**Всероссийская акция**

**«Минута молчания»**

Цели:

1. Сохранение исторической памяти о Великой Отечественной войне унесшей жизни 27 миллионов граждан.
2. Обеспечение преемственности поколений россиян.
3. Проведение одновременно по всей стране минуты молчания в 12 часов 15 минут по московскому времени.

Задачи:

1. информирование населения по всем каналам коммуникаций;
2. организация Минуты молчания во всех населенных пунктах региона одновременно по всей стране в 12:15 московского времени.

**Срок реализации**

22 июня

1. **Об акции «Минута молчания»**

В 12:15 по московскому времени ОДНОВРЕМЕННО во всей России объявляется минута молчания, минута скорби.

* прерывается вещание в эфире телевидения и радио, кабельных каналов (каналы самостоятельно выбирают, каким образом прервать эфир и могут использовать любые записи, в том числе – запись голоса Игоря Кириллова);
* останавливается общественный транспорт;
* останавливаются личные автомобили;
* на предприятиях, где позволяет технологический цикл – тоже останавливается работа.

Информацию о проведении минуты молчания необходимо довести до всех органов муниципального управления, всех предприятий   
и организаций любой формы собственности и направлений деятельности.

1. **Порядок подготовки**

**и информационного сопровождения акции.**

2.1. Работа со СМИ, общественными организациями и соцсетями.

Анонсирование акции «Минута молчания» с 15 июня.

Для информирования сотрудников и граждан об акции, информация с призывом принять участие направляется:

* органам местного самоуправления, включая представительные   
  и выборные,
* органам социального, пенсионного обеспечения,
* всем бюджетным учреждениям (образования, дополнительного образования, здравоохранения, транспорта, ЖКУ и др.),

В адрес руководителей предприятий орган власти направляет обращения с предложением разместить на официальных ресурсах компаний и предприятий информацию об акции и мотивировать работников по внутрикорпоративным каналам коммуникаций к участию в ней:

* транспорт (железнодорожный, автомобильный и водный, общественный, грузовой);
* связь (все телекоммуникационные и эксплуатирующие организации и компании);
* промышленное производство (от добывающих до обрабатывающих и предприятий высоких технологий);
* сельскохозяйственные и обрабатывающие предприятия;
* банковский сектор;
* логистика и складские услуги;
* торговые предприятия (любого формата);
* управляющие компании в сфере ЖКХ;
* арендодателям офисных помещений для арендаторов   
  и собственных сотрудников.

Компании размещают информацию о проводимой акции не только на сайтах организаций, но и в корпоративной прессе, мессенджерах накануне 22 июня, а также на досках объявлений (например, на проходной и в многоквартирных домах).

2.3. Группы особого внимания.

Особое внимание нужно обратить на вовлечение активных   
и заинтересованных групп населения:

* студенты, школьники;
* патриотически настроенная молодежь – активисты молодежных   
  и волонтерских организаций, спортсмены, болельщики, военнослужащие и сотрудники силовых ведомств;
* активисты старшего поколения: ветеранские организации любых направлений (от силовых до отраслевых), пользователи ресурсов «Активное долголетие» и «Серебряные волонтеры».

Особое внимание нужно обратить на городские паблики   
и сообщества, лидеров общественного мнения в соцсетях.

1. **Ключевые показатели**

* Информирование населения по всем каналам коммуникаций.
* Вовлечение всех населенных пунктов региона.
* Не менее 5 знаковых публикаций в сети Интернет у пользователей, имеющих не менее 20 000 подписчиков.

Ссылка на контент:

<https://disk.yandex.ru/d/Er8JpXUuZocWgw>