



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Как подготовить и провести общественную кампанию

Вебинар | 18.05.2017



Алексей Ница

fb.com/mrnitsa

Сайт Теплицы

The screenshot displays the website for 'Теплица Социальных Технологий' (Teplitsa Social Technologies). The top navigation bar is green and includes a menu icon, the site logo, the text 'ТЕПЛИЦА СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ', a 'подпишись' (subscribe) button, and a search icon. Below the navigation bar is a horizontal menu with categories: НКО, ТЕХНОЛОГИИ, ОБРАЗОВАНИЕ, ИНСТРУМЕНТЫ, МЕРОПРИЯТИЯ, and ТЕПЛИЦА.

The main content area features several articles:

- Article 1:** 'Современные тренды в дизайне сайтов' (Modern trends in website design). Category: ОТЧЕТЬ (Report). Date: 24.08.2016. Image shows a man in a light blue shirt standing in an office.
- Article 2:** '«Максикарта»: как создать популярный картографический проект' (Maxikarta: how to create a popular cartographic project). Category: ОТЧЕТЫ (Reports). Date: 24.08.2016. Image shows a man at a computer monitor.
- Article 3:** 'Видеосурок Теплицы: А/В-тестирование заголовков на сайте' (Video surrogates of Teplitsa: A/B testing of headlines on the website). Category: ОБРАЗОВАНИЕ (Education). Date: 23.08.2016. Image shows a computer monitor displaying a website.
- Article 4:** 'НКО ПРОЕКТ «ПАСЕКА»: ПОЧЕМУ АГЕНТСТВО «БИЗНЕС-АТЕЛЬЕ» ПОМОГАЕТ НКО И ДЕЛАЕТ ЭТО PRO' (NPO PROJECT 'PASEKA': WHY THE AGENCY 'BUSINESS-ATEL'IE' HELPS NPO AND DOES THIS PRO). Category: НКО (NPO). Image shows a large text graphic.

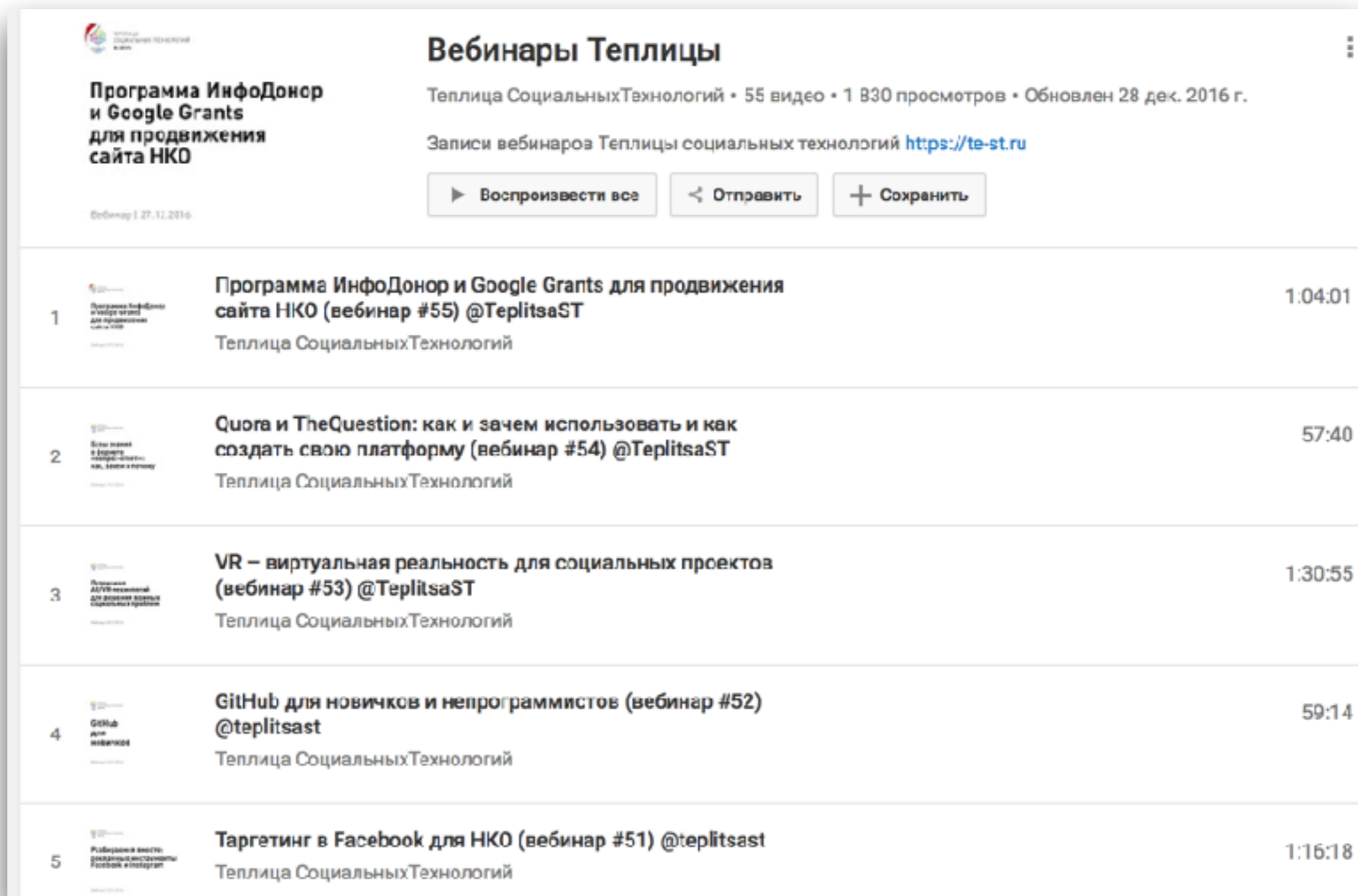
The sidebar on the right contains two sections:

- ТЕПЛИЦА (Teplitsa):** A grid of icons linking to 'О проекте' (About the project), 'Для НКО' (For NPO), 'Контакты' (Contacts), 'Команда' (Team), 'Продукты' (Products), and 'Портфолио' (Portfolio).
- МЕРОПРИЯТИЯ (Events):** A list of events with images and details:
 - Онлайн (Online):** Вебинар Теплицы с Ксенией Ермошиной: Блокчейн и биткойн для активизма и... (Webinar Teplitsa with Kseniya Ermoshina: Blockchain and Bitcoin for activism and...). Date: 24.08.2016, 12:00.
 - Москва (Moscow):** Мастер-класс Impact Talk #2: Трудоустройство людей из уязвимых групп (Masterclass Impact Talk #2: Employment of people from vulnerable groups). Date: 24.08.2016, 19:00.

Канал Теплицы на YouTube

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Теплица Социальных Технологий'. At the top, there is a search bar with the text 'Введите запрос' and a search icon. To the right of the search bar are buttons for 'Добавить видео' and 'Войти'. Below the search bar is a banner image with a colorful background and a logo of a tree with colorful leaves. The channel name 'Теплица Социальных Технологий' is displayed in large text, followed by a 'Подписаться' button and the subscriber count '3 267'. Below the channel name are tabs for 'Главная', 'Видео', and 'Плейлист'. A modal window is overlaid on the page, titled 'Подтвердите подписку на каналы', with the channel name and a 'Подписаться' button. Below the modal, there are three video thumbnails with titles and durations: 'Как добавить субтитры к видео на YouTube и в Facebook' (6:53), 'Как зашифровать файл или текст с помощью Gpg4win' (4:10), and 'KeepPass – менеджер паролей для Windows' (4:14). On the right side, there is a section for 'Похожие каналы' with several channel names and 'Подписаться' buttons.


Записи вебинаров Теплицы



The screenshot shows a YouTube playlist page for 'Вебинары Теплицы'. The header includes the channel name 'Теплица Социальных Технологий', the number of videos (55), views (1,830), and the last update date (28 Dec 2016). Below the header are three buttons: 'Воспроизвести все', 'Отправить', and 'Сохранить'. The main content is a list of five video entries, each with a number, a thumbnail, a title, a channel name, and a duration.

№	Название	Длительность
1	Программа ИнфоДонор и Google Grants для продвижения сайта НКО (вебинар #55) @TeplitsaST	1:04:01
2	Quora и TheQuestion: как и зачем использовать и как создать свою платформу (вебинар #54) @TeplitsaST	57:40
3	VR – виртуальная реальность для социальных проектов (вебинар #53) @TeplitsaST	1:30:55
4	GitHub для новичков и непрограммистов (вебинар #52) @teplitsast	59:14
5	Таргетинг в Facebook для НКО (вебинар #51) @teplitsast	1:16:18

