

Требования к проектам, реализуемым по направлению «Контент в блогосфере»

1. Проект (в том числе описание Проекта), представляемый на Конкурсный отбор молодежного контента, должен соответствовать требованиям, установленным приложением № 3 к Документации.

1.1. Реализация проекта не предполагает переработку и (или) досъемку материалов в целях создания (производства) и размещения (распространения) многосерийного фильма (сериала) на базе полнометражной картины (фильма).

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, исполняемый файл.

2.2. Допустимые варианты исполнения контента:

2.2.1. Авторский контент в блогосфере:

– создание (производство) информационного/тематического/развлекательного контента с участием Блогера, количество подписчиков на каждый аккаунт/страницу/канал (с учетом технических особенностей заявленных интернет-ресурсов) – свыше 8 000 (восемью тысяч) в соответствующей социальной сети, и (или) мессенджере, и (или) видео-/аудиохостинге, размещение которого предполагается в аккаунте (странице, канале) такого Блогера. Размещение контента в иных аккаунтах/каналах/страницах (группах/пабликах) в социальных сетях, и (или) мессенджерах, и (или) видео-/аудиохостингах допускается после размещения контента в аккаунте (странице, канале) Блогера.

2.2.2. Онлайн-форматы для социальных сетей, мессенджеров и видео-/аудиохостингов:

– создание (производство) информационного/тематического/развлекательного контента и размещение в группах (пабликах) в социальных сетях, и (или) мессенджерах, и (или) видео-/аудиохостингах, количество подписчиков каждой такой группы (паблика) (с учетом технических особенностей заявленных интернет-ресурсов) – свыше 15 000 (пятнадцати тысяч).

2.2.3. Веб-сериалы для социальных сетей, мессенджеров и видео-/аудиохостингов:

– создание (производство) игрового, неигрового и (или) анимационного многосерийного фильма (сериала), состоящего не менее чем из 2 (двух) единиц контента, для размещения в группах (пабликах) в социальных сетях, и (или) мессенджерах, и (или) видео-/аудиохостингах, количество подписчиков каждой такой группы (паблика) (с учетом технических особенностей заявленных интернет-ресурсов) – свыше 15 000 (пятнадцати тысяч).

2.3. Требования к контенту для всех вариантов исполнения контента:

2.3.1. Должен соответствовать требованиям, указанным в приложении № 3 к Документации, а также требованиям настоящего приложения.

2.3.2. По согласованию с АНО «ИРИ» возможно включение в контент элементов, использование которых допускается без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется, и источника заимствования, если такая необходимость обусловлена концепцией Проекта.

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

– обязательное и приоритетное размещение контента на российских интернет-ресурсах;

– 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, а также доступ к интернет-ресурсам не должен быть ограничен в порядке, установленном

Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

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

5. Сроки реализации Проекта:

5.1. Сроки создания (производства) Контента:

– не ранее даты подачи Участником заявки на Конкурсный отбор молодежного контента.

Расходы, понесенные в целях создания (производства) контента в период

с даты подачи Участником заявки на Конкурсный отбор молодежного контента до даты заключения договора, могут быть учтены в случаях, предусмотренных пунктом 9.8 Документации.

5.2. Срок размещения Контента на интернет-ресурсах:

– для всех вариантов исполнения контента – не позднее 25 ноября 2024 года.

5.3. Срок окончания реализации:

– не позднее 30 ноября 2024 года.

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

6.1. 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.

6.2. 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.

6.3. Единица контента, размещаемая в сети Интернет, должна быть доступна по индивидуальному URL-адресу в течение 36 (тридцати шести) месяцев с даты окончания срока действия договора, заключаемого АНО «ИРИ» с победителем (в зависимости от формата единиц контента и площадки размещения контента).

В случае невозможности доступа к единице контента по ранее размещенному URL-адресу в течение срока, указанного в абзаце первом настоящего пункта, Исполнитель обязуется обеспечить по согласованию с АНО «ИРИ» размещение такой единицы контента в сети Интернет на другом URL-адресе.

