



# МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

## ПРИКАЗ

07 ФЕВ 2023

№ 01 / 2 9 1

Челябинск

О проведении регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе  
чтения в средствах массовой  
информации» в 2023 году

В целях исполнения плана реализации Концепции развития школьных информационно-библиотечных центров в Челябинской области (Приказ Министерства образования и науки Челябинской области от 23.01.2023 г. №01/191 «Об утверждении плана («дорожной карты») реализации Концепции развития школьных информационно-библиотечных центров в Челябинской области на 2023-2024 годы»), а также с целью укрепления школьных информационно-библиотечных центров как эффективного элемента региональной инфраструктуры чтения и создания в Челябинской области активной среды для творческого развития детей и подростков:

### ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Провести в срок с 06 февраля по 31 марта 2023 г. региональный конкурс «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в средствах массовой информации» (далее – Конкурс).

2. Утвердить прилагаемые:

- положение о проведении регионального конкурса «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в средствах массовой информации».

- состав конкурсной комиссии по проведению конкурса «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в средствах массовой информации».

3. ГБУ ДПО «Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования» (А.Г. Обоскалов) обеспечить:

- приём конкурсных документов с 20 марта по 22 марта 2023 г.;

- организацию работы конкурсной комиссии по проведению в 2023 г. Конкурса в срок с 23 по 29 марта 2023 г.

4. Рекомендовать руководителям органов местного самоуправления, осуществляющих управление в сфере образования, провести муниципальный этап конкурса и направить материалы победителей для участия в региональном этапе конкурса.

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на начальника Управления общего образования Е.В. Бухмастову.

Министр



А.И. Кузнецов

**Положение  
о проведении конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения  
в средствах массовой информации»**

**1. Общие положения**

1. Настоящее положение определяет порядок подготовки и проведения конкурса «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в средствах массовой информации» (далее - Конкурс).

2. Конкурс проводится с целью привлечения внимания общественности к проблемам детского и юношеского чтения, используя специально разработанную социальную рекламу, в которой пропагандируется и привлекается внимание к значимости чтения детьми и подростками, рекламируются различные возможные позитивные варианты влечения интереса к чтению.

3. Основными задачами Конкурса являются:

- 1) создание прецедента социальной рекламы по продвижению чтения в детском и подростковом сообществе;
- 2) изменение моделей социального поведения и привлечение внимания к проблеме читательского развития подрастающего поколения;
- 3) использование лучших практик продвижения чтения современными средствами коммуникации.

**II. Организатор и участники конкурса**

4. Организатором Конкурса является Министерство образования и науки Челябинской области (далее – Министерство), соорганизаторами - ГБУ ДПО «Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования» (далее – ЧИППКРО), Региональное представительство Ассоциации школьных библиотек русского мира в Челябинской области (далее – РП РШБА).

5. Конкурс проводится по следующим номинациям:

- 1) «Рекламный баннер для социальной сети»;
- 2) «Видеоролик для социальной сети»;
- 3) «Рекламный пост в социальной сети».

6. Дополнительно может быть объявлена тематика конкурсных работ (на текущий год).

7. Участниками конкурса являются:

- 1) команды обучающихся общеобразовательных организаций;

- 2) команды обучающихся и педагогов общеобразовательных организаций;
- 3) команды обучающихся общеобразовательных организаций и из родителей (законных представителей);
- 4) обучающиеся общеобразовательных организаций (индивидуальное участие).

### **III. Основные функции организатора Конкурса и конкурсной комиссии**

#### **8. Организатор Конкурса:**

- 1) объявляет Конкурс;
- 2) создает конкурсную комиссию;
- 3) утверждает победителей Конкурса в каждой номинации конкурса;
- 4) извещает победителей Конкурса о результатах в сроки, предусмотренные в п.31 настоящего Положения;
- 5) награждает победителей конкурса дипломами Министерства и рекомендует конкурсные материалы к размещению в средствах массовой информации Челябинской области (интернет-порталы, медиа-компании), в репозитории мультимедийных (цифровых) коллекций.

#### **9. Конкурсная комиссия по организации и проведению Конкурса (далее – Конкурсная комиссия):**

- 1) ведет прием заявок;
- 2) создает страницу конкурса в социальной сети «ВКонтакте» и размещает на ней информацию о конкурсе и конкурсные материалы участников;
- 3) разрабатывает методику оценивания конкурсных материалов;
- 4) формирует список участников конкурса по каждой номинации;
- 5) проводит экспертизу конкурсных материалов и предоставляет список победителей Конкурса на утверждение организатору Конкурса;
- 6) обеспечивает сохранность заявок и прилагаемых к ним документов, а также конфиденциальность полученной информации и результатов экспертизы.

10. Для оценивания конкурсных материалов привлекаются эксперты.