Видеоуроки Теплицы








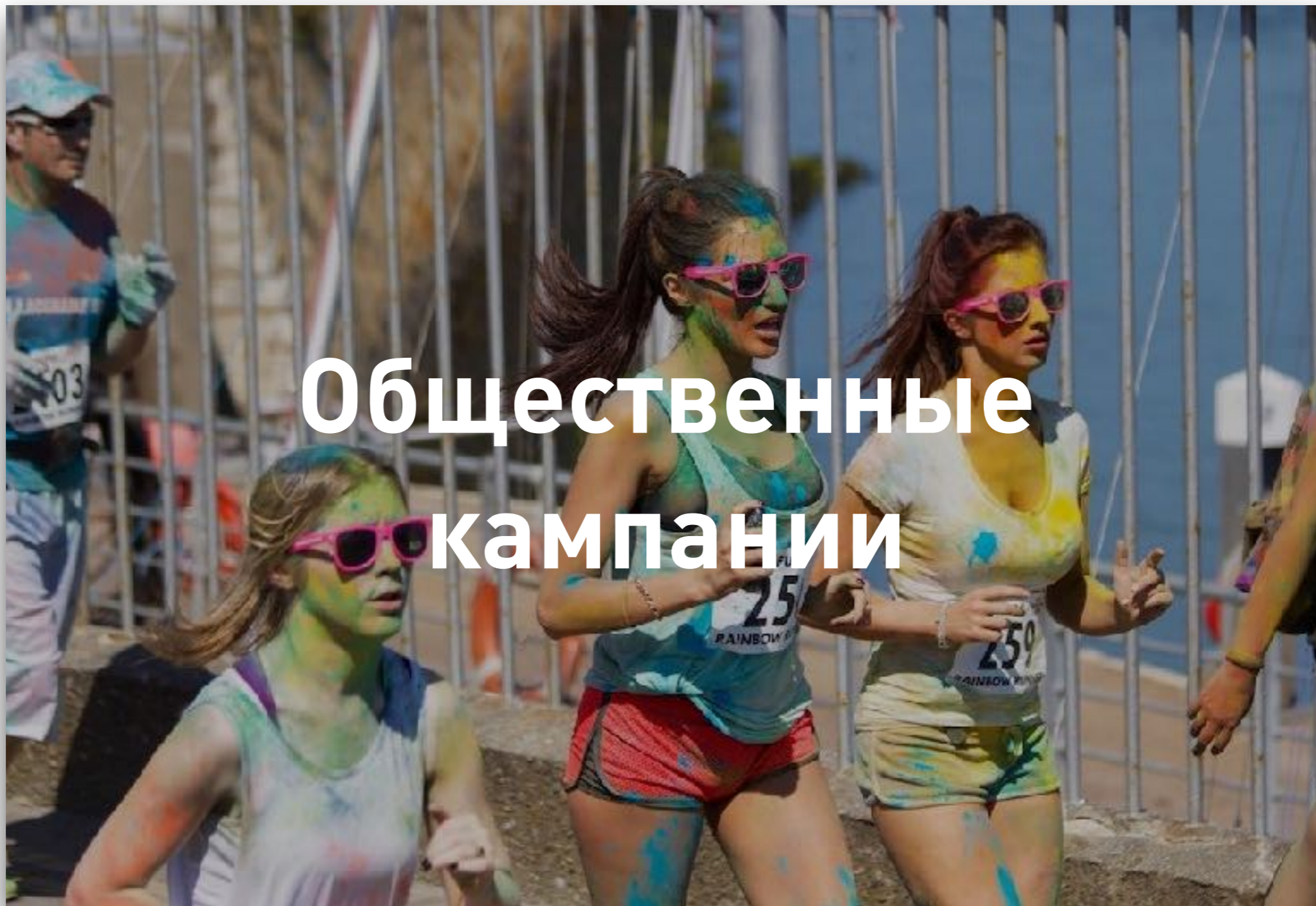
Онлайн-уроки

Теплица Социальных Технологий · 121 видео · 33 642 просмотра · Обновлено 2 дня назад

Видеоуроки Теплицы социальных технологий - это небольшие видео, цель которых - показать, как пользоваться тем или иным онлайн-сервисом или программой для повышения эффективности вашей работы ещё

[▶ Воспроизвести все](#) [← Отправить](#) [✓ Сохранено](#)

1	 <p>Как отслеживать ссылки с помощью UTM меток Теплица Социальных Технологий</p>	4:09
2	 <p>Видео на YouTube: как добавить ссылку на ваш сайт в видео и создавать иерархию роликов Теплица Социальных Технологий</p>	4:49
3	 <p>Как обезопасить личную переписку с помощью виджета Mailvelope Теплица Социальных Технологий</p>	3:03
4	 <p>Как с помощью Readymag сделать красивый сайт Теплица Социальных Технологий</p>	4:49
5	 <p>Как установить и настроить WordPress на стандартном хостинге Теплица Социальных Технологий</p>	4:50



Общественные кампании



Общественная кампания

Серия взаимосвязанных и запланированных **действий**, нацеленная **на достижение конкретных результатов** в решении общественно значимой проблемы **в течение определенного периода времени** и использующая **воздействие общественности и общественное мнение** на организации и конкретных лиц, от которых зависит решение проблемы.

Общественная кампания – это процесс, определяющий общественную проблему, привлекающий к ней внимание населения и лиц, принимающих решения, и нацеленный на конкретные перемены.

Важные критерии

- запланированная последовательность действий
- понятная всем цель
- ограниченный период времени
- поиск союзников
- работа с лидерами мнений
- изменение поведения (behavior change communication)

Зеленый марафон

СБЕРБАНК
Всегда рядом

НОВОСТИ РЕГИСТРАЦИЯ ПРОБЕГ

ЗЕЛЕНый МАРАФОН

ДО СТАРТА

09
дней

11
часов

13
минут

52
секунд

**ВАШ
ФИНИШ –
ИХ СТАРТ**

28 / 05

#ЩедрыйВторник



2 декабря 2016

Объемы благотворительных пожертвований россиян выросли в #ЩедрыйВторник

В #ЩедрыйВторник средняя сумма пожертвований выросла в 2,5 раза по сравнению с прошлым годом.


