

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
«ИРКУТСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ДОМ НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА»



664025, а/я 148, г. Иркутск, ул. Свердлова 18 «а», тел./факс: 8 (3952) 33-04-25
e-mail: iodnt@mail.ru www.iodnt.ru

ПРИКАЗ

«28 02. 2025 года

№ 28

Иркутск

Об утверждении Положения о
проведении областного смотра-
конкурса информационной
деятельности культурно-досуговых
учреждений

На основании Плана основных мероприятий ГБУК «ИОДНТ» на 2025 год,
руководствуясь Уставом ГБУК «ИОДНТ»,

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить прилагаемое Положение о проведении областного смотра-
конкурса информационной деятельности культурно-досуговых учреждений
2. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.

Директор

Л. А. Герда

Утверждено
приказом директора
ГБУК «ИОДНТ»
от «28 » 02 2025 года № 28

**Положение
о проведении областного смотра-конкурса
информационной деятельности культурно-досуговых учреждений**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок и условия проведения областного смотра-конкурса информационной деятельности культурно-досуговых учреждений (далее – Смотр-конкурс).

1.2. Учредитель: министерство культуры Иркутской области (далее – министерство).

1.3. Организатор: государственное бюджетное учреждение культуры «Иркутский областной Дом народного творчества» (далее – ГБУК «ИОДНТ»).

1.4. Участники: городские, межпоселенческие и сельские культурно-досуговые учреждения Иркутской области (далее – КДУ, участники).

1.5. Цель: формирование единого информационного пространства в сфере народного творчества и культурно-досуговой деятельности.

1.6. Задачи:

– выявление и популяризация современных практик информационной деятельности в сфере народного творчества, традиционной культуры и этнографии, нематериального этнокультурного достояния, методической и культурно-досуговой деятельности;

– сбор и анализ сведений о взаимодействии культурно-досуговых учреждений с местными средствами массовой информации;

– повышение эффективности и качества информационного сопровождения и издательской деятельности.

1.7. К участию в Смотре-конкурсе по номинациям принимаются официальные интернет-ресурсы учреждений, а также современные информационные медиакоммуникационные и издательские материалы, **созданные в период с 2023 по 2025 год включительно**.

2. Номинации Смотра-конкурса

- Издания
- Интернет-ресурсы учреждения
- Культурный блогер
- Видеоролики/клипы/видеопроекты
- Радиопередачи/подкасты

3. Требования к номинациям, критерии оценки

3.1. Номинация «Издания».

К участию принимаются до 5 (пяти) периодических и непериодических изданий культурно-досугового учреждения в печатном и/или в электронном виде.

Конкурсные работы должны отражать локально бытующие традиции, обряды и обычаи, культурно-досуговую деятельность, направленную на сохранение, развитие и популяризацию народного творчества, духовно-нравственного воспитания и патриотического воспитания молодого поколения.

Периодические издания: тематические газеты, журналы, альманахи, сборники в серии.

Презентационные издания: буклеты об учреждении культуры, крупных мероприятиях (фестивалях/конкурсах), коллективе, проекте, проспекты, путеводители, фотоальбомы, альбомы, тематические каталоги.

Методические и справочные издания: методические пособия, рекомендации, посвященные развитию жанров народного творчества, совершенствованию клубной деятельности, работы по сохранению и популяризации ОНЭД, организаций и проведению мероприятий.

Репертуарные издания: нотные сборники по материалам фольклорных экспедиций, сборники творчества местных авторов (поэты, композиторы, драматурги, мастера и т. п.), альбомы по изобразительному и декоративно-прикладному искусству и т.п.

Не принимаются к участию: сборники сценариев, сборники положений, а также издания, оформленные без выходных сведений

Критерии оценки номинации «Издания»:

- соответствие номинации, цели и задачам Смотра-конкурса;
- соответствие общим требованиям к оформлению издания согласно ГОСТ Р 7.0.4-2020 «Издания. Выходные сведения»; ГОСТ Р 7.0.99-2018 «Реферат и аннотация»; ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание»;
- актуальность издания;
- индивидуальность текста (的独特性 не менее 80%);
- соответствие термину «периодичность» печатного издания;
- соответствие заявленному стилю;
- раскрытие темы;
- структура издания;
- полиграфический дизайн.

