

**ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТАМ, РЕАЛИЗУЕМЫМ  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «КОНТЕНТ В БЛОГОСФЕРЕ»  
(молодежный контент)**

1. Проект (в том числе описание Проекта), представляемый на Конкурсный отбор молодежного контента, в обязательном порядке:

1.1. должен соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Российской Федерации, включая, но не ограничиваясь, требованиям об ограничении демонстрации курения табака, употребления алкогольной продукции и использования ненормативной лексики; запрет пропаганды наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; запрет пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду; пропаганды экстремистской деятельности и использования экстремистских материалов; порнографии; отсутствие информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам государственной власти и (или) местного самоуправления;

1.2. должен быть вновь созданным, обладать творческим своеобразием и выразительностью и быть направлен на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи;

1.3. в части запрашиваемого финансирования (бизнес-плана реализации проекта) не должен финансироваться за счет средств федерального, регионального и (или) местного бюджетов;

1.4. должен соответствовать тематическим линиям, указанным в Приложении № 1 к Документации Конкурсного отбора молодежного контента;

1.5. презентация Проекта в формате pdf (размер загружаемого файла – не более 10 Мб, 1 файл), а также файл с иллюстрацией, представляющей Проект, представляемые на Конкурсный отбор молодежного контента, должны соответствовать требованиям, установленным к проекту настоящим Приложением.

2. Требования к контенту, направленному на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи:

2.1. Формат контента – форматы файлов, принимаемых в качестве отчетной единицы контента или части в составе единицы контента, содержащей несколько файлов.

Возможные форматы контента: видеоролик, текст, фотография / графическое изображение, аудиозапись, исходный код и т.п.

2.2. Допустимые варианты исполнения контента:

2.2.1. Создание (производство) информационного/тематического/развлекательного контента для размещения в социальных сетях и (или) мессенджерах в форматах, указанных в пункте 2.1 настоящего Приложения.

2.2.2. Создание (производство) информационного/тематического/развлекательного контента для размещения в социальных сетях и (или) мессенджерах, направленного на достижение социальной вовлеченности за счет создания и распространения в сети Интернет UGC-контента, в форматах, указанных в пункте 2.1 настоящего Приложения.

UGC-контент – пользовательский контент, создаваемый силами третьих лиц за счет собственных денежных средств и размещаемый самостоятельно третьими лицами на интернет-ресурсах в сети Интернет, который соответствует содержанию, тематике, целям и задачам информационного/тематического контента, объединенный общим согласованным с АНО «ИРИ» хештегом (группой хештегов).

Хештег – ключевое слово или несколько слов сообщения, тег, используемый в социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решетки (#).

2.3. Требования к контенту для всех вариантов исполнения контента:

– контент ранее не обнародовался, в том числе не размещался в сети Интернет, и должен быть вновь созданным;

– должен обладать новизной, творческим своеобразием и выразительностью и быть направлен на укрепление гражданской идентичности и духовно-

нравственных ценностей среди молодежи;

– должен соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Российской Федерации, включая, но не ограничиваясь, требованиям об ограничении демонстрации курения табака, употребления алкогольной продукции и использования ненормативной лексики; запрет пропаганды наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; запрет пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду; пропаганды экстремистской деятельности и использования экстремистских материалов; порнографии; отсутствие информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам государственной власти и (или) местного самоуправления;

– ни контент в целом, ни какая-либо из его частей или элементов контента не будут посягать и (или) нарушать законные права третьих лиц, включая права собственности, авторские, смежные, патентные права, права на товарный знак, личные неимущественные права и иные права, а также не будут содержать материалов, не соответствующих требованиям законодательства Российской Федерации;

– контент не будет содержать интегрированных спонсорских материалов, рекламных материалов, за исключением интегрированных спонсорских и рекламных материалов, включение в контент которых было согласовано с АНО «ИРИ».

3. Требования к интернет-ресурсам для размещения контента для всех вариантов исполнения контента:

– не должны быть включены в Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети Интернет и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети Интернет, содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено.

4. Место создания (производства) контента: Российская Федерация. Допускается создание (производство) контента на территории иностранного государства, если такая необходимость обусловлена концепцией Проекта.

5. Срок создания (производства) контента для всех вариантов исполнения контента:

– не ранее даты заключения договора с победителем Конкурсного отбора молодежного контента.

6. Срок размещения контента на интернет-ресурсах:

– для всех вариантов исполнения контента, кроме новостей, – не позднее 23 ноября 2022 года.

7. Требования к единице контента для всех вариантов исполнения контента:

7.1. Единица контента – литературное произведение, музыкальное произведение, аудиовизуальное произведение, визуальное произведение и (или) иное произведение, создаваемое самостоятельно Исполнителем или с привлечением блогеров, администрации сообществ и других третьих лиц, готовое к публикации в сети Интернет, состоящее из одного файла или объединяющее несколько файлов одного или разных форматов контента.

Единицами контента могут быть: видеоролик, интерактивный видеоролик, серия, выпуск, мультимедийный лонгрид, пост, статья, фотография / графическое изображение, инфографика, интерактивный модуль (голосование, тест, опрос, чат-бот и др.), аудиозапись, подкаст и т.п.