#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

ФЛЕШМОБ НЕДЕЛЯ ПРИЗНАНИЙ



УНИЦИТОВ БОЛЕЕ



900

ПАРТНЕРОВ

УЧАСТВОВАЛО БОЛЕЕ



120

НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ

ОРГАНИЗОВАНО БОЛЕЕ



1500

СОБЫТИЙ



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

givingtuesday.ru/news/1087

Кампания против закона о реновации



Проект «БиблиоРодина»

Обеспечим библиотеки научными изданиями!

Парадокс, но в наш век интернета и информационного бума многие научные журналы недоступны для читателей. У региональных библиотек нет возможности пополнять фонды технической и научно-популярной периодикой, а сами эти издания оказываются на грани выживания. Проект «БиблиоРодина» призван обеспечить региональные библиотеки тематическими изданиями, что позволит очень многим людям приобщиться к знаниям!

*«...Пока жива библиотека – жив народ,
умрет она – умрет прошлое и будущее».*

Академик Д. Лихачев

ПОДДЕРЖАТЬ

Поделитесь в соцсетях



Вы представляете библиотеку или периодическое издание?

[Отправить заявку на участие](#)



42

Издания
в проекте

6 407

Библиотек
в проекте

219

Подписок
оформлено

575 194 ₺

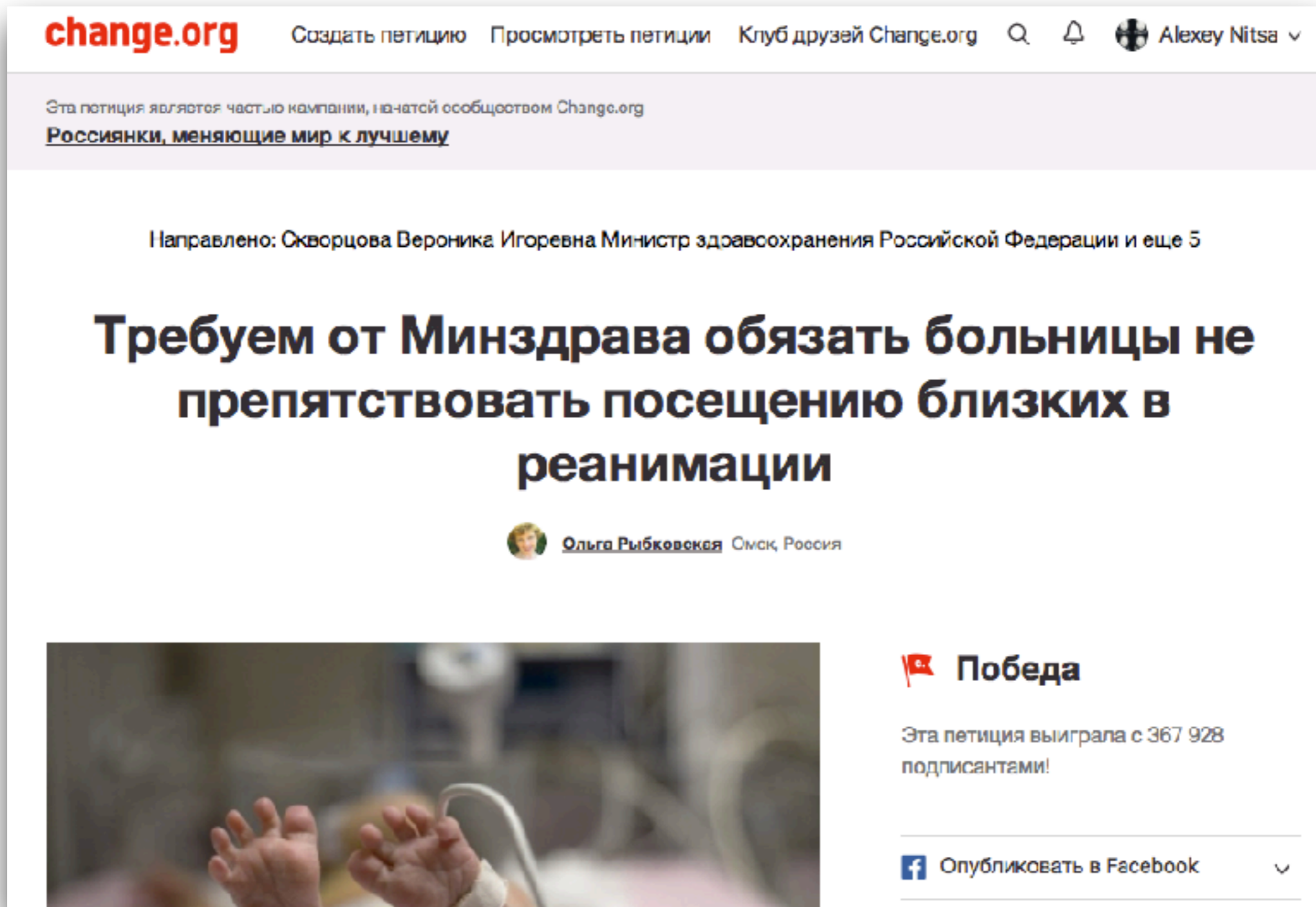
Собрано
на подписку



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

biblio.planeta.ru

Петиции на change.org





change.org Создать петицию Просмотреть петиции Клуб друзей Change.org 🔍 🔔 🌐 Alexey Nitsa ▾