3.2. Номинация «Интернет-ресурсы учреждения»

К участию принимаются ссылки на интернет-ресурсы учреждения с кратким описанием и аналитической справкой.

В обязательном порядке анализируется **официальный сайт и госпаблик учреждения** (в одной социальной сети на выбор конкурсантов: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Телеграм»). По желанию участников можно заявить на Смотра-конкурс **другие интернет-ресурсы КДУ**, соответствующие целям и задачам Смотра-конкурса. Например, **тематический портал** или **аккаунт в соцсетях** крупного мероприятия или проекта КДУ.

3.2.1. Официальные сайты учреждений.

Принимается ссылка на официальный сайт культурно-досугового учреждения или, при его отсутствии, официальная страница учреждения на сайте учредителя (администрации МО и т.п.).

В данной категории помимо ссылки на сайт прилагается ссылка, содержащая презентацию сайта (в формате PowerPoint или другой аналогичной программе, не более 30 слайдов).

Требования к содержанию презентации:

- описание сайта, его целевая аудитория, структура;
- статистика (данные счётчика на портале PROКультура), показывающая развитие ресурса и интерес к нему со стороны интернет-аудитории;
- подтверждение соблюдения требований Министерства культуры РФ по ведению сайта (согласно приказа от 20 февраля 2015 г. N 277 «Об утверждении требований к содержанию и форме предоставления информации о деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации»).

Федерации, органов местного самоуправления и организаций культуры в сети «Интернет». Выдержки из приказа см. в Приложении 1);

– активные ссылки на самые посещаемые разделы официального сайта, а также самые интересные и успешные, по мнению заявителей, публикации или разделы. Краткое описание этих вкладок/публикаций, скриншоты;

- и т.д.

Критерии оценки подраздела «Интернет-ресурсы учреждения. Официальные сайты»:

- соответствие сайта (страницы КДУ на сайте учредителя) официальным требованиям;
 - регулярность обновления сайта,
 - актуальность и польза информации;
 - использование различных видов контента, наличие рубрикатора/разделов, их содержание.

3.2.2. Госпаблики культурно-досуговых учреждений.

Принимается не более одного официального сообщества КДУ в одной из действующих в соответствии с законодательством Российской Федерации социальных сетей/мессенджеров (на выбор конкурсантов: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Телеграм»).

К заявке в данной категории необходимо приложить ссылку на презентацию аккаунта в формате PowerPoint или другой аналогичной программе (не более 30 слайдов).

Требования к содержанию презентации:

- описание работы учреждения в социальной сети;
- статистическая информация, показывающая развитие ресурса и интерес к нему со стороны интернет-аудитории;
- ссылки на интересные и успешные публикации по мнению заявителей и их подписчиков;
- и т.д.

Критерии оценки подраздела «Интернет-ресурсы учреждения. Госпаблики КДУ»:

- соответствие госпаблик типовому порядку ведения официальной страницы организации в социальных сетях (см. Приложение 2);
 - актуальность и польза информации;
 - использование различных видов контента, его содержание;
 - регулярность обновления;
 - наличие и качество уникальных материалов (помимо публикаций (постов), отправленных курирующим направление ведомством – Центром управления регионом Иркутской области).

3.2.3. Другие интернет-ресурсы КДУ, соответствующие цели и задачам Смотра-конкурса. Например, тематический портал или аккаунт в соцсетях крупного мероприятия/проекта КДУ.

4.3. Номинация «Культурный блогер»

В данной номинации можно представить не более двух блогов.

Конкурс активных интернет-авторов КДУ или участников любительских коллективов при учреждении, популяризирующих народное творчество, многообразие культур народов России, освещают деятельность культурно-досуговых организаций и любительских творческих коллективов в социальных сетях и блогах.

Материалы в данной номинации принимаются в виде ссылок на интернет-ресурс с краткой аннотацией. Это могут быть: авторские странички в социальных сетях, фото- и видеоблоги, подкасты и т.п.

Критерии оценки подраздела «Интернет-ресурсы учреждения. Культурный блогер»:

- соответствие номинаций, цели и задачам Смотра-конкурса;
- охват и вовлечённость аудитории;
- подача информации;
- качество и разнообразие медиаконтента.

4.4. Номинация «Видеоматериалы»

Материалы принимаются в виде ссылок на видео, опубликованное на официальном сайте или в госпаблике КДУ.

