



ПОЛОЖЕНИЕ о Всероссийском проекте «МедиаФин»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение (далее – Положение) определяет цель, задачи, сроки, условия и порядок реализации проекта «МедиаФин» (далее – Проект), а также трех компонентов Проекта (далее – Компоненты Проекта), а именно:

1.1.1. Интерактивной карты регионов – медиалидеров (далее – Карта регионов);

1.1.2. Ренкинга регионов медиалидеров (далее – Ренкинг);

1.1.3. Конкурса «МедиаФин» (далее – Конкурс).

1.2. Целью Проекта и Компонентов Проекта является привлечение внимания целевых аудиторий (участников) (перечислены в п.3.1 и п.3.2. настоящего Положения) в регионах Российской Федерации к социальной значимости повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры граждан Российской Федерации с использованием медиапродуктов, а также стимулирование их дальнейшего создания и повышение их качества.

1.3. Задачи Проекта и Компонентов Проекта: выявление и поощрение, а также способствование масштабированию эффективных практик создания медиапродуктов, направленных на повышение финансовой грамотности и формирование финансовой культуры граждан Российской Федерации.

1.4. К участию в Проекте и Компонентах Проекта принимаются только медиапродукты, направленные на повышение финансовой грамотности и формирование финансовой культуры населения, в соответствии с Целями и Задачами Проекта и Компонентов Проекта.

1.5. К участию в Проекте и Компонентах Проекта принимаются только медиапродукты, вышедшие (опубликованные) в период с 1 января 2025 г. по 31 июля 2026 г.

1.6. Организатором Проекта и Компонентов Проекта является Ассоциация развития финансовой грамотности (АРФГ) (далее – Организатор).

1.7. Организатор Проекта может привлекать Соорганизаторов и/или Партнеров по своему выбору и усмотрению, присваивая им соответствующий статус, в рамках реализации Проекта и/или отдельного Компонента(ов) проекта.

1.8. Информация о Проекте и Компонентах Проекта, включая настоящее Положение, является открытой и публикуется на официальном сайте Организатора - <https://fincubator.ru>.

2. Глоссарий

Определения даны, исходя из понимания целей и задач Проекта и Компонентов Проекта:

2.1. Средство массовой информации - периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

2.2. Блогер - физическое лицо – лидер мнений, ведущий персональную страницу в разрешенной в Российской Федерации социальной сети (далее – персональная страница), имеющий более 1 тыс. подписчиков минимум в одной из них, регулярно публикующий медиапродукты, и тем самым потенциально оказывающий влияние на взгляды, поведение и решения других людей. К блогерам относятся: наноблогеры, микроблогеры, средние блогеры, макроблогеры, мегаблогеры (блогеры-миллионники).

2.3. Профильное структурное подразделение – структурное подразделение органа власти, некоммерческой организации, коммерческой компании, в функции которого входит разработка и реализация медиапроектов для массовой аудитории: пресс-служба, структурное подразделение в функции которого входят связи с общественностью, маркетинговое и иные структурные подразделения.

2.4. Медиапродукт – медиаматериал или медиапроект, реализованный СМИ или блогером / СМИ или блогером совместно (в партнерстве) с региональным органом власти, некоммерческой организацией, коммерческой компанией.

2.5. Медиаматериал - единичный информационный контент в любой форме (текст, видео, аудио, мультимедиа), созданный для распространения на широкую аудиторию потребителей информации: статья, интервью, заметка, обзор, пост, баннер, инфографика, комикс, плакат, радиопередача, телевизионная передача, подкаст, аудиотрек, видеоролик, стриминг, викторина, анимационный ролик, видеопрезентация и иные формы.

2.6. Медиапроект - целостная совокупность медиаматериалов, объединенных единым творческим замыслом, целями и задачами: серия публикаций, сборник, дайджест, специальный проект и иные формы.

3. Целевые аудитории (участники) Компонентов Проекта

3.1. Целевыми аудиториями (участниками) Карты регионов и Ренкинга являются регионы Российской Федерации в лице региональных органов власти, а также представители СМИ, блогеры, представители профильных структурных подразделений.

3.2. Целевыми аудиториями (участниками) Конкурса являются представители СМИ, блогеры, представители профильных структурных подразделений.

4. Реализация Карты регионов

4.1. Карта регионов - информационный продукт на сайте Ассоциации, представляющий собой интерактивную карту Российской Федерации с перечнем присланных в адрес Организатора медиапродуктов и их кратким описанием (далее – Перечень).

