала эта история (гордость, грусть, удивление и т. д.). Карту можно оформить как арт-объект и повесить в классе.

6. «Мини-экскурсия для других классов»

Подготовьте 3–4 истории и проведите 20-минутную экскурсию по «Карте памяти» для учеников 5–7 классов. Это закрепляет знания и даёт подросткам ощущение экспертности.

7. «Дневник исследователя»

В течение недели ведите короткий дневник: 1 предложение «Что я узнал(а) о своём городе», 1 предложение «Что меня удивило», 1 действие «Что я сделаю на этой неделе». В конце недели обсудите в мини-группах.

Варианты адаптации

* Если мало времени (1 неделя): оставьте 1–2 истории на команду, используйте готовые архивные фото, соберите всё на Google Slides и сделайте QR-коды на слайды. Дебрифинг сократите до 30 минут.

* Если нет возможности брать интервью: работайте с семейными архивами, школьными музеями, газетами. Пусть команды выберут 2–3 статьи/письма и сделают из них истории.

* Для продвинутой группы: добавьте элемент медиа — каждая команда снимает 1-минутный ролик-историю (интервью + фото + титры). Ролики можно собрать в плейлист и показать на школьном ТВ.

Акция по ПДД: «Город безопасных шагов» для школьников 1-4 классов

Суть: дети становятся «юными инспекторами» и вместе с педагогами и волонтерами «проверяют» безопасные маршруты от дома до школы: ищут «опасные точки», учатся правильно переходить дорогу и фиксируют правила в виде карты-комикса. Итоговый продукт — «Карта безопасных шагов» группы.

Цели:

* Образовательная: выучить и закрепить базовые правила (переход по «зебре», светофор, «остановись — посмотри — слушай», запрет на гаджеты при переходе).

* Практическая: научиться замечать типичные опасности (парковка у перехода, кусты, закрывающие обзор, выход из арки).

* Развивающая: тренировать наблюдательность и умение договариваться в команде.

* Воспитательная: сформировать привычку безопасного поведения как норму, а не как «запрет взрослых».

Целевая аудитория: 1–4 классы (7–10 лет).

Длительность: 2–3 занятия + 1 прогулка-разведка (всего 3–4 часа суммарно).

Оптимальный размер группы: 15–20 детей, разбитых на 4 команды по 4–5 человек.

Подготовка:

Что понадобится

* Яркие жилеты или повязки «Юный инспектор» (по 1 на команду).

* План-схема микрорайона (можно распечатать фрагмент Яндекс/Google Карт или нарисовать от руки).

* Карточки-знаки (пешеходный переход, светофор, остановка, опасность) — можно вырезать из бумаги.

* Маркеры, стикеры, фломастеры, клей.

* Фотоаппарат/телефон (для взрослых).

* Памятка по безопасности на прогулке (сопровождение 2 взрослых на группу, запрет отходить от педагога, правила перехода только на зелёный).

* Бланки «Чек-лист юного инспектора» (простой список: «Есть ли зебра?», «Видно ли дорогу?», «Мешают ли кусты?»).

Роли в команде (адаптированный метод проектных ролей)

* Следопыт: замечает и называет опасности на маршруте (кусты, парковка, скользко).

* Знаковед: узнаёт и показывает знаки, объясняет их значение.

* Фотограф (у взрослого): фиксирует «до/после» и интересные находки.

* Художник: рисует или наклеивает значки на карту.

* Докладчик: рассказывает команде и классу, что нашли.

Сценарий акции (по этапам)

Этап 1. Вводный квест «Найди знак» (40–60 минут)

В классе или на площадке разложены карточки со знаками. Задача — найти пары «знак — правило» (например, «Пешеходный переход» → «Переходи только по зебре»). В конце — мини-викторина на 5 вопросов с призами-наклейками.

Этап 2. Прогулка-разведка «Безопасный маршрут» (60–90 минут)

С сопровождением взрослых дети проходят короткий участок «дом — ДЮЦ/школа» (или школьный двор — выход на улицу). На каждой точке остановки команда заполняет чек-лист:

- * Есть ли пешеходный переход?
- * Виден ли он издалека?
- * Мешают ли кусты/машины обзору?
- * Работает ли светофор?

Взрослые фиксируют фото и помогают формулировать выводы. Важно: не собирать мусор и не трогать оборудование — только наблюдать и отмечать.

Этап 3. Создание «Карты безопасных шагов» (60 минут)

На большом листе (ватман/флипчарт) дети наносят маршрут, приклеивают знаки, рисуют «опасные зоны» (красный треугольник) и «безопасные точки» (зелёный круг). Рядом — короткие подписи: «Здесь кусты мешают видеть дорогу», «Здесь переходим по зебре».