11. Число членов Конкурсной комиссии должно быть нечетным и составлять не менее 7 человек.

12. Конкурсная комиссия осуществляет свои полномочия, если на ее заседании присутствует не менее 2/3 от списочного состава.

### **IV. Права организаторов и участников Конкурса**

13. Организатор Конкурса по предложению Конкурсной комиссии отказывает заявителю в участии в Конкурсе в случае, если:

- 1) предоставлен неполный пакет конкурсных материалов;
- 2) предоставленные конкурсные материалы содержат недостоверную информацию;

3) оформление конкурсных материалов не соответствует установленным настоящим Положением требованиям;

4) нарушен срок предоставления материалов.

14. Участник Конкурса имеют право получать от организатора исчерпывающую информацию об условиях и порядке проведения Конкурса.

15. Принимая участие в Конкурсе, участники соглашаются с тем, что представленные ими работы могут быть размещены на городских и областных интернет-порталах, в медиа-компаниях, а также в репозитории мультимедийных (цифровых) коллекций для реализации основных и дополнительных общеобразовательных программ, и индивидуальных образовательных проектов без дополнительного согласия участников и без уплаты вознаграждения участникам.

Участники конкурса гарантируют, что представленные конкурсные материалы являются авторскими и не нарушают авторские права и иные права интеллектуальной собственности третьих лиц и в случае предъявления претензий третьими лицами организатору конкурса относительно использования представленных участниками конкурсных материалов участники конкурса обязуются урегулировать такие претензии самостоятельно и за свой счет.

16. Материалы, предоставленные на конкурс, не рецензируются и не возвращаются.

#### **V. Порядок и условия проведения Конкурса:**

17. Участие в конкурсе является добровольным и бесплатным.

18. Конкурс проводится в феврале - марте текущего года в заочном формате.

19. Для участия в конкурсе от муниципального образования Челябинской области направляется не более двух конкурсных материалов по каждой номинации в соответствии с требованиями (приложение 4) на электронный адрес **rimc2019@yandex.ru**.

20. Объявление о проведении Конкурса размещается на официальных сайтах Министерства и ГБУ ДПО ЧИППКРО не позднее, чем за 15 календарных дней до дня начала приема заявок.

21. В социальной сети ВКонтакте создается страница конкурса, на которой размещаются информация о конкурсе и конкурсные материалы участников.

21. Объявление о проведении Конкурса включает:

1) наименование Конкурса;

2) место, даты и время начала и окончания приема заявок;

3) тему конкурса (при наличии);

4) критерии и показатели оценки конкурсных материалов по номинациям.

22. Для участия в Конкурсе заявители представляют Конкурсной комиссии следующие конкурсные материалы на электронный адрес **rimc2019@yandex.ru**:

1) письменное подтверждение участника Конкурса о том, что он ознакомлен и согласен с условиями Конкурса (приложение 1);

2) заявку на участие в Конкурсе (приложение 2);

3) конкурсный материал, оформленный в соответствии с требованиями (приложение 3).

23. Работы, представленные на конкурс, должны носить, позитивный жизнеутверждающий характер и доказывать «Чтение это»:

- важнейший элемент культуры,

- инструмент повышения интеллектуального потенциала нации, роста творческой и социальной активности молодых

24. В работах, представляемых на Конкурс, не должно быть:

- имен авторов, указания адресов и телефонов, информации о спонсорах, имен политических деятелей и лидеров, имен духовных учителей, информации о религиозных движениях, религиозной символики, названий и упоминаний (логотипов, брендов) товаров, любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;

- изображений: интимных сцен, свастики, насилия, дискриминации, вандализма, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на ощущения и переживания страха, стресса или агонии, информации, унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей.

Запрещается использовать чужие тексты или идеи дизайна (полностью или частично).

25. Критерии и показатели оценки конкурсных материалов:

1) отражение актуальности, социальной значимости чтения;

2) позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность) представленных материалов;

3) соответствие техническим требованиям работы.

26. Эксперты оценивают конкурсные материалы по трехбалльной системе согласно критериям оценки, определенным для каждой номинации.

27. По итогам оценивания конкурсных материалов эксперты составляют экспертные заключения по каждой номинации.

28. Конкурсная комиссия на основании экспертных заключений по каждой номинации определяет список участников без дополнительного согласия участников и без уплаты вознаграждения участникам.

29. Решение конкурсной комиссии о выборе победителей оформляется протоколом. В протоколе содержится информация о составе конкурсной комиссии, рейтинг участников, наименования образовательных организаций, фамилии имена отчества участников – победителей конкурса. Список победителей конкурса в течение 3 рабочих дней направляется на утверждение организатору Конкурса.

30. Министерство на основании решения конкурсной комиссии утверждает список победителей Конкурса в течение 5 календарных дней со дня его представления.