Эта петиция является частью кампании, начатой сообществом Change.org
Россиянки, меняющие мир к лучшему

Направлено: Скворцова Вероника Игоревна Министр здравоохранения Российской Федерации и еще 5


Требуем от Минздрава обязать больницы не препятствовать посещению близких в реанимации

 **Ольга Рыбковская** Смск, Россия




 **Победа**

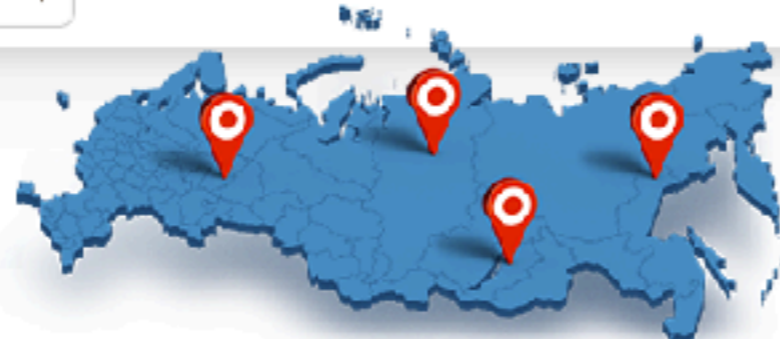
Эта петиция выиграла с 367 928 подписантами!

 Опубликовать в Facebook ▾

Петиции на Российской общественной инициативе

г. Москва Версия для слабовидящих Вход

 РОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ИНИЦИАТИВА



8-800-200-61-62
[Как это работает?](#)
[Обратная связь](#)
[Интерактивная карта](#)


ОПУБЛИКОВАТЬ ИНИЦИАТИВУ

Всего инициатив: **10187** Поиск инициатив НАЙТИ

[Главная](#) → [На голосовании](#) → Инициатива на голосовании


Инициатива № **77Ф28950** Уровень инициативы: **Федеральный**

Против принятия закона, позволяющего вводить плату за въезд в центры городов, платный проезд по дорогам и организовывать платные парковки во дворах





16 апреля 2016 г. в Государственную Думу был внесен проект закона № 1047264-6 «Об организации дорожного движения в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Целью законопроекта является установление единых правовых основ деятельности в сфере организации

Голосование закончится **14.07.2017**

 45.8%

За инициативу подано: **45 807** голосов
Против инициативы подано: **1 449** голосов

[Все инициативы автора](#)

 **Популярные инициативы**
[Смотреть все](#)  **2292** инициативы

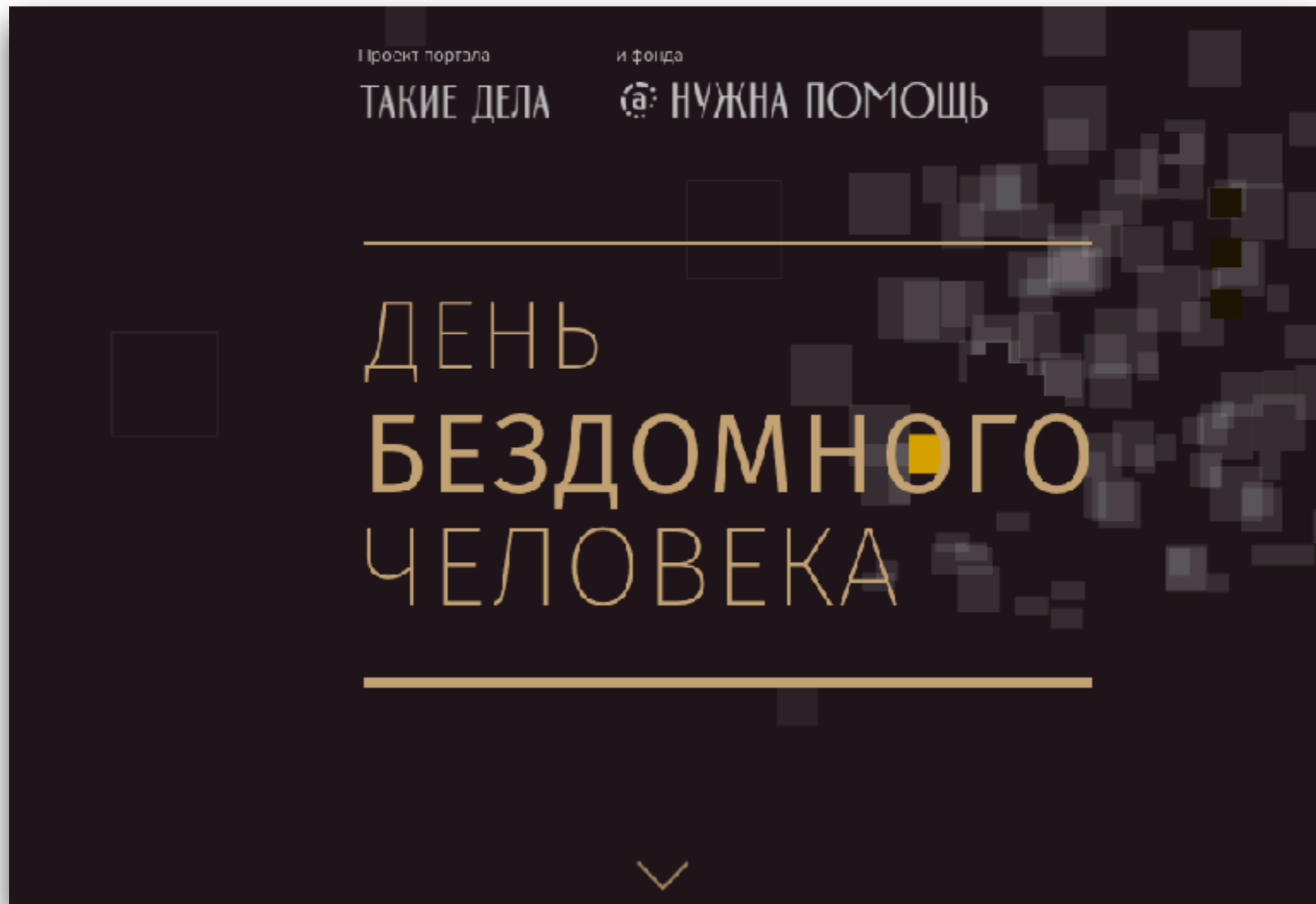
ЕСТЬ ЛИ У ОНЛАЙН-ПЕТИЦИЙ ЭФФЕКТ НА ОБЩЕСТВО? ДИСКУССИЯ НА IV ОБЩЕРОССИЙСКОМ ФОРУМЕ