Этап 4. Презентация и мини-выставка (30–40 минут)

Каждая команда показывает свою часть карты и рассказывает 2–3 вывода. Можно добавить «светофор настроения»: зелёный — всё понятно, жёлтый — есть вопросы, красный — не уверен.

Инструкция по дебрифингу (сразу после презентации, 20–30 минут)

Дебрифинг для младших школьников — это не лекция, а разговор в кругу с опорой на визуальные опоры (знаки, карта, стикеры).

Структура дебрифинга

1. Круг эмоций (5 минут):

Каждый ребёнок по очереди поднимает карточку-светофор (или говорит цвет) и объясняет одним предложением: «Сегодня я чувствовал себя как... потому что...».

Задача — нормализовать эмоции и дать каждому слово.

2. Факты и открытия (7–10 минут):

Попросите команды назвать по 1 «опасной точке» и 1 «правильному действию», которые они нашли. Запишите на доске.

Вопросы: «Что было самым неожиданным?», «Где мы точно знаем, как переходить, а где надо быть особенно внимательными?»

3. Разбор ситуаций (5–7 минут):

Покажите 2–3 коротких фото/слайда с типичными ошибками (ребёнок бежит через дорогу, смотрит в телефон, выходит из-за машины). Пусть дети скажут, что не так и как сделать правильно. Используйте формулу: «Остановись — посмотри — послушай».

4. Личные выводы (5–8 минут):

Предложите завершить фразу:

* «Теперь я всегда буду...» (например, «смотреть по сторонам перед переходом»).

* «Если я увижу, что кто-то делает небезопасно, я...» (например, «скажу взрослому» или «не пойду за ним»).

Запишите 3–5 самых сильных идей на доске — это станет «Правилами класса».

5. Благодарность и закрытие (2–3 минуты):

Подведите итог: «Вы стали настоящими юными инспекторами: заметили опасности и придумали, как быть безопаснее. Теперь вы можете помогать младшим и напоминать друзьям». Поблагодарите всех за внимательность и смелость задавать вопросы.

Способы рефлексии для младших школьников (выберите 1–2 под вашу ситуацию)

1. «Светофор привычек»

Раздайте детям 3 стикера: зелёный — «я это делаю правильно», жёлтый — «иногда забываю», красный — «мне сложно». Пусть наклеят на большую карту класса напротив пунктов: «Перехожу по зебре», «Смотрю по сторонам», «Не смотрю в телефон на дороге». Получится наглядная картина класса.

2. «Комикс-история»

Дайте лист, разделённый на 3 кадра: «Было опасно», «Я остановился и посмотрел», «Стало безопасно». Дети рисуют или наклеивают картинки и подписывают 1–2 фразы. Это тренирует последовательность действий и закрепляет алгоритм.

3. «Письмо-совет первокласснику»

Пусть каждый напишет короткое письмо (или продиктует взрослому) будущему первокласснику: «Когда ты будешь переходить дорогу, помни...». Письма можно собрать в «Книгу советов» и читать на классных часах в школах.

4. «Дорожка безопасности»

На полу мелом или лентой нарисуйте «дорожку» из 5 шагов. На каждом шаге — вопрос: «Где перехожу?», «Что проверяю?», «Кого прошу помочь, если не уверен?». Дети проходят дорожку и вслух отвечают. Это кинестетическая рефлексия — лучше запоминается.

5. «Памятка-ладошка»

Обведите ладонь ребёнка на бумаге. На каждом пальце — одно правило: «Стоп», «Посмотри», «Послушай», «Иди», «Не беги». Ладонку можно раскрасить и повесить дома или в классе.

6. «Мини-экскурсия для малышей»

Если в школе есть дошкольники или 1-е классы, предложите старшим детям провести 10-минутную мини-экскурсию: показать «Карту безопасных шагов», объяснить 3 главных правила и разыграть одну ситуацию. Это даёт чувство ответственности и экспертности.

7. «Дневник безопасных дней»

Заведите общий календарь в классе. Каждый день ребёнок может поставить наклейку, если он сегодня «был внимательным пешеходом». В конце недели — мини-подведение итогов: «Сколько дней мы были безопасными?»

Варианты адаптации

* Если нет возможности выйти на улицу: сделайте «город» в кабинете из матов, стульев и картонных знаков. Разыграйте переходы, светофоры и «опасные точки». Рефлексия остаётся той же.

* Если мало времени (1 занятие): оставьте квест «Найди знак», мини-карту на А3 и «Ладощку-памятку». Дебрифинг — 15 минут.

* Для инклюзивной группы: используйте больше визуальных опор (пиктограммы, карточки), добавьте тактильные элементы (знаки из ткани/картона), делайте паузы и короткие раунды по 5–7 минут.