4.2. Порядок формирования Перечня:

4.2.1. Перечень составляется Организатором на основе Заявок на включение медиапродукта в Проект.

4.2.2. Направить (подать) Заявку на включение медиапродукта в Проект может любое физическое или юридическое лицо (далее – Заявитель), относящееся к целевым аудиториям (участникам; перечислены в п.3.1. и п.3.2. Положения) .

4.2.3. Для направления (подачи) Заявки на включение медиапродукта в Проект Заявителю необходимо заполнить форму Заявки на Сайте Организатора и предоставить Согласие на обработку персональных данных.

4.2.4. Форма заявки состоит из полей на усмотрение Организатора.

4.2.5. Форма заявки должна быть размещена на сайте Организатора не позднее 29 мая 2026 г.

4.2.6. Организатор оставляет за собой право отказать во включении в Перечень медиапродукта, если он:

- содержит признаки нарушения законодательства РФ, пропаганды экстремизма, терроризма, насилия или жестокости, дискредитации государственных институтов, разжигания социальной, расовой, национальной или религиозной розни, призывы к участию в мероприятиях, проводимых с нарушением установленного законодательством порядка;
- не соответствует Целям и Задачам Проекта и Компонентов Проекта;
- способен нанести ущерб репутации Организатора.

4.3. Этапы и сроки реализации Карты регионов:

4.3.1. 29 мая 2026 года – Публикация информации о Карте регионов, как о Компоненте Проекта на сайте Организатора и иных информационных ресурсах по усмотрению Организатора;

4.3.2. 1 июня 2026 года – 31 июля 2026 года – Приём заявок от Заявителей.

4.3.3. 1 июня 2026 года - 31 августа 2026 года - Анализ заявок.

4.3.4. 11 сентября 2026 г. – Публикация окончательной (не подлежащей дополнениям) версии Карты регионов и Перечня, а также иной информации о ней на сайте Организатора и иных информационных ресурсах на усмотрение Организатора.

5. Реализация Ренкинга

5.1. Ренкинг представляет собой список регионов Российской Федерации, упорядоченный от наибольшего значения баллов (единиц) к наименьшему значению баллов (единиц) по количественному показателю медиапродуктов от каждого региона, направленных (поданных) Заявителями способом,

указанным в п.4.2.2. и п. 4.2.3. настоящего Положения. При этом каждый медиаматериал считается как одна единица, а каждый медиапроект считается как отраженное в Заявке количество единиц равное количеству медиаматериалов, составляющих этот медиапроект.

5.2. Ренкинг составляется Организатором.

5.3. Публикации в открытых источниках информации - сайте Организатора, СМИ и иных - на усмотрение Организатора подлежат не более 20 (двадцать) регионов, набравших наибольшие значения баллов (единиц) в рамках Ренкинга (далее – Краткая версия Ренкинга).

5.4. Полная версия Ренкинга может быть предоставлена федеральным и региональным органам власти, Банку России по письменному запросу в адрес Организатора.

5.5. Этапы и сроки реализации Ренкинга:

5.5.1. 29 мая 2026 года – Публикация информации о Ренкинге, как о Компоненте проекта на сайте Организатора и иных информационных ресурсах по усмотрению Организатора;

5.5.2. 1 июня 2026 года – 31 июля 2026 года – Приём заявок от Заявителей;

5.5.3. 1 – 31 августа - Анализ Заявок, формирование ренкинга.

5.5.3. 11 сентября 2026 г. – Публикация Краткой версии Ренкинга, а также иной информации о нем на сайте Организатора и иных информационных ресурсах на усмотрение Организатора.

6. Реализация Конкурса

6.1. К участию в Конкурсе принимаются все медиапродукты, поданные Заявителями в рамках реализации иных компонентов Проекта – Карты регионов и Ренкинга.

6.2. Номинации Конкурса делятся на основные и специальные номинации.

6.3. К основным номинациям Конкурса относятся:

6.3.1. Гран-при Конкурса «МедиаФин»: «Лучший медиапроект года» - за серию материалов, спецпроект или постоянную рубрику, вышедшие в СМИ или ином открытом источнике информации и стимулирующие рост финансовой грамотности и формирование финансовой культуры граждан РФ.

6.3.2. Гран-при Конкурса «МедиаФин»: «Лучший медиаматериал года» - за материал, вышедший в СМИ или ином открытом источнике информации и стимулирующий рост финансовой грамотности и формирование финансовой культуры граждан РФ.