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

[Видеозапись на сайте Теплицы](#)

День бездомного человека



(RED)



(RED)[®]

Покупайте (RED).
Дарите жизнь.

Уже 10 лет мы поддерживаем проект (RED) и его программы по борьбе с ВИЧ и СПИДом. В рамках этих программ проводятся консультации и обследования, а также распространяются лекарства, позволяющие предотвратить заражение ребёнка от матери во время беременности. Благодаря продаже продуктов (RED) мы собрали более 130 миллионов долларов. И сегодня мы представляем iPhone 7 (PRODUCT)RED[™] Special Edition. Каждая покупка (RED) — это ещё один шаг к поколению без СПИДа.



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

apple.com/ru/product-red

Движение «Бессмертный полк»

УЗНАЙ ПРО ПОЛК ЗАПИШИ ДЕДА В ПОЛК НАЙТИ СОЛДАТА ИНФОРМБЮРО ГАУПТВАХТА КОНТАКТЫ ПОМОЧЬ ПОЛКУ



**Бессмертный
ПОЛК**



ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ДВИЖЕНИЯ БЕССМЕРТНЫЙ ПОЛК

Ваш регион: Москва [Перейти на страницу региона](#) [выбрать другой регион](#) ▼

КОГО ВЫ ИЩЕТЕ? [Расширенный поиск](#)

ОНИ ДОЛЖНЫ ИДТИ ПОБЕДНЫМ СТРОЕМ В ЛЮБЫЕ ВРЕМЕНА

Уже записано **400090** историй [Рассказать свою историю](#)

 <p>КОНОПЛЕВ Александр Павлович <i>гвардии сержант</i></p>	 <p>ЕВТЕЕВ Иван Максимович</p>	 <p>КОЛТАКОВ Павел Петрович</p>	 <p>ДУЛАТОВ Жумагул Сыздыкович <i>рядовой</i></p>	 <p>ГОЛЕРОВ Иван Игнатьевич <i>лейтенант</i></p>
--	---	---	---	--



