

## ПРЕДИСЛОВИЕ

*Данная брошюра адресована организациям, которые не равнодушны к своему сообществу, и готовы использовать данную технологию для привлечения граждан к решению социальных проблем сообщества, поддержки позитивных инициатив граждан и распространения успешного опыта гражданской активности в решении социальных проблем.*

*Брошюра подготовлена и выпущена АКОО «Поддержка общественных инициатив» с целью распространения успешного опыта и тиражирования технологий конкурса «Социальная звезда».*

*Мы надеемся, что собранные в брошюре практические рекомендации, помогут организациям и созданным партнерствам не только внедрить технологию конкурса «Социальная звезда», а также, адаптировав, приметить для решения других важных социальных задач сообщества.*

*К брошюре прилагается диск с пакетом документов, необходимых для внедрения технологии конкурса. Диск можно получить, сделав заявку по телефону: 8 (385-2) 35-93-00 или e-mail: [akoopoi@mail.ru](mailto:akoopoi@mail.ru).*

В течение четырех лет краевой конкурс «Социальная звезда» собирает в столице края людей с чутким сердцем, которые не могут оставаться равнодушными к социальным проблемам общества.

Впервые конкурс «Социальная звезда» в Алтайском крае был проведен в 2004 году, тогда в конкурсе приняло участие 59 человек и 2 коллектива из 14 населенных пунктов. Затем конкурс прошел в 2006 году, количество участников составило 111 человек, а география увеличилась до 38 населенных пунктов. В 2007 году конкурс проводился уже в 2 этапа: 1 этап – отборочный, зональный уровень, 2 этап – итоговый краевой уровень и это было обусловлено большим количеством

## ПРЕДИСЛОВИЕ (продолжение)

участников конкурса. В 2008 году конкурс «Социальная звезда» был приурочен к Году Семьи, провозглашенного Указом №761 Президента РФ от 14.06.2007г. и проводился в рамках реализации гранта Администрации Алтайского края в сфере деятельности общественных объединений. Осознавая значимость семьи для Алтайского края и Российской Федерации в целом, конкурс 2008 года был призван выразить признательность социально активным семьям Алтайского края.

Идея проведения конкурса зародилась в Межрегиональном общественном фонде «Сибирский центр поддержки общественных инициатив» города Новосибирска. С 1998 года Сибирский центр начал работать в малых городах, где было отмечено большое количество активных граждан и созданных ими инициативных групп. И уже тогда консультанты Сибирского центра задумывались о социальных технологиях, которые могли бы дать возможность сообществу высказать признательность активным гражданам.

В 2003 году у консультантов Сибирского центра, Киры Гребенник и Натальи Киричук, возникла идея провести конкурс под названием «Социальная звезда». В настоящее время конкурс в Алтайском крае является уникальной социальной технологией, которая дает возможность сообществу высказать признательность активным гражданам, которые занимают активную жизненную позицию, не равнодушны к социальным проблемам земляков и прилагают свои усилия к решению проблем сообщества.

У истоков конкурса «Социальная звезда» в Алтайском крае стояла Алтайская краевая общественная организация «Поддержка общественных инициатив» под руководством Светланы Борисовны Чураковой. Сегодня залогом успешного проведения этого конкурса является эффективное партнерство «Мы зажигаем социальные звезды», в состав которого входят организации из различных секторов экономики: государственного, общественного, бизнеса. Данное партнерство является открытым и его состав ежегодно пополняется новыми организациями.

Сейчас мы можем с полной уверенностью сказать, что этот конкурс стал хорошей, доброй традицией в Алтайском крае. И эту традицию необходимо не просто продолжать, но и развивать, давая популярность новым успешным историям жителей нашего Алтайского края.

# 1 этап.

## ФОРМИРОВАНИЕ ПАРТНЕРСТВА

На данном этапе формируется партнерство (организационный комитет), в составе: орган местного самоуправления, муниципальное учреждение, общественная организация, организация-представитель бизнес сообщества, СМИ.

**Партнерство** - это такое взаимодействие организаций - представителей двух или более секторов, при котором каждый партнер вносит свое уникальное, что он делает лучше других или этого не делает никто из партнеров или ресурс, которого нет у других партнеров.