7.2. Единица контента, размещаемая в сети Интернет, должна иметь индивидуальный URL-адрес и должна быть доступна по указанному в отчетности URL-адресу на протяжении всего срока действия договора, заключаемого АНО «ИРИ» с победителем. В случае выпусков подкастов, размещенных на интернет-ресурсах подкастинга, каждый выпуск может считаться самостоятельной единицей контента.

7.3. Виды единиц контента:

7.3.1. Для информационного/тематического/развлекательного контента, указанного в пункте 2.2.1 настоящего Приложения:

– учитываемые для достижения Целевого показателя: видеоролик, интерактивный видеоролик, серия, выпуск, мультимедийный лонгрид, пост, статья, фотография / графическое изображение, инфографика, интерактивный модуль (голосование, тест, опрос, чат-бот и др.), аудиозапись, подкаст и т.п.;

– не учитываемые для достижения Целевого показателя: флешмобы, контент, объединенный хештегами, контент третьих лиц (UGC), любые материалы промо- и анонсирующего характера, фото и видеоролики для сториз, единицы контента, которые недоступны до конца действия договора, заключаемого АНО «ИРИ» с победителем, по указанному в отчетности URL-адресу, прямые эфиры и другие виды контента, создаваемого и размещаемого на различных интернет-ресурсах в сети Интернет, сценарий, сюжет которого не может быть предварительно согласован АНО «ИРИ» в рамках исполнения договора, направленные на популяризацию учитываемых единиц контента и привлечение дополнительной аудитории в сети Интернет.

7.3.2. Для контента, указанного в пункте 2.2.2 настоящего Приложения:

– учитываемые для достижения Целевого показателя: видеоролик, пост, интерактивный модуль (фильтры и др.), фотография, графическое изображение, подкаст и т.п.;

– не учитываемые для достижения Целевого показателя: любые материалы промо- и анонсирующего характера, фото и видеоролики для сториз, единицы контента, которые недоступны до конца действия Договора по указанному в отчетности URL-адресу, прямые эфиры и другие виды контента, создаваемого и размещаемого на различных интернет-ресурсах в сети Интернет, сценарий, сюжет которого не может быть предварительно согласован АНО «ИРИ» в рамках исполнения Договора, направленные на популяризацию учитываемых единиц контента и привлечение дополнительной аудитории в сети Интернет.

8. Специальные требования, предъявляемые к контенту, указанному в пункте 2.2.2 настоящего Приложения:

8.1. UGC-контент должен иметь хештег.

8.2. Хештег, указанный в пункте 8.1 настоящего Приложения, должен быть согласован с АНО «ИРИ» и обеспечивать возможность идентифицировать созданный третьими лицами контент, соответствующий содержанию, тематике, целям и задачам информационного/тематического контента.

8.3. Первая единица контента (если контент состоит из нескольких единиц) на день размещения контента в сети Интернет не использовалась и не обнародовалась.

8.4. Виды единиц UGC-контента: видеоролик, пост, фотография, графическое изображение и т.п.

9. Целевой показатель:

9.1. Целевой показатель для контента, указанного в пункте 2.2.1 настоящего Приложения, – это показатель объективного количественного выражения качества и эффективности контента, направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи, размещенного в сети Интернет, выраженный в количестве просмотров, прослушиваний контента.

9.2. Целевой показатель для контента, указанного в пункте 2.2.2 настоящего Приложения, – это показатель объективного количественного выражения качества и эффективности созданного контента и результативности размещения контента в сети Интернет, выраженный в количестве просмотров и (или) прослушиваний. Достижением Целевого показателя считается количество просмотров и (или) прослушиваний контента пользователями сети Интернет, относящимися к молодежной аудитории и находящимися на территории Российской Федерации, при условии достижения показателя социальной вовлеченности.

Показатель социальной вовлеченности: соотношение количества созданных единиц UGC-контента к количеству единиц контента должно составлять не менее 20 единиц UGC-контента на 1 единицу контента.

10. Максимальное соотношение заявленной стоимости Проекта, указанного в пункте 2.2.1 настоящего Приложения, к заявленным ключевым показателям эффективности (КПЭ) Проекта на 30 ноября 2022 года (планируемый охват Проекта (достижение Целевого показателя) интернет-пользователями,

относящимися к молодежной аудитории (14–35 лет) и находящимися на территории Российской Федерации) для всех вариантов исполнения контента – 3 к 1 (из расчета максимальная стоимость 1 просмотра и (или) прослушивания – 3 рубля).

10.1. Максимальное соотношение заявленной стоимости Проекта, указанного в пункте 2.2.2 настоящего Приложения, к заявленным ключевым показателям эффективности (КПЭ) Проекта на 30 ноября 2022 года (планируемый охват Проекта (достижение Целевого показателя) интернет-пользователями, относящимися к молодежной аудитории (14–35 лет) и находящимися на территории Российской Федерации) для всех вариантов исполнения контента – 2 к 1 (из расчета максимальная стоимость 1 просмотра и (или) прослушивания – 2 рубля).