Ice Bucket Challenge



Ice Bucket Challenge



1 ACCEPT



2 RECORD



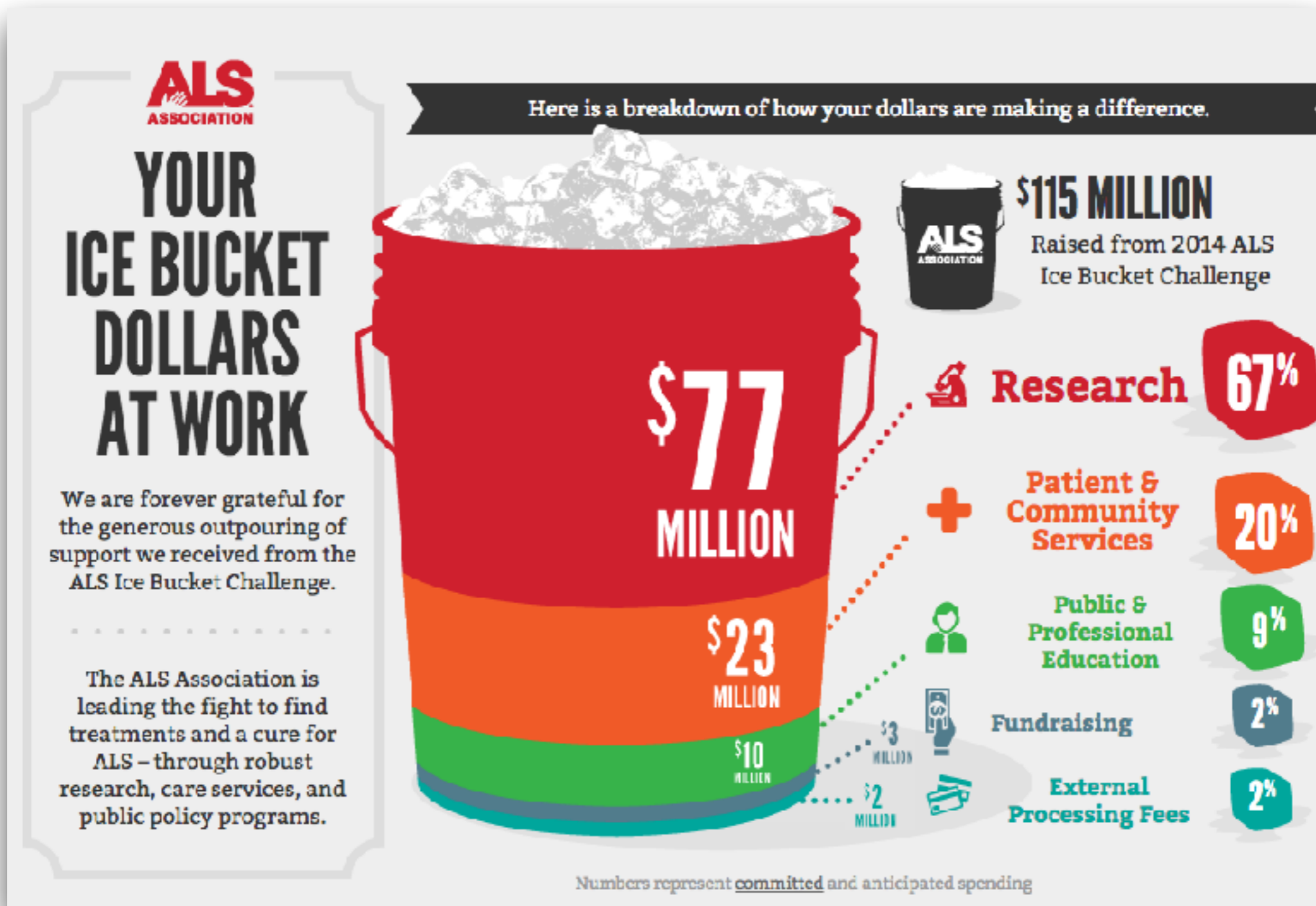
3 UPLOAD



4 GIVE



Ice Bucket Challenge



Типы общественных кампаний

- краудфандинговые
- краудсорсинговые
- благотворительные
- волонтерские
- информационные
- петиционные



Активизм и слактивизм





Отличие общественной кампании от политической кампании

- Защита интересов и прав различных групп независимо от политических убеждений
- Борьба не за власть, а за общественные интересы
- Участники кампании прямо не участвуют в принятии решений

Гид по подготовке и проведению кампании



Цикл кампании

1. Определение проблемы
2. Анализ и исследование проблемы
3. Выработка стратегии кампании (фокусирование кампании)
4. Определение целевых групп кампании (первичных и вторичных). Люди а не организации
5. Оценка ресурсов
6. Разработка тактики кампании
7. Составление плана действий
- 8. Проведение кампании**
- 9. Анализ результатов**

[What we do](#)[Get involved](#)[Shop online](#)[Donate](#)[Home](#) > [Get involved](#) > [Campaign with us](#) > [How to campaign](#) > [Campaigning tools and resources](#)**Get involved**▼ **Fundraising**▼ **Campaign with us**

▼ Inequality and poverty

▼ Food and climate change

▼ Conflict and emergencies

▼ Join the campaign network

▼ Latest campaign news

▼ Past campaigns and successes

▼ **Volunteer with us**▼ **Festivals**

▼ How your company can partner with Oxfam

▼ How your community group can support us

▼ **Book an Oxfam Speaker****Campaigning tools and resources**

From how-to guides and DVDs to T-shirts and tablecloths, here is all the latest information and materials you'll need to be a fantastic campaigner.

Guides and how-tos**Guides**



Step 1 – What's Your Campaign Issue?

What's the problem?

What do you want to change? You need to be quite clear about what exactly could be done better.

What would success look like?

You need to consider what success would look like. It might be very simple or it might be quite complicated. You might not know exactly what the solution is. However, before you move on to Step 2 you need to have a clear idea of what you want your campaign to achieve. One example of what success looks like is the [campaign to make Letchworth and Hitchin Station accessible](#)

Is a campaign required?

It is best practice to have tried all other available options before launching a campaign. Therefore it is important to use formal complaints and feedback

The DIY Campaigns Toolkit

[Step 1: What's your campaign for?](#) >

[Step 2: What can help me win my campaign?](#) >

[Step 3: Who can help achieve my campaign goal?](#) >

[Step 4: Choose the right tactics](#) >

[Step 5: Monitor and evaluate](#) >

[More campaigning resources](#) >



Основные шаги

1. Для чего нужна моя кампания?
2. Что может помочь моей кампании?
3. Кто может помочь достичь цели кампании?
4. Выбор правильной тактики
5. Запуск и мониторинг кампании
6. Оценка результатов

Шаг 1.