Волонтерская акция «Копилка добра» для школьников 5–8 классов

Авторы-разработчики: Синикова Лариса Дмитриевна и Су Жанна Игоревна.

Суть акции: дети собирают «добрые дела» как монеты в копилку — не ради наград, а чтобы увидеть, как маленькие поступки складываются в ощутимую пользу. Дела фиксируются на бумажных жетонах/сердцах, которые складываются в общую «копилку» (нарисованную на ватмане банку).

Формат построен так, чтобы быть понятным и мотивирующим для 11–14 лет: есть выбор дел, понятные роли, измеримый результат и пространство для личной инициативы.

Цели:

* Образовательная: познакомить с разными направлениями волонтерства (помощь людям, животным, природе, школе) и понятием «микроволонтерство» (маленькие, но регулярные добрые дела).

* Практическая: выполнить серию посильных добрых дел и собрать коллективный результат.

* Развивающая: тренировать эмпатию, умение договариваться в команде, планировать и презентовать итоги.

* Воспитательная: сформировать привычку замечать, где нужна помощь, и предлагать её.

Целевая аудитория: 5–8 классы (11–14 лет).

Длительность: до 3 дней.

Оптимальный размер группы: 20–30 человек, разбитых на 4–6 команд по 4–5 человек.

Подготовка

Что понадобится

* «Копилки» — нарисованная на ватмане банка с надписью «Копилка добра» (по одной на команду).

* Жетоны-сердечки: бумажные сердечки (по 10–15 на участника).

* Набор карточек с вариантами добрых дел (по направлениям: люди, животные, природа, ДЮЦ/школа).

* Наклейки, маркеры, цветная бумага — для оформления «копилки».

* Памятка «Правила доброты»: не навязывать помощь, спрашивать «можно помочь?», уважать «нет», не брать опасные задачи.

Роли в команде (метод проектных ролей)

* Координатор: следит за планом, распределяет дела, напоминает о дедлайнах.

* Коммуникатор: приглашает заполнить и оставить своё сердечко, фиксирует отзывы.

* Фотограф/летописец: делает 2–3 фото «до/в процессе/после», записывает короткие цитаты.

* Дизайнер: готовит один стенд/плакат для итоговой выставки.

Варианты добрых дел (карточки для выбора)

Для ДЮЦ/школы:

* Помочь библиотекарю расставить книги, сделать ярлыки.

* Организовать «уголок забытых вещей»: собрать, подписать, разместить.

* Провести «День чистых парт»: протереть парты и подоконники в одном классе (с согласия учителя).

Для природы:

* Собрать и сдать макулатуру (организовать сбор в классе).

* Сделать и развесить простые кормушки для птиц (из коробок/бутылок).

* Убрать мусор на небольшой территории у школы (в перчатках, без опасных предметов).

Для людей:

* Написать открытки пожилым (через школьный соцпроект или совет ветеранов).

* Подготовить и провести мини-акцию «Доброе слово»: раздать одноклассникам карточки с комплиментами/пожеланиями.

* Помочь младшим школьникам: провести 15-минутную игру на перемене.

Для животных:

* Собрать корм/старое постельное бельё для приюта (по согласованию).

* Сделать простые игрушки для животных (плетёные верёвки, коробки с прорезями).

Сценарий акции (по дням)

День 1. Старт и выбор дел (60 минут)

* Вводный круг: что такое волонтерство и «микродела».

* Познакомьте с «Копилкой добра» и правилами.

* Распределяют роли.

Дни 2–3. Выполнение дел

* Координаторы следят за прогрессом, коммуникаторы договариваются о местах и согласии.

* Сборщики фиксируют жетоны.

* Фотографы делают 1–2 фото на дело (без лиц без согласия).

День 3. Подведение итогов, выставка, дебрифинг (20 минут)

* Команды считают общее количество сердечек.

* Оформляют мини-стенд: фото, цитаты, общее число сердечек.

* Проводят мини-презентацию: «Что сделали, что было сложным, что хотим продолжить».

*Инструкция по дебрифингу
(сразу после презентации, 45–60 минут)*

Проводите в кругу, в спокойной обстановке. Цель — не оценка, а осмысление опыта и признание вклада каждого.

Структура дебрифинга

1. Эмоциональный круг (10 минут):

Каждый говорит 1 фразу: «Сегодня я почувствовал(а)...», «Больше всего меня удивило...», «Я горжусь тем, что...».

Задача — нормализовать усталость, признать, что помогать бывает непросто, и отметить личные достижения.

2. Факты и цифры (10 минут):

Попросите команды назвать: сколько дел сделано, сколько сердечек собрано, сколько людей/объектов затронуто.