Видеоролик (горизонтальный) длительностью от 1 (одной) минуты, отражающий деятельность КДУ (мероприятия, коллективы, события, люди и т.д.). КДУ может направить **не более 1 (одного) видеоролика**;

Клип (вертикальный) длительностью до 3 минут, отражающий деятельность КДУ (мероприятие, коллективы, события, люди и т.д.). Может быть направлено **не более 2 (двух) видеоклипов**.

Видеопроект (серия видеороликов/видеоклипов) культурно-просветительский, отражающий деятельность КДУ (мероприятие, коллективы, события, люди и т.д.) и несущий смысловую нагрузку, соответствующую тематике и целям Смотра-конкурса. Принимается **не более 1 (одного) видеопроекта**.

Производство видеоматериалов должно соблюдать авторские права. Видеоматериалы могут быть созданы совместно со средствами массовой информации и размещены в СМИ и на их интернет-ресурсах. В этом случае в финальных титрах должна быть указана роль сотрудников КДУ или учреждения в целом при производстве видеоматериала (автор, режиссёр, корреспондент, оператор/монтажер и т. д. или полностью авторское право учреждения на продукт).

К заявке помимо ссылок на материалы прилагается краткая аннотация с описанием проекта.

Не принимаются:

Видеоматериалы о деятельности и событиях КДУ и т.п., созданные *исключительно средствами массовой информации* (информационные сюжеты, интервью с сотрудниками/творческими личностями и т.п.).

Критерии оценки подраздела «Интернет-ресурсы учреждения. Видеоматериалы»:

- соответствие номинаций, цели и задачам Смотра-конкурса;
- оригинальность сюжета;
- смысловая целостность, содержательность работы (построение и законченность сюжета, наличие текстового или звукового комментария, отражающего содержание);
- доступность изложения;
- техническая реализация (качество видеосъемки, монтаж, сложность исполнения);
- яркость эмоционального восприятия (в том числе художественные приёмы, декорации, костюмы, актёрские данные и т.п.).

4.5. Номинация «Радиопередачи/подкасты»

Материалы принимаются в виде ссылок на радиопередачу/подкаст, опубликованную на официальном сайте или в госпаблике КДУ.

Единичный подкаст или радиопередача, соответствующие тематике и целям Смотра-конкурса. Принимаются **не более 1 (одного) подкаста/радиопередачи**.

Культурно-просветительский проект, включающий в себя серию радиопередач/подкастов, объединенных единой идеей, соответствующий тематике и целям Смотра-конкурса. Принимаются **не более 1 (одного) проекта**.

Аудиоматериалы могут быть созданы совместно со средствами массовой информации и размещены в СМИ и на их интернет-ресурсах. В этом случае в конкурсном описании должна быть указана роль сотрудников КДУ или учреждения в целом при

производстве видеоматериала (автор, режиссёр, диктор, журналист и т. д. или полностью авторское право учреждения на продукт)

К заявке помимо ссылок прилагается краткая аннотация с описанием проекта.

Не принимаются:

Аудиоматериалы о деятельности и событиях КДУ и т.п., созданные исключительно средствами массовой информации (информационные сюжеты, интервью с сотрудниками/творческими личностями и т.п.).

Критерии оценки подраздела «Интернет-ресурсы учреждения.

Радиопередачи/подкасты»:

- соответствие номинации, цели и задачам Смотра-конкурса;
- оригинальность сюжета;
- смысловая целостность, содержательность работы (построение и законченность сюжета, наличие комментариев, отражающих содержание);
- доступность изложения;
- техническая реализация (качество звукозаписи, сложность исполнения);
- яркость эмоционального восприятия (в том числе художественные приёмы т.п.).

4. Этапы проведения Смотра-конкурса

Первый этап (отборочный) – с 15 августа по 30 сентября 2025 года.

Прием заявок и конкурсных материалов на Смотра-конкурса осуществляется путем заполнения электронной формы по ссылке: <https://forms.yandex.ru/u/67a1f253493639bfed50e6de/>.

В случае участия КДУ в разных номинациях, заявка по форме заполняется на каждую номинацию отдельно. При подаче в одной номинации нескольких работ заявка заполняется одна.

Второй этап (оценочный) – с 1 по 31 октября 2025 года. Техническая проверка заявок и оценка жюри.