6.3.3. «Лучший корпоративный медиапроект года» - за серию материалов, спецпроект или постоянную рубрику, вышедшие в корпоративном СМИ коммерческой компании или некоммерческой организации и стимулирующие рост финансовой грамотности и формирование финансовой культуры граждан РФ.

6.3.4. «Простыми словами» — за отдельный медиаматериал, доходчиво объясняющий финансовые вопросы.

6.3.5. «Партнёрство во благо» — за лучший совместный медиапродукт СМИ или блогера, реализованный в партнерстве с региональными органами власти, некоммерческими организациями или коммерческими компаниями.

6.3.6. «В коротком формате» - за лучший короткий медиаматериал о финансовой грамотности, опубликованный в формате клипа, короткого видео, поста или иного лаконичного цифрового контента.

6.3.7. «Вирусно о важном» - за медиапродукт, сумевший привлечь широкое внимание к вопросам финансовой грамотности.

6.3.8. «Тема раскрыта» — за лучший объяснительный лонгрид (текстовый контент значительного объёма, который глубоко и всесторонне раскрывает определённую тему или вопрос), направленный на повышение финансовой грамотности.

6.4. Выявление номинантов и победителей Конкурса по каждой основной номинации является комплексной оценкой медиапродуктов членами Жюри и проходит в два этапа:

6.4.1. Региональный этап - отбор номинантов от региона РФ, формирование из их состава шорт-листа по каждой номинации;

6.4.2. Федеральный этап - определение победителей Конкурса среди медиапродуктов, включенных ранее в шорт-лист.

6.5. Определение шорт-листа ведется отдельно внутри каждого региона РФ. В шорт-лист Конкурса по каждой основной номинации может войти не более одного медиапродукта от каждого региона РФ.

6.6. Критерии оценки медиапродуктов по каждой основной номинации, участвующие в оценке, едины для обоих этапов оценки медиапродуктов, а именно:

- Актуальность темы;
- Достоверность и корректность информации;
- Доступность изложения темы;
- Глубина проработки темы;
- Креативность подачи;
- Практическая польза для повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры.

6.7. При проведении оценки на обоих этапах оценки медиапродуктов по каждой основной номинации используется утвержденная настоящим Положением система (механизм) оценки:

6.7.1. Членом Жюри каждому медиапродукту, представленному в соответствующей номинации, путем заполнения Оценочного листа (Форма Оценочного листа - Приложение 1 к настоящему Положению) присваивается самостоятельно определенное этим членом Жюри количество баллов по каждому из критериев, но не более:

- 5 (пяти) баллов - по критерию «Актуальность темы»;
- 5 (пяти) баллов - по критерию «Достоверность и корректность информации»;
- 5 (пяти) баллов - по критерию «Доступность изложения темы»;
- 10 (десяти) баллов - по критерию «Глубина проработки темы»;
- 10 (десяти) баллов - по критерию «Креативность подачи»;
- 20 (двадцати) баллов - по критерию «Практическая польза для повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры».

6.7.2. Таким образом, максимально возможное количество баллов, которое может получить каждый медиапродукт от одного члена Жюри, составляет 55 (пятьдесят пять) баллов, а минимальное - 0 (ноль) баллов.

6.7.3. Итоговое значение баллов, набранных каждым медиапродуктом, представляет собой сумму итоговых баллов, которые он получил от каждого члена Жюри.

6.7.4. Подсчет итоговых баллов ведет Организатор Конкурса.

6.7.5. Все итоговые оценки (полученные суммы баллов) на обоих этапах фиксируются Организатором в Протоколах.

6.8. Медиапродуктом - номинантом (прошедшим от региона в шорт-лист) Конкурса считается медиапродукт, получивший в совокупности наибольшее количество баллов по результатам первого этапа оценки.

6.9. В случае, если наибольшее количество баллов одинаково для двух и более медиапродуктов, Председатель жюри имеет право добавить один дополнительный балл одному из них, руководствуясь критерием «Практическая польза для повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры». Соответствующее решение также фиксируется в Протоколе.

6.10. Медиапродуктом - победителем Конкурса считается медиапродукт, получивший в совокупности наибольшее количество баллов по результатам второго этапа оценки.

6.11. В случае, если наибольшее количество баллов набрали два и более медиапродукта, Председатель жюри имеет право добавить один дополнительный балл одному из них, руководствуясь критерием «Практическая польза для повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры». Соответствующее решение также фиксируется в Протоколе.

6.12. Составы жюри Конкурса по основным номинациям:

6.12.1. Составы Жюри формируется Организатором отдельно для каждого из двух этапов оценки медиапродуктов.