**Партнерство** - это:

- инициатива;
- поддержка;
- общие ресурсы;
- коалиционные действия;
- общие интересы;
- общий результат.

**Принципы работы партнерства:**

- равные права;
- открытость и прозрачность деятельности;
- взаимодействие и коллективная ответственность.

**Элементы эффективного партнерства:**

- общие или взаимосвязанные нужды;
- общие цели;
- дополняющие ресурсы и умения;
- разделение полномочий.

На данном этапе проводится ряд подготовительных работ, которые заложат фундамент для практической реализации конкурса.

## 1 этап.

## ФОРМИРОВАНИЕ ПАРТНЕРСТВА

Организации-члены партнерства выбирают организацию, которая будет осуществлять координацию деятельности в рамках партнерства и администрировать конкурс «Социальная звезда». Сформированное партнерство оформляет свои совместные намерения Соглашением о сотрудничестве.

Каждая организация партнерства в свою очередь должна определиться с тем объемом работ, который она берет (возлагает) на себя и за который она будет ответственна на протяжении всего периода реализации конкурса. Каждый член партнерства берет на себя функции, которые лежат в рамках их компетенции и обусловлены личной заинтересованностью участия в данной социальной технологии.

Основной формой взаимодействия членов партнерства является проведение собраний, на которых за «круглым столом» члены партнерства определяют принципы работы, функциональные обязанности и общую стратегию работы, а также обсуждаются другие текущие вопросы о ходе реализации работы по внедрению технологии конкурса.

Темы или повестки собраний организационного комитета:

- определение администрирующей организации – координатора;
- определение обязанностей и распределение функций каждого члена партнерства;
- утверждение положения о конкурсе;
- утверждение плана подготовки и проведения конкурса.

## 2 этап.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

### 2.1 РАЗРАБОТКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Первым этапом в проведении конкурса является разработка и организация информационной кампании, роль которой имеет большое значение в период информирования потенциальных участников конкурса, а также в период распространения успешного опыта победителей и работы партнерства. Таким образом, информационная кампания реализуется в течение всего периода проведения конкурса.

**Информационная кампания** – это создание и разработка цепочки взаимосвязанных информационных поводов.

#### **Информационные поводы конкурса:**

- Создано партнерство;
- Объявлен конкурс;
- 15 дней осталось до окончания срока сбора заявок на конкурс. Заявки принимаются до 15 мая 2008г.;
- Сегодня состоялось итоговое заседание экспертного совета, на котором были определены победители конкурса;
- 30 июня 2008 года в 14-00 состоится церемония чествования участников и победителей конкурса, на котором будут объявлены победители (анонс итогового мероприятия);- Состоялась церемония чествования участников и победителей конкурса;
- Успешно завершена работа партнерства по проведению конкурса «Социальная звезда».

Информационные поводы могут распространяться по различным **информационным каналам**: СМИ, «сарафанное радио», базы данных членов партнерства, радиопузлы мест общественного пользования и др.

#### **Формы подачи информационных поводов:**

- пресс-релизы, пресс-конференции, брифинг, интервью, адресное приглашение и др.(взаимодействие со СМИ);
- адресная рассылка в организации партнеры и по их базе данных;
- плакаты, буклеты и другая печатная продукция.

## 2 этап.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

### 2.2 ПРИЕМ ЗАЯВОК

На данном этапе осуществляется следующая работа:

- **регистрация заявок:** составление и заполнение регистрационной формы.

Как правило, регистрационный лист содержит следующие пункты: номер по порядку, дата поступления заявки, Ф.И.О. участника и его контактная информация (адрес, телефон), организация, номинирующая участника и ее контактные данные, район/город.

- **статистическая работа:** по итогам регистрации заявок подводится подсчет данных: общее количество участников, количество участников по номинациям, география участников, какие населенные пункты представлены участниками конкурса. Данная информация необходима для использования в итоговом пресс-релизе, для оценки активности населения согласно географической составляющей, а также информирования населения и других заинтересованных организаций, в том числе организаций-партнеров.