Обсудите: какое дело оказалось самым востребованным? Где встретили отказ или равнодушие — и как команда с этим справилась?

3. Анализ процесса (15 минут):

Вопросы для обсуждения:

* «Как вы договаривались внутри команды? Что помогало, а что мешало?»

* «Какие навыки вы прокачали: договариваться, планировать, замечать потребности?»

* «Если бы вы делали эту акцию снова, что изменили бы в плане или ролях?»

4. Смысловые выводы (10 минут):

Предложите завершить фразы:

* «Я понял(а), что помогать — это...»

* «Теперь я буду...» (конкретное действие: замечать, где нужна помощь; предлагать; не ждать, пока попросят).

Запишите 3–5 идей на флипчарте — это станет основой для будущих акций.

5. Благодарность и закрытие (5 минут):

Подведите итог: «Вы не просто сделали несколько дел — вы создали привычку замечать и помогать. Это и есть волонтерство». Поблагодарите всех участников и взрослых, которые поддержали акцию.

*Способы рефлексии для подростков
(выберите 1–2 под вашу ситуацию)*

1. «Жетон благодарности»

Каждый пишет на маленьком жетоне имя человека, который помог команде, и 1 фразу благодарности. Жетоны складывают в отдельную «Копилку признательности» и позже вручают адресатам.

2. «Карта добрых мест»

На распечатанной схеме ДЮЦ/двора отметьте места, где вы сделали добрые дела. Рядом подпишите эмоцию и 1 вывод: «Здесь было важно, потому что...».

3. «Три уровня помощи»

На трёх стикерах напишите:

* Уровень «Я»: что я могу делать лично (например, каждый день помогать однокласснику).

* Уровень «Мы»: что можем делать командой (еженедельная акция).

* Уровень «ДЮЦ»: что можно предложить организации (уголок забытых вещей, день добрых слов).

Стикеры разместите на доске и выберите 1–2 идеи для реализации.

4. «Письмо себе через месяц»

Напишите короткое письмо: «Что я пообещал(а) себе делать? Как пойму, что у меня получается?» Письмо запечатывают и открывают через месяц на следующем собрании.

5. «Мини-экскурсия для младших классов»

Подготовьте 3–4 истории о добрых делах и проведите 15–20-минутную мини-экскурсию по выставке для младших учащихся. Это закрепит опыт и даст подросткам ощущение экспертности.

6. «Дневник добрых дел на неделю»

В течение недели ведите короткий дневник: 1 предложение «Что я сделал(а) хорошего», 1 предложение «Кому это помогло», 1 действие «Что сделаю завтра». В конце недели обсудите в мини-группах.

7. «Дерево добрых дел»

На большом листе нарисуйте дерево: корни — почему мы помогаем (ценности), ствол — что мы делали, ветви — что хотим делать дальше. Команды пишут идеи на стикерах и приклеивают к нужной части дерева.

Варианты адаптации

* Если мало времени: дебрифинг сократите до 30 минут.

* Если нельзя выходить за пределы образовательной организации: сосредоточьтесь на делах внутри ДЮЦ (библиотека, уголки забытых вещей, помощь младшим).

* Для продвинутой группы: добавьте элемент «социального проекта»: пусть команды сформулируют 1 проблему (например, «в коридоре шумно и некомфортно») и предложат 1 решение в виде микроакции (тихие игры на переменах, уголок для отдыха).

Пишем релиз об акции: памятка педагогу

Пресс-релиз — это официальный документ, который информирует СМИ и общественность о прошедшем событии. При работе с детской тематикой важно соблюдать баланс между информативностью, позитивом и этическими нормами.

Структура эффективного пресс-релиза

Классический формат включает следующие блоки:

1. Заголовок

Должен быть ярким, но точным. Он обязан отражать суть события и содержать главный инфоповод.

Пример: «Юные экологи высадили более 100 деревьев на территории парка патриотического воспитания "Вертикаль" в рамках акции "Зеленый город"».

2. Лид-абзац

Самый важный блок. Ответ на вопросы «Кто? Что? Где? Когда? Почему?». Здесь нужно сразу дать квинтэссенцию мероприятия.

Пример: «15 сентября 2026 года в Новоалтайске прошла благотворительная акция "Письмо ветерану", организованная фондом [Название] совместно с МБОУ ДО ДЮЦ. Более 200 учащихся написали письма поддержки участникам специальной военной операции».

3. Основная часть

Здесь раскрываются детали:

Цель и задачи: Зачем проводилась акция?

Ход мероприятия: Краткое описание активностей. Важно использовать цифры: сколько детей участвовало, какой объем работы выполнен.

Цитаты: Прямая речь организаторов, педагогов или самих детей (с согласия родителей). Это делает текст живым.

