



**Коммуникационное сопровождение федерального проекта
«Старшее поколение» (нацпроект «Демография» 2019-2024 гг.)**

Заместитель руководителя аппарата Вице-премьера Т.ГОЛИКОВОЙ
София Малявина

ЖИТЬ, А НЕ ДОЖИВАТЬ

Старость в России обычно воспринимается как время «дожития», как серьезное испытание безденежьем, одиночеством и болезнями.

У такого восприятия старости, к сожалению, есть и объективные основания, но за последние десятилетия в мире многое изменилось. Мы стали жить дольше, и у среднестатистического человека появился совершенно новый этап жизни, который можно провести полноценно и с удовольствием.



КАЖДЫЙ ПРОЖИТЫЙ ДЕНЬ ПРЕКРАСЕН!

Стареть с удовольствием возможно лишь при определенных условиях. Речь идет далеко не только о материальной стороне вопроса. В первую очередь, **важно изменить отношение общества к старению и к пожилым людям**, научиться принимать возраст как неизбежный, но вполне совместимый с нормальной жизнью факт.



До
60
и старше



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КАМПАНИИ

- 01** Изменить отношение общества к старости и людям старшего возраста, донести до общества потенциал пожилых людей
- 02** Объяснить важность формирования индивидуальной жизненной стратегии, позволяющей чувствовать себя комфортно и уверенно в старшем возрасте
- 03** Показать на конкретных примерах, что старший возраст – это полноценный этап жизни человека, имеющий свои преимущества
- 04** Рассказать о деятельности государства и некоммерческих организаций в сфере поддержки людей старшего возраста



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Граждане России среднего и старшего возраста

Ключевая возрастная группа – люди среднего возраста.

Большинство из них имеют близких пенсионного возраста и с тревогой задумываются о собственных годах. При этом не имеют представления о том, как правильно подготовиться к ней.

К этой категории относятся и работодатели, которым будет полезно избавиться от стереотипов о работниках предпенсионного возраста, узнать о возможностях переподготовки таких кадров и т.д.

Аудитории старшего возраста будет интересна информация о различных аспектах жизни пожилых людей, сохраняющих социальную и физическую активность



ТЕМЫ КАМПАНИИ



- ✓ Стереотипы о старении и старости. Борьба с предрассудками
- ✓ Индивидуальные стратегии на старший возраст. Когда начинать к нему готовиться
- ✓ В каком возрасте наступает старость? Кто такие старики?
- ✓ Источники доходов пенсионеров и планирование личного бюджета. Финансовая грамотность
- ✓ Старший возраст и одиночество
- ✓ Образовательные программы и профессиональная подготовка в среднем и старшем возрасте
- ✓ Доступный стиль. Индустрия моды для людей старшего возраста. Руководство по стилю
- ✓ Трудовые права и перспективы: как оставаться востребованным на рынке труда в старшем возрасте
- ✓ Государственные и коммерческие услуги для людей старшего возраста
- ✓ Возраст открытий: скрытые возможности старшего возраста
- ✓ Общественная активность как источник молодости
- ✓ Романтические отношения в старшем возрасте. Избавиться от комплексов и предрассудков.
- ✓ Что мешает разным поколениям понимать друг друга? Поиск общего
- ✓ Digital-мир. Как современные технологии продлевают социальную активность пожилых людей
- ✓ Ресурсы организма: как избежать преждевременного старения. Профилактика физических и ментальных нарушений
- ✓ Время познавать мир: возможности для путешествий по России и миру. Так ли это дорого?
- ✓ Потеря трудоспособности. Как найти силы жить дальше? Борьба с депрессией.

СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

Трансформация восприятия старости в обществе: от пугающей неизбежности к поиску потенциальных возможностей

Осознание людьми среднего возраста необходимости дополнительной подготовки к переходу в старший возраст и персональной ответственности за качество жизни

Преодоление ментальных барьеров между поколениями, вовлечение людей среднего возраста в помощь пожилым родственникам и знакомым





**Коммуникационное сопровождение федерального проекта
«Финансовая поддержка семей при рождении детей»
(нацпроект «Демография» 2019-2024 гг.)**

Заместитель руководителя аппарата Вице-премьера Т.ГОЛИКОВОЙ
София Малявина

КЛЮЧ К ДЕМОГРАФИЧЕСКОМУ ПРОЦВЕТАНИЮ – ПОБУЖДЕНИЕ ГРАЖДАН К РОЖДЕНИЮ ДЕТЕЙ



Россия находится на общемировом тренде старения населения. Ситуацию усугубляет **демографическая спад, связанный с резким снижением рождаемости в период 90-х годов.**

Поведение социальных групп, обладающих наибольшим потенциалом с точки зрения демографического вклада, тяготеет к формам самореализации, связанных с карьерными достижениями и личным развитием. **Они не стремятся создавать семьи или не решаются на рождение двух или более детей.**

ЦЕЛЬ –

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ,
ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО
ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К СОЗДАНИЮ
СЕМЬИ, РОЖДЕНИЮ И ВОСПИТАНИЮ ДЕТЕЙ



ПРИОРИТЕТНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ:

МОЛОДЫЕ ЛЮДИ В ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЕ
18-35 ЛЕТ, СЕМЕЙНЫЕ ПАРЫ, У КОТОРЫХ НЕТ
ДЕТЕЙ ИЛИ ТОЛЬКО ОДИН РЕБЕНОК

ВОЗМОЖНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ И ПУБЛИЧНЫХ ДИСКУССИЙ



Истории молодых родителей, которые после рождения детей добились успехов в предпринимательстве или некоммерческой сфере

Советы и «лайфхаки» для родителей о формах совместного досуга с детьми (путешествия, отдых, питание, здоровье, учеба т.д.)

Материалы о компаниях, которые реализуют меры поддержки в отношении сотрудников, которые воспитывают несовершеннолетних детей

ВОЗМОЖНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ И ПУБЛИЧНЫХ ДИСКУССИЙ



Истории женщин с детьми, прошедших переобучение и повышение квалификации в рамках нацпроекта «Демография»

Истории улучшения качества жизни детей с ОВЗ после их усыновления в приемные семьи

Обсуждение возможностей ЭКО в борьбе с бесплодием (сюжеты с врачами, родителями и детьми, рожденными благодаря процедуре)

ВОЗМОЖНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ И ПУБЛИЧНЫХ ДИСКУССИЙ



Позитивные истории молодых мам, принявших решение сохранить ребенка при незапланированной беременности (профилактика абортов среди молодежи – акцент на сохранение жизни)

Истории перемены убеждений людей, ранее придерживавшихся мировоззрения «childfree»

Рейтинги образовательных и оздоровительных программ для детей

Редакционные конкурсы для молодых семейных пар с несколькими детьми