31. Информация об итогах Конкурса размещается на официальном сайте Министерства в течение 3 рабочих дней со дня утверждения списка победителей конкурса.

#### **VI. Подведение итогов Конкурса**

32. Победители Конкурса награждаются дипломами Министерства.

33. Победители конкурса получают право публикации конкурсных материалов в репозитории мультимедийных (цифровых) коллекций для реализации основных и дополнительных общеобразовательных программ и индивидуальных образовательных проектов без дополнительного согласия участников и без уплаты вознаграждения участникам.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1  
к Положению о проведении  
регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения  
в средствах массовой информации»

УТВЕРЖДЕНА  
приказом Министерства образования  
и науки Челябинской области  
от 07 ФЕВ 2023 № 01 / 2 9 1

Форма:

Я, \_\_\_\_\_, участник регионального конкурса  
ФИО участника (-ов)

«Лучшая социальная реклама о пользе чтения», проживающий (ая) по адресу:

\_\_\_\_\_  
ознакомлен(а) с условиями Конкурса и полностью с ними согласен(а).

Подтверждаю, что представленные на Конкурс материалы являются авторскими.

Дата  
Подпись



ПРИЛОЖЕНИЕ 2  
к Положению о проведении  
регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения  
в средствах массовой информации»

УТВЕРЖДЕНА  
приказом Министерства образования  
и науки Челябинской области  
от 07 ФЕВ 2023 № 01 / 2 9 1

(НА БЛАНКЕ МОУО)

Организатору регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения»

ЗАЯВКА

Прошу принять материалы для участия в региональном конкурсе «Лучшая  
социальная реклама о пользе чтения» \_\_\_\_\_

наименование материалов в соответствии с названием номинации

разработанные

указать название организации / ФИО разработчика

Приложение:

Конкурсные материалы на \_\_\_\_\_ листах

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 года

подпись

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ 3  
к Положению о проведении в 2023 году  
регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения  
в средствах массовой информации»

УТВЕРЖДЕНЫ  
приказом Министерства образования  
и науки Челябинской области  
от 07 ФЕВ 2023 № 01/291

**Требования к оформлению материалов  
регионального конкурса «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в  
средствах массовой информации»**

**1. Номинация «Рекламный баннер для социальной сети»:** банер – это графическое изображение рекламного характера, в котором участник конкурса может отразить ценность и значимость чтения в подростковой и молодежной среде. Баннер создается по конкретной теме, соответствующей теме конкурса, должен сопровождаться подрисуночной подписью (ФИО автора, общеобразовательная организация, муниципалитет). Баннер может быть выполнен как традиционными материалами (карандаши, краски и т.д.), так и средствами компьютерной графики. Технические требования к работе: конкурсная работа представляется в форме изображения в форматах JPEG/PNG/GIFF на электронный адрес Конкурсной комиссии.

**2. Номинация «Видеоролик для социальной сети»:** видеоролик может быть представлен в виде сторис, анимации, сторителлинга, видеограники и других формах. Каждый видеоролик должен обладать четко сформулированной темой (заглавием), которая должна быть неразрывно связана с темой конкурса. Видеоролик должен иметь титульный кадр, содержащий следующие сведения: субъект РФ, образовательная организация, тема (заглавие) ролика, указание темы конкурса, автор ролика. Видеоролик может содержать фрагменты видеосъемки, а также изобразительные и видеоматериалы из официальных бесплатных видеостоков. Запрещается использовать видео- и аудио-содержимое, защищенное авторским правом. Видеоролик должен иметь заключительный кадр, содержащий библиографические описания сайтов-источников, из которых был заимствован видео, аудио и изобразительный материал. Видео должно быть корректно экспонировано (не должно быть темным или пересвеченным). Технические требования к работе: конкурсная работа представляется на электронный адрес Конкурсной комиссии в форматах MPG, MP4, WMV, MPEG, MOV, AVI, продолжительность видеоролика не более 2-х минут, ориентация экрана – горизонтальная, минимальное разрешение - 640 x 480 (720 x 480) пикс., размер файла не должен превышать 500МВ.

**3 «Рекламный пост для социальной сети».** Рекламный пост пишется в произвольной форме, в котором участник конкурса может поделиться индивидуальными соображениями или впечатлениями о любимом произведении, любимом авторе или о ценности и значимости чтения в целом. Пост не должен превышать объема 500 слов, наличие иллюстраций приветствуется. Рекламный пост оформляется в формате WORD и высылается на электронный адрес Конкурсной комиссии. Наличие титульного листа обязательно, с указанием ФИО участника конкурса, названия общеобразовательной организации, муниципалитета. Иллюстрации прикрепляются отдельным файлом в форматах JPEG/PNG/GIFF. Запрещается использовать чужие тексты (полностью или частично).