Третий этап (итоговый) – до 15 ноября 2025 года. Подведение итогов и публикация их на официальном сайте ГБУК «ИОДНТ».

5. Определение победителей Смотра-конкурса

Для рассмотрения конкурсных работ и определения победителей создается комиссия из специалистов ГБУК «ИОДНТ» и приглашенных независимых экспертов. По результатам Смотра-конкурса лучшие работы будут отмечены дипломами лауреатов. Жюри оставляет за собой право отметить отдельные работы специальными дипломами, а также не присуждать призовых мест в отдельных номинациях.

Представленные на Смотра-конкурс заявки не рецензируются и не возвращаются. Жюри оставляет за собой право снять с конкурса работу, если она не соответствует изложенным требованиям.

Решение жюри окончательное и пересмотру не подлежит.

По итогам Смотра-конкурса состоится онлайн-подведение итогов для предоставления обратной связи участникам, разбора конкурсных работ и обмена опытом. Лучшие практики КДУ будут опубликованы на ресурсах ГБУК «ИОДНТ».

6. Контактная информация

Контакты: 664025, г. Иркутск, ул. Свердлова, 18А, ГБУК «ИОДНТ», информационно-методический отдел, тел: 8 (3952) 202-405, info@iodnt.ru.

Ответственные за проведение Смотра-конкурса должностные лица ГБУК «ИОДНТ»:

Разумная Наталья Витальевна, редактор информационно-методического отдела ГБУК «ИОДНТ» (номинация «Издательская деятельность»).

Кондакова Марина Олеговна, методист информационно-методического отдела ГБУК «ИОДНТ».

Кулакова Анна Алексеевна, заведующий информационно-методическим отделом
ГБУК «ИОДНТ».

Директор



Герда Л. А.

**Выдержки из приказа Министерства культуры РФ от 20 февраля 2015 г. N 277
«Об утверждении требований к содержанию и форме предоставления информации о
деятельности организаций культуры, размещаемой на официальных сайтах
уполномоченного федерального органа исполнительной власти, органов
государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного
самоуправления и организаций культуры в сети «Интернет»**

Согласно приказу Министерства культуры РФ от 20 февраля 2015 г. N 277 на официальном сайте организации культуры информация о деятельности организации и результатах независимой оценки качества оказания услуг размещается в следующем виде:

1) Общая информация об организациях культуры, включая филиалы (при их наличии):

- полное и сокращенное наименование, место нахождения, почтовый адрес, схема проезда;
- дата создания организации культуры, сведения об учредителе (учредителях);
- учредительные документы (копия устава, свидетельство о государственной регистрации, решение учредителя о создании и о назначении руководителя организации культуры, положения о филиалах и представительствах);
- структура организации культуры, режим, график работы, контактные телефоны, адреса электронной почты;
- фамилии, имена, отчества, должности руководящего состава организации культуры, её структурных подразделений и филиалов (при их наличии).

2) Информация о деятельности организации культуры, включая филиалы (при их наличии):

сведения о видах предоставляемых услуг;

- копии нормативных правовых актов, устанавливающих цены (тарифы) на услуги либо порядок их установления, перечень оказываемых платных услуг, цены (тарифы) на услуги;
- копия плана финансово-хозяйственной деятельности организации культуры, утвержденного в установленном законодательством Российской Федерации порядке, или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг);
- информация о материально-техническом обеспечении предоставления услуг организацией культуры;
- копии лицензий на осуществление деятельности, подлежащей лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- информация о планируемых мероприятиях;
- информация о выполнении государственного (муниципального) задания, отчет о результатах деятельности учреждения.

3) Иная информация:

- информация, размещение и опубликование которой являются обязательными в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- информация, которая размещается и опубликовывается по решению учредителя организации культуры;
- информация, которая размещается и опубликовывается по решению организации культуры;
- результаты независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры, а также предложения об улучшении качества их деятельности;
- план по улучшению качества работы организации.

**Типовой (рекомендуемый) порядок
ведения официальной страницы организации в социальных сетях,
определенных Правительством Российской Федерации (госпабликами)**

1. Типовой (рекомендуемый) порядок ведения официальных страниц (далее – Госпабликами) в социальной сети (далее – Порядок) разработан для государственных организаций. Регламентирует правила, рекомендации и порядок создания, оформления и ведения официальной страницы организации (далее – организация) в социальных сетях ВКонтакте и Одноклассники, а также в иных, определяемых Правительством Российской Федерации сетях.