Ответственный сотрудник проводит техническую экспертизу на предмет соответствия присланных материалов требованиям оформления заявки, описанных в Положении и конкурса в целом.

Регистрацию заявок и статистическую работу должен осуществлять один человек, назначенный ответственным в организации, администрирующей конкурс и координирующей работу партнерства.

### 2.3 ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА И ЕГО РАБОТА

#### Принципы выбора экспертов.

- соответствие сферы деятельности эксперта с тематикой конкурса/ сфера деятельности эксперта должна соответствовать тематике конкурса;
- при формировании экспертного совета не следует забывать о конфликте интересов экспертов и приглашать специалистов, лично не заинтересованных в итогах конкурса.

#### Принципы работы экспертного совета.

- при оценке конкурсной работы важно помнить: каждая конкурсная работа должна быть оценена не менее, чем тремя экспертами. Но необходимо также знать, что количество экспертов, оценивающих работу, должно быть нечетным числом.
- работу экспертного совета регламентирует положение о конкурсе. В связи с этим при работе на данном этапе следует соблюдать прописанные в положении пункты/статьи.

## 2 этап.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

### Подготовка и проведение итогового заседания экспертного совета:

- до обозначенной даты проведения итогового заседания экспертного совета необходимо подготовить следующие документы: сводные протоколы оценочных листов по номинациям в количестве соответствующим числу экспертов, оценочные листы, критерии оценки заявки.
- процедура проведения итогового заседания экспертного совета: из числа экспертов путем голосования выбираются секретарь и председательствующий. Члены экспертного совета обсуждают результаты по каждой номинации и выносят предложения. Путем открытого голосования выносят решение по каждой номинации. Решения заседания экспертного совета оформляются протоколом и пересмотру не подлежат.
- место проведения: при выборе места проведения заседания предпочтение должно быть отдано конференц-залу, актовому залу, учебному классу, залу для переговоров и т.д., то есть помещению, в котором нет рабочих мест, и все обсуждения членов экспертного совета смогут проходить конфиденциально. Необходимо также обратить внимание на размещение участников экспертного совета: все участники заседания при обсуждении должны видеть друг друга. В таком случае оптимальным вариантом размещения экспертов является «круглый стол». (рисунок)
- при проведении заседания экспертного совета необходимо помнить о регламенте выступления членов экспертного совета и заседания совета. Продолжительные обсуждения утомляют участников заседания и снижают эффективность конструктивного диалога.
- необходимо также для участников заседания подготовить: бейджи, бумагу для записи, шариковые ручки, стаканы для воды, воду.

## 2 этап.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

### 2.4 ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ИТОГОВОГО МЕРОПРИЯТИЯ

На этом этапе особо значимо слаженное участие каждого из членов партнерства, так как данный этап конкурса является самым насыщенным этапом по разнообразию видов деятельности (или форм работы). Приступая к подготовке итогового мероприятия, партнерству необходимо четкое планирование действий. Для этого следует провести очередное собрание организационного комитета конкурса с представителями партнерства, на котором будет определены: дата, место и форма проведения мероприятия, а также утвержден план подготовки и проведения мероприятия.

Работу по подготовке и организации собрания, как правило, берет на себя координирующая организация, которая до обозначенной даты проведения встречи готовит проект плана подготовки и проведения итогового мероприятия, а также выносит свои предложения членам партнерства.

На собрании между членами партнерства распределяется круг обязанностей в рамках их компетенции и действий, которые необходимо выполнить на данном этапе.