ПРИЛОЖЕНИЕ 4  
к Положению о проведении  
регионального конкурса  
«Лучшая социальная реклама о пользе чтения  
в средствах массовой информации»

УТВЕРЖДЕНА  
приказом Министерства образования  
и науки Челябинской области  
от 07 ФЕВ 2023 № 1 / 2 9 1

**Карта экспертной оценки конкурсных материалов в следующих  
номинациях:  
«Рекламный баннер для социальной сети», «Видеоролик для социальной  
сети», «Рекламный пост в социальной сети» представленных**

ФИО

участника

№	Критерий	Показатель	Экспертная оценка*	Примечание**
1	Отражение актуальности, социальной значимости чтения	1. Отражение важности и значительности процесса чтения для современного мира		
		2. Чтение представлено как инструмент повышения интеллектуального потенциала нации		
		<b>Всего баллов по критерию (максимальный балл – 4)</b>		
2	Позитивность и креативность представленных материалов	1. Новизна идеи		
		2. Оригинальность представления		
		3. Положительное восприятие процесса чтения		
		<b>Всего баллов по критерию (максимальный балл – 6)</b>		
3	Соответствие техническим требованиям работы	<b>Номинация «Рекламный баннер для социальной сети»</b> - электронный файл в форматах JPEG/PNG/GIFF, наличие подписи. <b>Номинация «Видеоролик для социальной сети»</b> - наличие титульного кадра (муниципалитет, образовательная организация, тема (заглавие) ролика, указание темы курса, автор ролика), заключительного кадра (библиографические описания сайтов-источников, из которых был заимствован видео, аудио и изобразительный материал), видео должно быть корректно экспонировано (не должно быть темным или пересвеченным), форматы: MPG, MP4, WMV, MPEG, MOV, AVI, продолжительность - не более 120 секунд,		

	<p>ориентация– горизонтальная, минимальное разрешение - 640 x 480 (720 x 480) пикс., размер файла не должен превышать 500МВ.</p> <p><b>Номинация «Рекламный пост в социальной сети»</b> - объем не более 500 слов, наличие иллюстраций, наличие титульного листа (ФИО участника конкурса, название общеобразовательной организации, муниципалитета).</p> <p><b>Всего баллов по критерию (максимальный балл – 2)</b></p>		
ИТОГО:			

Дата «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

ФИО  
эксперта \_\_\_\_\_

\* Экспертная оценка выражается в баллах по каждому показателю:

0 – отсутствие показателя; 1 – частичное наличие; 2 – полное соответствие.

Максимально возможное количество баллов – 12.

\*\* В столбце «Примечание» указывается обоснование экспертной оценки при балле ниже 2 по каждому показателю.

**Состав конкурсной комиссии по проведению конкурса «Лучшая социальная реклама о пользе чтения в средствах массовой информации»**

1. Бухмастова Е.А., начальник управления общего образования Министерства образования и науки Челябинской области – председатель комиссии;
2. Чивилев А.А., консультант отдела начального, основного и среднего общего образования Министерства образования и науки Челябинской области, кандидат культурологии – секретарь комиссии;
3. Обоскалов А.Г., и.о. ректора, проректор по организационно-методической работе ГБУ ДПО ЧИППКРО, кандидат педагогических наук, доцент – заместитель председателя комиссии;
4. Качева Е.В., заведующий региональным информационно-методическим центром ГБУ ДПО ЧИППКРО, кандидат педагогических наук (по согласованию);
5. Борченко И.Д., Учёный секретарь ГБУ ДПО ЧИППКРО, кандидат культурологии (по согласованию);
6. Сахно О.А., заведующий центром цифрового образования и массовых коммуникаций, кандидат педагогических наук (по согласованию);
7. Худякова О.С., заведующий библиотекой ГБУ ДПО ЧИППКРО;
8. Абрамовских В. Р., старший методист регионального информационно-методического центра ГБУ ДПО ЧИППКРО (по согласованию);
9. Ефремова Л.М., педагог-библиотекарь МАОУ СОШ №20, руководитель Миасского отделения регионального представительства Ассоциации школьных библиотекарей русского мира (РШБА) в Челябинской области (по согласованию);
10. Каверзнева Е.А., педагог-библиотекарь МБОУ «Тимирязевская СОШ» Чебаркульского МР, руководитель РМО Чебаркульского района, руководитель Чебаркульского отделения регионального представительства Ассоциации школьных библиотекарей русского мира (РШБА) в Челябинской области (по согласованию);
11. Фадеева И.Ю., педагог-библиотекарь МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 3», г. Троицк, победитель Всероссийского конкурсного отбора «Лучшая практика организации детского и семейного чтения», призер Всероссийского конкурса «Читающая мама – Читающая школа» (по согласованию).