2. Порядок разработан в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе: Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Федеральным законом от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»; постановлением Правительства РФ от 31.12.2022 № 2560; распоряжением Правительства РФ от 02.09.2022 № 2523-р.

3. Цели создания и поддержания Госпаблик:

- всестороннее освещение работы и популяризация деятельности организации, оперативное доведение до пользователей актуальной справочной и иной информации о деятельности организации;

- развитие путей коммуникации с гражданами, в том числе представителями профессионального сообщества, участниками и посетителями культурно-массовых и иных мероприятий учреждения;

- формирование положительного имиджа организации.

4. Создает, ведет и контролирует функционирование Госпаблика ответственный работник (работники), назначаемый руководителем организации/подразделения (далее – Ответственный):

- разрабатывает контент-план публикаций (при необходимости утверждает его у руководителя);

- создает и размещает контент;

- модерирует комментарии и сообщения, размещает ответы на вопросы пользователей;

- обеспечивает защищенность аккаунтов, в т. ч. принимает меры, направленные на обеспечение безопасности данных и на защиту аккаунта от несанкционированного доступа;

- контролирует своевременность предоставления информационных материалов ответственными лицами для создания контента;

- осуществляет отбор информации из онлайн- и офлайн-источников, обеспечивает при необходимости создание/ корректировку текстов, фотографий, видеоматериалов;

- отвечает за достоверность, правомерность и актуальность контента, размещенного в Госпаблике;

- следит за показателями, характеризующими качество материалов на официальной странице, их актуальность и востребованность: уровень вовлеченности, охваты публикаций, уровень активности, количество публикаций, коэффициент одобрения, и организует меры по повышению этих показателей.

5. Наименование официальной страницы организации должно быть лаконичным, отражающим деятельность учреждения, наделенным узнаваемостью, понятным и с минимальным использованием аббревиатур. Допускается использование аббревиатур общеупотребимых или используемых на территории регистрации организации, за которыми следует наименование организации. Наименование официальной страницы не

должно содержать исключительно прописные символы. Из названия или информации, размещенной в разделе «Подробная информация» или подобном, должно быть ясно, какая именно организация ведет Госпаблик.

7. Официальная страница организации имеет визуальное оформление, которое включает в себя:

- основное изображение официальной страницы, выполняющее функции визуальной идентификации (аватар);
- обложку официальной страницы (широкоформатное изображение, размещаемое над основной информацией официальной страницы);
- описание официальной страницы, содержащее основную информацию об организации;
- меню официальной страницы, включающее ссылки, описания и графические изображения (обложки) для удобства навигации пользователей;
- контактные данные и пр.

8. Визуальное оформление основного изображения официальной страницы, обложки официальной страницы, пунктов меню должно способствовать идентификации организации и легкому восприятию информации об организации.

9. Информация, размещаемая в Госпаблике, не должна:

- а) нарушать авторские права;
- б) содержать ненормативную лексику;
- в) затрагивать честь, достоинство и деловую репутацию физических и юридических лиц;
- г) нарушать нормы действующего законодательства и нормы морали.

10. В Госпаблике должны быть размещены (с учетом возможностей социальных сетей) формы обратной связи (ФОС/ПОС), использоваться инструменты, предусмотренные порталом государственных услуг (перечень инструкций находится по адресу: <https://pos.gosuslugi.ru/docs/foiv-info.html#pf>). Данная информация обновляется в Госпаблике не позднее трех рабочих дней со дня изменения соответствующих данных.

Размещаемая в Госпаблике информация соответствует принципам достоверности, полноты и востребованности, требованиям Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Информация размещается с учетом особенностей и интересов целевой аудитории, определяемых организацией. Не допускается размещение в качестве публикаций информации без предварительной проверки на достоверность, доработки и адаптации.

Информация, размещаемая в Госпаблике, может содержать материалы в формате видеороликов, текстов, фотографий, изображений или другом формате, доступном в социальной сети.

11. Периодичность публикаций в Госпаблике определяется размещением материалов не реже трех раз в неделю.

12. Время публикаций выбирается с учетом актуального времени для аудитории и важности информации. Модерация комментариев осуществляется не реже одного раза в сутки.