Пример: «Мы хотим научить детей не только беречь природу, но и работать в команде», — отметил руководитель проекта Иван Петров».

4. Справка об организации

Краткая информация о том, кто провел акцию.

Пример: «Благотворительный фонд "Добрые руки" работает с 2010 года и занимается поддержкой детских домов в регионах России».

5. Контакты для СМИ

Имя, фамилия, должность ответственного лица, телефон и e-mail.

При составлении текста необходимо учитывать специфику темы:

- ✓ Этика и безопасность. Не указывайте полные имена, адреса проживания детей без письменного разрешения родителей. Используйте инициалы или общие формулировки («учащиеся объединения...», «обучающиеся МБОУ ДО ДЮЦ»).
- ✓ Визуальный контент. Пресс-релизы с фото получают гораздо больше внимания. Приложите качественные снимки улыбающихся детей за делом (рисуют, сажают деревья, выступают).
- ✓ Позитивный тон. Избегайте излишнего пафоса или жалостливого тона. Акцентируйте внимание на достижениях, творчестве и активности детей.
- ✓ Язык. Текст должен быть понятным широкой аудитории, избегайте сложной канцелярской лексики.

Пример мини-отчёта (пресс-релиз)

по итогам волонтерской акции «Копилка добра»

Акцию организовали педагоги МБОУ ДО ДЮЦ и МБОУ СОШ №15 Синикова Лариса Дмитриевна и Су Жанна Игоревна, провели члены волонтерского отряда ДЮЦ на базе школы.



Жанна Иг...

Вчера в 16:42



переслано

Лариса Вчерашняя

Сегодня 13 ноября - Международный день доброты, неутомимые волонтеры ДЮЦ и школы не остались в стороне. Они организовали и провели для обучающихся МБОУ СОШ 15 акцию "Копилка добра".

Это был прекрасный способ напомнить детям и взрослым о силе добра и добрых поступков.

Волонтеры - декораторы и художники оформили фотозону, волонтеры - аниматоры подарили детям возможность прикоснуться и устроить дружеские обнимашки с помощью символа мероприятия - открытого сердца.



Волонтеры - организаторы выступили перед детьми, провели опрос - викторину "Что такое добро?" Яркая, красочная акция прошла в атмосфере доброты и дружбы, а копилка пополнилась на 345 - добрых дел. Волонтеры постарались, а значит сделали мир чуточку лучше и добрее!

20:



Так же педагоги подготовили видеотчет по результатам акции
https://vk.ru/club213796095?w=wall-213796095_2674

Заключение

Опыт работы показывает, что участие подростков в социальных акциях делает их более ответственными, открытыми, общительными, обогащает их эмоциональный мир, раскрывает их способности и таланты, помогает им самоопределиваться. Ребята живут интересной жизнью, наполненной реальными делами, имеющими большое значение для окружающих, оказывают помощь многим нуждающимся, что позволяет им ощутить себя гражданином своей страны, внести свой посильный вклад в позитивное изменение окружающей действительности.

Акции относятся к технологиям непрямого воздействия, когда учащиеся (педагоги) участвуют в мероприятии добровольно, а цели достигаются за счет того, что они сами открывают для себя новые знания, делают выводы, присваивают ценности, включившись в специально организованную деятельность. При этом дети и подростки сами определяют меру своего участия в акции. Акции создают определенный настрой, доминирующее эмоциональное состояние; образовательная организация становится единым целым, а находящиеся в ней люди - близкими и интересными собеседниками.

Мини-план для экологической акции «Чистый парк»

Этап	Задача	Срок	Ответственный	Примечание
Подготовка	Согласовать место с администрацией парка	За 4 недели	Координатор	Получить письменное разрешение
	Подготовить инвентарь (перчатки, мешки, грабли)	За 3 недели	Завхоз	Закупить или взять в аренду
	Собрать согласия родителей	За 2 недели	Педагог	Рассылка форм, сбор сканов
	Провести инструктаж по ТБ	За 1 день	Специалист по охране труда	Журнал инструктажа
Реализация	Сбор участников, выдача инвентаря	День акции	Волонтёры	Проверка наличия согласий
	Уборка территории по секторам	День акции	Кураторы секторов	Фотофиксация до/после
Завершение	Подсчёт собранного мусора, фотоотчёт	После акции	Фотограф	Публикация в соцсетях

Практический пример

Акция: «Чистый двор — чистая совесть» (субботник с элементами экопросвещения).

1. Дебаты: обсуждение темы «Кто должен убирать двор: жители, коммунальные службы или школьники?». Итог — решение провести субботник и создать памятку для жителей.

2. Мозговой штурм: генерация идей по оформлению двора после уборки (клумбы, арт-объекты из вторсырья). Выбрано 3 лучшие идеи.

3. Метод ролей: участники распределили роли и подготовили план: организаторы — логистика, дизайнеры — оформление, коммуникаторы — приглашение соседей, фиксаторы — фотоотчёт.

4. Диагностика: перед акцией проведена Анкета №1, после — Анкета №2.

5. Оценка эффективности:

* Охват: 40 участников, 5 000 просмотров постов, упоминание в районной газете.

* Вовлечённость: 35 участников взяли роли, 10 идей реализовано, 80% довольны участием, 20 готовы к новым проектам.

* Устойчивость: создан чат волонтеров, запланирован ежемесячный минисубботник, на территории появилась постоянная клумба.

Приложение 3

Шаблоны анкет для диагностики мотивации

Анкета №1. Диагностика исходной мотивации (перед акцией)

Цель: выявить уровень интереса, готовность к участию и основные мотивы.

1. Насколько тебе интересно участвовать в акции?

☐ Совсем не интересно ☐ Скорее не интересно ☐ Нейтрально ☐ Скорее интересно ☐ Очень интересно

2. Что тебя привлекает в этой акции? (можно выбрать несколько вариантов)

☐ Возможность сделать что-то полезное

☐ Новые знакомства и общение

☐ Развитие навыков (организаторских, творческих и др.)

☐ Участие в конкурсе или получение награды

☐ Другое (укажи): _____

3. Какую роль ты хотел бы попробовать?

☐ Инициатор/лидер ☐ Аналитик/исследователь ☐ Организатор ☐ Коммуникатор ☐ Дизайнер/оформитель ☐ Фиксатор/репортёр ☐ Не хочу брать роль, готов помогать по мере необходимости

4. Что может помешать тебе участвовать?

☐ Слишком много времени ☐ Сложно совмещать с учёбой ☐ Боюсь, что не справлюсь ☐ Нет поддержки от взрослых ☐ Другое (укажи): _____

5. Чего ты ждёшь от участия? Напиши 1–2 предложения.

Анкета №2. Оценка вовлечённости и удовлетворённости (после акции)

Цель: измерить уровень вовлечённости, удовлетворённости и готовность к дальнейшему участию.

1. Насколько ты доволен своим участием в акции?

☐ Совсем недоволен ☐ Скорее недоволен ☐ Нейтрально ☐ Скорее доволен ☐ Полностью доволен

2. Какую роль ты выполнял? Насколько она тебе подошла?

☐ Идеально подошла ☐ В целом подошла, но были сложности ☐ Не подошла, хотелось бы другую ☐ Не брал роль, помогал по мере возможности

3. Что тебе больше всего запомнилось?

4. Какие навыки ты развил благодаря участию? (можно выбрать несколько)

☐ Умение работать в команде ☐ Навыки планирования ☐ Публичные выступления ☐ Креативное мышление ☐ Другое (укажи):

5. Готов ли ты участвовать в следующих акциях?

☐ Да, обязательно ☐ Возможно, если тема будет интересной ☐ Сомневаюсь ☐ Нет

Приложение 4

Рекомендации к оформлению информационного материала:

- листовка должна быть оформлена красочно, так как её задача - привлечь внимание,
- листовка может содержать фразы из молодежного сленга,
- составляя призывы к действию можно использовать различные мотивы, которые могут повлиять на выбор ребенка (например: ты хочешь проявить свои лидерские качества, интересно провести свой досуг, научиться новому делу...)
- информационный материал, представленный в листовке, должен быть изложен кратко и лаконично, так как человек должен получить максимум информации за короткий промежуток времени.

Приложение 5

Чек-лист организатора акций в образовательной организации

1. Подготовка к акции

- ☐ Определение цели:
 - Сформулировать чёткую цель акции (информирование, привлечение внимания, сбор средств и т.д.).
- ☐ Сбор информации:
 - Изучить опыт предыдущих акций.
 - Определить целевую аудиторию.
- ☐ Планирование действий:
 - Разработать подробный план мероприятий.
 - Определить сроки и ответственных лиц.
- ☐ Согласование:
 - Обсудить планы с педагогами, администрацией, партнёрами.
 - Получить необходимое разрешение и поддержку.

2. Организация команды

- ☐ Назначение ответственных:
 - Распределить обязанности между организаторами.
- ☐ Обучение команды:
 - Провести инструктаж по всем этапам акции.

3. Подготовка материалов и ресурсов

- ☐ Обеспечение ресурсами:

- Определить и подготовить необходимые материалы (раздаточные материалы, оборудование, призы и т.д.).
 - ☐ Создание информационных материалов:
 - Подготовить листовки, плакаты, буклеты.
 - ☐ Технические средства:
 - Обеспечить наличие необходимого оборудования (микрофоны, техника для презентаций и т.д.).