6.4. Виды единиц контента:

– 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;

– 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. Целевой показатель – 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 и (или) прослушиваний контента (далее – ключевой показатель эффективности).

7.1. Соотношение заявленной стоимости Проекта к заявленным ключевым показателям эффективности (КПЭ) Проекта:

- при стоимости Проекта до 3 000 000 рублей – не менее 500 000 просмотров и (или) прослушиваний;
- при стоимости Проекта от 3 000 001 до 10 000 000 рублей – не менее 2 500 000 просмотров и (или) прослушиваний;
- при стоимости Проекта от 10 000 001 до 20 000 000 рублей – не менее 4 500 000 просмотров и (или) прослушиваний;
- при стоимости Проекта от 20 000 001 до 30 000 000 рублей – не менее 8 000 000 просмотров и (или) прослушиваний;
- при стоимости Проекта от 30 000 001 до 60 000 000 рублей – не менее 14 000 000 просмотров и (или) прослушиваний;
- при стоимости Проекта от 60 000 001 рублей – не менее 20 000 000 просмотров и (или) прослушиваний.

8. Показатель социальной вовлеченности – дополнительный целевой показатель качества и эффективности контента, направленного на укрепление гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи, размещенного в сети Интернет, выраженный в процентном отношении суммы реакций пользователей сети Интернет (лайки, и (или) комментарии, и (или) репосты) к суммарному числу просмотров единицы контента.

8.1. Величина показателя социальной вовлеченности зависит от интернет-ресурса, на котором размещается единица контента, от набора

доступных на таком интернет-ресурсе реакций (лайки, и (или) комментарии, и (или) репосты), а также от набранного количества просмотров единицы контента по каждому отдельному URL-адресу в сети Интернет.

8.2. Показатель социальной вовлеченности является обязательным для единиц контента, достижение Целевого показателя которых выражается в количестве просмотров, применяется в отношении каждого URL-адреса, на котором такая единица контента размещена в сети Интернет и только в отношении интернет-ресурсов, указанных в пункте 8.3 настоящего приложения.

8.3. Величина показателя социальной вовлеченности на дату, указанную в пункте 5.3 настоящего приложения, составляет:

- 1) для видеохостинга «YouTube» (youtube.com) показатель вовлеченности – не менее 1,5%;
- 2) для социальной сети «Дзен» (dzen.ru):
 - при количестве набранных просмотров до 10 000 показатель вовлеченности – не менее 4,0%;
 - при количестве набранных просмотров от 10 001 до 100 000 показатель вовлеченности – не менее 1%;
 - при количестве набранных просмотров свыше 100 000 показатель вовлеченности – не менее 0,5%;
- 3) для социальной сети «Одноклассники» (ok.ru):
 - при количестве набранных просмотров до 10 000 показатель вовлеченности – не менее 1,0%;
 - при количестве набранных просмотров от 10 001 до 100 000 показатель вовлеченности – не менее 0,8%;
 - при количестве набранных просмотров от 100 001 до 500 000 – показатель вовлеченности – не менее 0,5%;
 - при количестве набранных просмотров свыше 500 000 показатель вовлеченности – не менее 0,3%;
- 4) для социальной сети «ВКонтакте» (vk.com):

- при количестве набранных просмотров до 100 000 показатель вовлеченности – не менее 1,5%;
 - при количестве набранных просмотров от 100 001 до 500 000 показатель вовлеченности – не менее 1%;
 - при количестве набранных просмотров от 500 001 до 1 000 000 показатель вовлеченности – не менее 0,5%;
 - при количестве набранных просмотров свыше 1 000 000 показатель вовлеченности – не менее 0,3%;
- 5) для социальной сети Telegram (telegram.org):
- в случае, если доступен 1 (один) тип реакции (или лайки, или комментарии, или репосты), показатель вовлеченности – не менее 0,5%;
 - в случае, если доступны 2 (два) или 3 (три) типа реакций (лайки + комментарии; комментарии + репосты; лайки + репосты; лайки, комментарии, репосты), показатель вовлеченности – не менее 1%.