6.12.2. В составы жюри Конкурса по основным номинациям Организатор имеет право включить представителей региональных органов власти, некоммерческих организаций и коммерческих компаний, сотрудников профильных подразделений перечисленных организаций, медиа-экспертов, а также экспертов в области финансового рынка и финансовой грамотности.

6.12.3. Во всех составах Жюри Конкурса выбирается Председатель Жюри. Председатель Жюри выбирается по решению Организатора Конкурса.

6.13. Специальные номинации учреждаются Соорганизаторами и/или Партнерами Конкурса. Победителем в специальной номинации может стать любой медиапродукт, участвующий в Конкурсе.

6.14. Оценка медиапродуктов в рамках Конкурса по каждой Специальной номинации проводится самостоятельно Соорганизатором или Партнером Конкурса. Производя оценку медиапродуктов Соорганизатор или Партнер руководствуется критериями, перечисленными в п.6.6. настоящего Положения. При этом Соорганизатор или Партнер Конкурса имеет право самостоятельно определять конкретный механизм выбора победителя в учрежденной им номинации.

6.15. Этапы и сроки проведения Конкурса:

6.15.1. 29 мая 2026 года – Публикация информации о Конкурсе, как о Компоненте проекта на сайте Организатора и иных информационных ресурсах по усмотрению Организатора;

6.15.2. 01 июня - 31 июля 2026 года – Прием заявок от Заявителей;

6.15.3. 01 - 30 августа 2026 года – Определение шорт-листа Конкурса;

6.15.4. 31 августа 2026 года - Публикация информации о медиапродуктах, вошедших в шорт-лист на сайте Организатора и в иных открытых источниках информации на усмотрение Организатора;

6.15.5. 01-15 сентября 2026 года – Определение победителей Конкурса;

6.15.6. Октябрь 2026 года – Награждение победителей Конкурса.

6.15.7. Организатор оставляет за собой право определения точной даты Награждения в дату, следующую после даты утверждения настоящего Положения, но в срок не позднее 31 августа 2026 года. Дата и порядок Награждения должны быть опубликована на сайте Организатора и в иных открытых источниках информации по усмотрению Организатора не позднее 31 августа 2026 года.

6.16. Награждение Победителей в основных номинациях осуществляется Организатором в соответствии со следующими требованиями:

6.16.1. Победители Конкурса в основных номинациях (перечислены в п.п. 6.3.1. - 6.3.7. настоящего Положения) получают памятные сертификаты и памятные подарки по усмотрению Организатора.

6.16.2. Стоимость подарка в денежном эквиваленте для Победителя в основной номинации - физического лица, представителя СМИ, блогера и иного лица, не являющегося лицом занимающим государственные должности Российской Федерации, государственные должности субъектов Российской Федерации, муниципальные должности, не являющегося государственным служащим, муниципальным служащим, служащим Банка России, устанавливается в размере до 30 тыс. рублей.

6.16.3. Стоимость подарка в денежном эквиваленте для Победителя в основной номинации - физического лица, занимающего государственную должность Российской Федерации, государственную должность субъекта Российской Федерации, муниципальную должность, являющегося государственным служащим, муниципальным служащим, служащим Банка России, устанавливается в размере до 3 тыс. рублей.

6.16.4. Победители Конкурса в специальных номинациях получают памятные сертификаты от Организатора и памятные подарки от Соорганизатора / Партнера конкурса - по усмотрению Соорганизатора / Партнера конкурса.

6.16.5. Стоимость подарка в денежном эквиваленте для Победителя в специальной номинации - физического лица, представителя СМИ, блогера и иного лица, не являющегося лицом занимающим государственные должности Российской Федерации, государственные должности субъектов Российской Федерации, муниципальные должности, не являющегося государственным служащим,

муниципальным служащим, служащим Банка России, не ограничена и устанавливается на усмотрение Соорганизатора / Партнера Конкурса

6.16.6. Стоимость подарка в денежном эквиваленте для Победителя в основной номинации - физического лица, занимающего государственную должность Российской Федерации, государственную должность субъекта Российской Федерации, муниципальную должность, являющегося государственным служащим, муниципальным служащим, служащим Банка России, устанавливается в размере до 3 тыс. рублей.

7. Права Организатора

7.1. Организатор имеет право использовать медиапроекты, представленные в Конкурсе, в некоммерческих целях (демонстрация на мероприятиях, включение информации в отчеты, презентационные материалы и иные материалы).

7.2. Организатор имеет право отклонить заявку при нарушении требований настоящего Положения.