4. Проведение акции

- ☐ Логистика:
 - Организовать место проведения акции.
 - Обеспечить безопасность участников.
- ☐ Проведение мероприятий:
 - Следить за выполнением плана.
 - Контролировать время и последовательность этапов.

5. Подведение итогов

- ☐ Сбор отзывов:
 - Провести опрос участников и организаторов.
 - Собрать отзывы и предложения по улучшению.
- ☐ Анализ результатов:
 - Оценить достигнутые результаты.
 - Проанализировать эффективность проведённых мероприятий.
- ☐ Отчётность:
 - Подготовить итоговый отчёт для администрации и партнёров.
 - Опубликовать результаты в социальных сетях и СМИ (при необходимости).

Дополнительные пункты:

- ☐ Маркетинг акции:
 - Разработать и реализовать план продвижения акции.
- ☐ Вовлечение участников:
 - Привлечь максимальное количество участников и волонтеров.
- ☐ Обратная связь:
 - Организовать горячую линию или чат для вопросов и предложений.

Этот чек-лист поможет вам организовать успешную и продуктивную акцию в образовательной организации.

Приложение 6

Список типовых ошибок при организации акций в образовательных организациях и алгоритмы их предотвращения

1. Отсутствие чёткой цели и плана

- Ошибка: Неясные или размытые цели акции.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Разработать и утвердить подробный план с чёткими целями и задачами.
 - Провести совещание для обсуждения и утверждения плана всеми участниками.

2. Недостаточная подготовка и обучение команды

- Ошибка: Неподготовленные организаторы и волонтеры.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Провести обучающие семинары и тренинги для всех участников.
 - Назначить ответственных за различные аспекты акции и провести инструктаж.

3. Отсутствие информационной поддержки

- Ошибка: Недостаточное информирование участников и общественности.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Разработать и распространить информационные материалы (плакаты, листовки, посты в соцсетях).
 - Использовать все доступные каналы коммуникации (сайт школы, соцсети, рассылки).

4. Непродуманная логистика

- Ошибка: Проблемы с организацией места проведения и времени.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Заранее определить и подготовить место проведения.
 - Учесть все возможные риски и предусмотреть запасные варианты.

5. Игнорирование безопасности участников

- Ошибка: Отсутствие мер безопасности.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Назначить ответственных за безопасность.
 - Провести инструктаж по технике безопасности для всех участников.

6. Неправильный расчёт ресурсов

- Ошибка: Недостаток или избыток ресурсов.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Тщательно планировать и рассчитывать все необходимые ресурсы.
 - Провести предварительный аудит имеющихся ресурсов и при необходимости скорректировать план.

7. Отсутствие обратной связи и анализа результатов

- Ошибка: Неподведение итогов и отсутствие анализа.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Разработать систему сбора отзывов и предложений.
 - Провести анализ результатов и обсудить их с участниками для улучшения будущих акций.

8. Недостаточное вовлечение участников

- Ошибка: Низкая активность участников.
- ✓ Алгоритм предотвращения:
 - Вовлекать учащихся и педагогов в процесс подготовки и проведения акции.
 - Создать систему поощрений и мотиваций для участников.

9. Отсутствие маркетинговой поддержки

➤ Ошибка: Недостаточное продвижение акции.

✓ Алгоритм предотвращения:

- Разработать и реализовать план продвижения акции в социальных сетях и среди учащихся.

- Использовать различные каналы для привлечения внимания к акции.

10. Неучёт особенностей целевой аудитории

➤ Ошибка: Неподходящие форматы и материалы для аудитории.

✓ Алгоритм предотвращения:

- Изучить интересы и потребности целевой аудитории.

- Адаптировать материалы и форматы мероприятий под интересы участников.

Приложение 7

Глоссарий:

1. Акция — мероприятие, направленное на достижение определённой цели, привлечение внимания или сбор ресурсов, организованное в образовательной организации.

2. Целевая аудитория — группа участников или заинтересованных лиц, на которую направлена акция (например, учащиеся, педагоги, родители, партнёры).

3. Цель акции — чётко сформулированный результат, которого планируется достичь в ходе проведения акции (например, экологическое просвещение, благотворительность, развитие навыков).

4. План акции — документ, содержащий подробное описание всех этапов проведения акции, включая сроки, ответственных лиц и необходимые ресурсы.

5. Команда акции — группа людей, ответственных за различные аспекты подготовки и проведения акции (организаторы, волонтёры, кураторы).

6. Волонтёр — доброволец, участвующий в проведении акции на безвозмездной основе.

7. Информирование — процесс распространения информации о целях, задачах и ходе проведения акции среди целевой аудитории.

8. Логистика — организация и координация всех процессов, связанных с проведением акции, включая место, время и ресурсы.

9. Обратная связь — процесс сбора и анализа мнений и отзывов участников и зрителей акции для оценки её эффективности и выявления возможных улучшений.

10. Маркетинг акции — комплекс мероприятий по продвижению акции среди целевой аудитории с использованием различных каналов коммуникации.

11. Партнёры — организации или лица, оказывающие поддержку и содействие в проведении акции.

12. Ресурсы — материальные и человеческие средства, необходимые для подготовки и проведения акции (оборудование, материалы, люди).

13. Результаты акции — количественные и качественные показатели, отражающие достигнутые цели и задачи в ходе проведения акции.

14. Социальный эффект — изменения в обществе или в жизни участников, произошедшие в результате проведения акции.

15. Формат акции — вид и структура мероприятия (мастер-класс, квест, благотворительный марафон и т.д.).

16. Ценности акции — основные принципы и идеи, которые продвигаются в ходе проведения акции (добровольчество, экологическая ответственность, социальная активность).

ИСТОЧНИКИ:

<https://infourok.ru/patriotiscenarij-vneklassnogo-meropriyatiya-geroyami-ne-rozhdayutsya-geroyami-stanovyatsya-geroi-svo-zhivushie-ryadom-s-nami-7-1-6630896.html> Дата обращения: 18.09.2026

<https://nsportal.ru/shkola/vneklassnaya-rabota/library/2018/11/11/refleksiya-patriotizma>

<https://www.prodlenka.org/metodicheskie-razrabotki/535951-urok-muzhestva-i-vsrossijskaja-akcija-pismo-> Дата обращения: 18.09.2026

<https://ermolaevo-sosh.ucoz.ru/otchet.docx> Дата обращения: 18.09.2026

<https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fcdt-eldorado.ru%2Fupload%2Ffiles%2F%25D0%25BC%25D0%25B5%25D1%2582%25D0%25BE%25D0%25B4%2520%25D1%2580%25D0%25B0%25D0%25B1%25D0%25BE%25D1%2582%25D0%25B0%2F%25D1%2580%25D0%25B5%25D0%25BA%25D0%25BE%25D0%25BC%25D0%25B5%25D0%25BD%25D0%25B4%25D0%25B0%25D1%2586%25D0%25B8%25D0%25B8%2F%25D0%259F%25D0%2590%25D0%259C%25D0%25AF%25D0%25A2%25D0%259A%25D0%2590%2520%25D0%25B0%25D0%25BA%25D1%2586%25D0%25B8%25D0%25B8.docx&wdOrigin=BROWSIELINK> Дата обращения: 19.09.2026

<https://dumspb.ru/files/files/%D0%90%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%9A%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B5%20%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf> Дата обращения: 19.09.2026

<https://nsportal.ru/detskiy-sad/raznoe/2025/12/11/chek-list-etapy-organizatsii-sotsialnoy-aktsii-v-dou-po-grishaevoy-n-p> Дата обращения: 19.09.2026

<https://storage.yandexcloud.net/dobro-static/prod/docs/05860aac-816b-cd33-ca2c-135b0b07c5a0/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%D1%8B%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%20%D0%91%D0%A4%20%D0%94%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%B5%20%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%BE%20%D0%B7%D0%B0%202020-2022%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0.pdf> Дата обращения: 22.09.2026

<https://svbchvk.obramur.ru/upload/iblock/c27/k4nbbdtirywnb144x7se3n1k82qd19oh.docx> Дата обращения: 22.09.2026

<https://sberbusiness.live/search/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81-%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B7%20%D0%BA%D0%B0%D0%BA%20%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%82%D1%8C,%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%8B%20%D0%B8%20%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%8B%20%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%20proforum.info:%20%D0%A4%D0%BE%D0%BD%D0%B4%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%B4%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%>

[BA%D0%B8%D1%85%20%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B9](#) Дата обращения: 22.09.2026

https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fds-borovichok-kushhyovskaya-r03.gosweb.gosuslugi.ru%2Fnetcat_files%2F42%2F220%2Fbezopasnost_detstva_2025.docx&wdOrigin=BROWSELINK Дата обращения: 22.09.2026

<https://www.calltouch.ru/blog/kak-sdelat-pravilnyj-press-reliz/> Дата обращения: 22.09.2026

[mr_profilaktika_v_oo_nso_fioko_2021.pdf](#) Дата обращения: 22.09.2026

<https://zvtank.obramur.ru/upload/iblock/807/vvmp6jr0xxu4y8knzd501ybvllpvlmvn.pdf>

Дата обращения: 22.09.2026