Таблица основных блоков работы по подготовке к итоговому мероприятию

Административный блок	Технический блок	Информационный блок	Сценарно-режиссерский блок	Блок взаимодействия с участниками конкурса
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация буфета во время мероприятия;</li> <li>• Парковка машин у здания места проведения;</li> <li>• Достижение договоренностей по вопросам помещений, необходимых для проведения мероприятия: актовый зал/концертный зал, холл, гардероб, туалет, гримерки, VIP-комната;</li> <li>• Получение разрешения на проведение мероприятия (если это необходимо);</li> <li>• Организация охраны;</li> <li>• Организация регистрации участников;</li> <li>• Организация транспортных перевозок;</li> <li>• Подбор людей и распределение их обязанностей.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка макетов и верстка печатной продукции (дипломов, сертификатов, благодарственных писем, программы мероприятий, пригласительных билетов);</li> <li>• Изготовление печатной продукции;</li> <li>• Подготовка макетов и изготовление баннера и другой корпоративной, сувенирной продукции;</li> <li>• Составление списка необходимого оборудования для организации мероприятия и обеспечение его работы;</li> <li>• Проверка помещения на соответствие техническим требованиям.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Взаимодействие со СМИ: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Написание пресс-релиза;</li> <li>• Подготовка пакета документов для СМИ (пригласительное письмо, информация о победителях конкурса и др.);</li> <li>• Рассылка пресс-релизов;</li> <li>• Ведение переговоров с представителями СМИ.</li> </ul> </li> <li>2. Приглашение почетных гостей: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Составление списка почетных гостей мероприятия;</li> <li>• Подготовка и рассылка именных пригласительных;</li> <li>• Контрольный телефонный обзвон по вопросу участия в мероприятии.</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка и написание сценария и сценарного плана;</li> <li>• Художественное оформление мероприятия с учетом всех пиротехнических средств (хлопушки, бумфиты и др.);</li> <li>• Звуковое оформление мероприятия (музыка, микрофоны и другая аудио аппаратура);</li> <li>• Световое оформление;</li> <li>• Подготовка реквизита;</li> <li>• Подготовка видео презентационного сопровождения мероприятия;</li> <li>• Режиссура мероприятия (подбор хореографических и вокальных номеров, ведущих).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Составление списка участников конкурса;</li> <li>• Подготовка и рассылка официальных писем главам муниципальных образований об оказании помощи в организации прибытия участников конкурса до места проведения итогового мероприятия;</li> <li>• Приглашение участников на итоговое мероприятие посредством письменного или телефонного обращения.</li> </ul>

## 2 этап.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

После утверждения плана действий члены партнерства приступают к работе по подготовке к мероприятию. В период подготовки при необходимости партнерство может провести собрание с целью корректировки плана и координации действий партнеров.

Во время проведения мероприятия очень важно, чтобы был определен круг людей, ответственных за следующие участки работы:

- художественное оформление зала, холла и др.;
- озвучивание мероприятия;
- световое оформление;
- фото и видеосъемка мероприятия;
- регистрация участников;
- встреча представителей СМИ;
- встреча гостей мероприятия;
- работа буфета, гардероба и др. необходимых помещений;
- работа видео презентационного сопровождения мероприятия и др.

## 3 этап.

## ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ РАБОТЫ

Подведение итогов работы по внедрению технологии конкурса предполагает:

- **подведение итогов конкурса.** Этот этап работы не следует игнорировать, даже если вы остались полностью довольны результатами конкурса. Подводя итоги, следует обратить внимание на количественные и качественные показатели конкурса и проанализировать их, т.е. сопоставить ожидаемые результаты с полученными (количество участников, география участников, возрастной социальный состав участников, приоритетность номинаций, соответствие требованиям конкурсного материала) и выявить причины, которые повлияли на них. А также постараться дать объективную оценку всему ходу реализации конкурса, отметив не только успешный и положительный опыт, но и трудности, которые возникли в ходе реализации конкурса.

Результатом подведения итогов конкурса являются:

- итоговый пресс-релиз, который рассылается по факту проведенного мероприятия в СМИ в день проведения;
- анализ проведения конкурса.

- **анализ взаимодействия партнерства и планирование перспектив его дальнейшей работы.** Давая анализ взаимодействию партнерства, в первую очередь, следует обратить внимание на то, была ли выполнена партнерством главная цель и достигнут ли конечный результат. А уже затем приступить к рассмотрению следующих вопросов: на сколько эффективно были распределены обязанности и определен функционал членов партнерства, соблюдались ли организациями принципы партнерства и если нет то по какой причине, на сколько оправдывает себя такая форма взаимодействия как партнерство и возможно ли применять подобный опыт в проведении других мероприятий, и наконец: удовлетворенность каждого партнера своей ролью в партнерстве и полученными для своей организации результатами и как следствие готовность к дальнейшему партнерству в перспективе.