Для чего нужна моя кампания?

- что я хочу изменить?
- что будет являться успехом?
- четко сформулировать цели кампании
- а требуется ли вообще кампания?

Шаг 2.

Что может помочь моей кампании?

- исследуйте вашу область. Как в ней происходят изменения? Это вопрос практики или политики?
- какие ресурсы у меня есть? Какие ресурсы мне могут быть нужны?
- у кого я могу взять эти ресурсы?

Шаг 3.

Кто может помочь достичь цели кампании?

- кто может дать то, что мне нужно?
- кто может влиять на принятие решений моей ЦА?

Шаг 4.

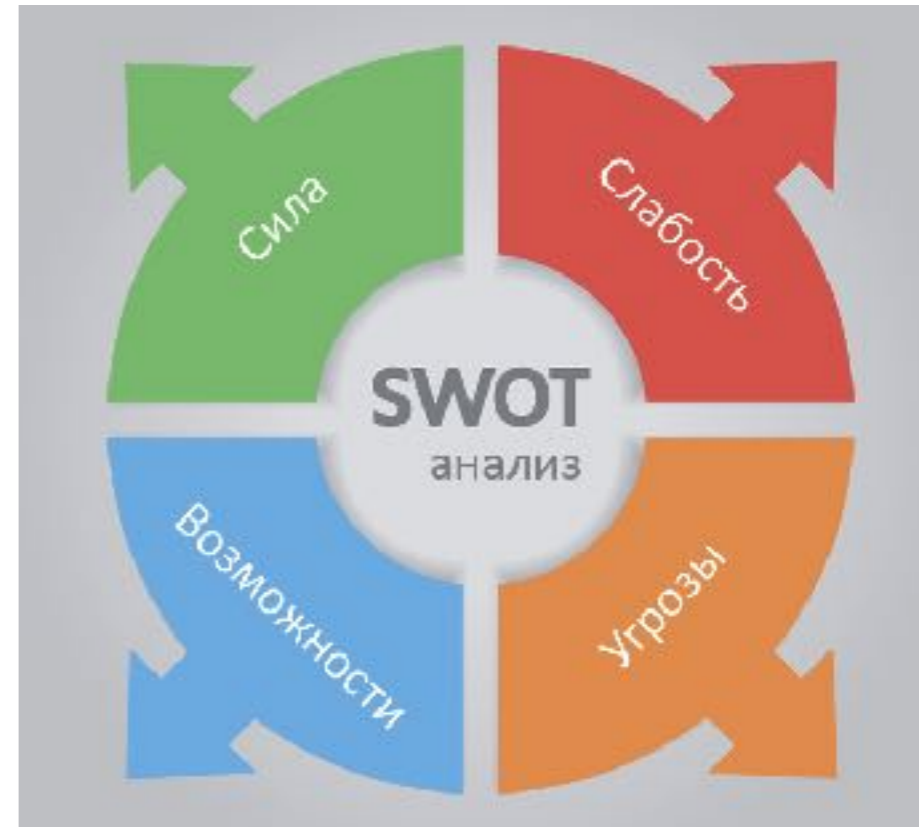
Выбор правильной тактики

- Зная цели и ресурсы кампании, можно выбрать нужные инструменты для ее проведения, например:
 1. сбор доказательств
 2. организация встречи с теми, на кого вы хотите повлиять
 3. вовлечение общественности (например, петиции)
 4. использование каналов продвижения

Шаг 5.

Запуск и мониторинг кампании

- до запуска кампании – сделать SWOT-анализ
- установите промежуточные цели и обязательно оценивайте их успешность (мероприятия, ключевые показатели и др.)
- **действие - анализ - действие**



Шаг 6.

Оценка результатов

- совпадают результаты с намеченными?
- в чем причина удачи/неудачи?
- проанализируйте действия вашей ЦА
- **продолжайте. снова и снова**

Полезные ресурсы и инструменты (eng)

- <http://www.oxfam.org.uk/get-involved/campaign-with-us/how-to-campaign/campaign-tools-and-resources>
- <https://www.scope.org.uk/campaigns/community/diy-toolkit/step-1>
- <https://www.campaignbootcamp.org/>
- <http://www.publicadcampaign.com/>
- <https://knowhownonprofit.org/how-to/how-to-run-effective-campaigns>
- <https://uwba.org/Campaign-Toolkit>
- <https://osha.europa.eu/en/tools-and-publications/osh-campaign-toolkit>
- <http://campaign.uw-mc.org/>
- <https://unitedforimpact.org/ways-to-give/companies/toolkit>
- <http://www.unitedwaytyr.com/campaign-toolkit>
- <https://knowhownonprofit.org/campaigns/campaigning-and-influencing>
- <http://www.seedsforchange.org.uk/resources>
- <http://www.seedsforchange.org.uk/handbookweb.pdf>



Вопросы и ответы



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Спасибо!



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru