

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ПРАВИЛА НА ГРАЖДАНСКИ ХАКАТОН ЗА УЧЕНИЦИ ПО МЕДИЙНА И ИНФОРМАЦИОННА ГРАМОТНОСТ ИН-ЕДУ

1. КОЙ МОЖЕ ДА УЧАСТВА

В хакатона могат да участват ученици на възраст от 15 до 19 години с отношение, умения и идеи в областта на цифровите медии, дизайна, комуникацията, журналистиката, които учат в едно и също училище.

От всяко училище може да се сформира отбор с ръководител - учител от училището или родител на ученик от училището. Поканени да сформират ученически отбори са всички училища.

Отборът не може да съдържа повече от 7 участници.

Лица под 18 години могат да участват в хакатона при спазване на условията в съответствие с регулациите за участие на ученици в извънкласни инициативи.

Участвайки в този хакатон, участниците приемат настоящите правила и се съгласяват да се съобразят с техните разпоредби.

2. ИЗБОР НА ПОБЕДИТЕЛ

Победителите в цялото състезание ще бъдат избрани от предварително определеното жури. Всички отбори, които се състезават, в което и да е предизвикателство, са кандидати за наградата.

Критерии за оценяване:

ПРИЛОЖИМОСТ НА КАМПАНИЯТА

На кого помага кампания? Реалистични цели ли си поставя? Избраната конкретна тема/и актуална и приложима ли е? Има ли някой реална нужда от тази кампания?

ОЦЕНКА НА СЪДЪРЖАТЕЛНИЯ ОБХВАТ

Оценява се съдържателния обхват на кампанията по отношение на заложените теми и посланията, които кампанията ще извежда - доколко подробно се планира да се разработи избраната тема/и?

Ясни ли са посланията на кампанията и към кого са насочени? Планира ли се авторско съдържание или ще се използват вече съществуващи източници?

ПЛАН ЗА ТЕХНИЧЕСКО ИЗПЪЛНЕНИЕ НА КАМПАНИЯТА

Оценява се обхвата на кампанията по отношение използвани информационни канали – социални мрежи, платформи за споделяне на видео и аудио съдържание, сайтове, блогове, както и подходящото им използване спрямо двете целеви групи – тийнейджъри и родители. Взима се под внимание и начина на достъп на дигиталното съдържание от целевите групи, като за тийнейджърите то е преди всички чрез мобилните телефони, докато за техните родители е чрез настолни компютри и лаптопи. Поощряват се кампании, които обхващат по-широк набор от информационни канали, ориентирани към съответните целеви групи.

Оценява се **разнообразието на съдържанието по отношение представяне в различни медийни формати**. Допустимо е един и същ съдържателен материал да бъде разработен в различни медийни формати – текст (пост в социална мрежа, публикация в сайт, блог и др.), аудио (подкаст, интервю), видео (заснет и обработен клип, заснет разговор/дебат по тема, провакативно видео), анимация (анимационен банер, клип), изображение (банер, колаж, плакат).

Оценява се **как във времето ще бъде реализирана кампанията**, периодичността на публикуване на създадените материали, тяхното промотиране до целевите групи във времето. Поощряват се кампании, които обхващат по-голям период от време и по-често публикуване на различни медийни материали.

Оценява се **планираното финансиране** на отделните дейности в кампанията. За какво ще се изхарчат като разходи, а не като суми, полученото финансиране за кампанията при нейното одобрение.

Поощрява се закупуването на лицензи за платформи и софтуерни решения за създаване на дигитално съдържание, които могат да се използват и след приключване на кампанията.

ВЛИЯНИЕ НА КАМПАНИЯТА

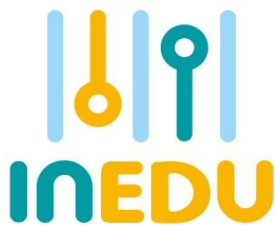
Оценява се наличието и реализируемостта на стратегия за достигане до по-голяма аудитория както по отношение на брой, така и по отношение на целева група – ученици и родители. Също така се оценява и плановете за привличане на външни за отбора хора, които да допринесат за развитието и популяризирането на кампанията. Поощряват се кампании, които обхващат по-голям брой и по-широк възрастов обхват.

Реалистичен ли е размерът на целевата група? Ясно ли е как кампанията ще повлияе на целевата група/и?

ПРЕДСТАВЯНЕ И ЗАЩИТА НА ПРОЕКТА ЗА КАМПАНИЯ

Оценява се използваните медийни формати за представяне на идеята; участието на всички членове на отбора; отговори на въпросите, поставени от журито; наличието и качеството на представените промоционални материали за кампанията.

При регистрирани над 15 отбора, представянето на проектите ще протече на два етапа полуфинали и финали.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



3. АВТОРСКО ПРАВО И ЗАЩИТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ

Участниците не могат да предоставят съдържание, което е защитено с авторски права, от търговска тайна или по друг начин предмет на права на интелектуална собственост на трети страни или други права на собственост, включително права на поверителност и публичност, освен ако не са собственик на такива права или имат разрешение от законния им собственик да публикуват съдържанието.

Участниците не могат да изпращат съдържание, което е незаконно или насърчава поведение, което би се считало за престъпление.

Участниците не могат да публикуват бизнес реклами.

Участниците имат правата върху интелектуалната собственост за цялата си работа

С участието си в този хакатон всеки участник или отбор от участници дават изричното си съгласие на Организаторите да използват цялата произлязла или свързана с хакатона информация за всички видове дейности с цел маркетинг и разпространение (наричани по-долу: Маркетингово съдържание). Маркетинговото съдържание се предоставя без компенсация за участниците и е в световен мащаб, постоянно и неотменимо.

4. ПРАВО НА УЧАСТИЕ

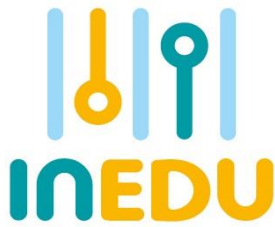
Организаторите на хакатона имат правото по собствено усмотрение да определят дали участник отговаря на условията на състезанието и той/тя/те може да бъде дисквалифициран отново по тяхно усмотрение.

5. НАГРАДИ

Наградите от състезанието не могат да се преотстъпват от победителя. Всички стойности на паричната награда се оповестяват като брутна стойност.

Организаторите и/или трети страни, участващи в инициативата, носят отговорност, че във всеки случай Участника/Отбора – победител, ще получи наградата, която му е отредена от журито, при условията, посочени тук. Чрез връчване на наградата на отбора, Организаторите и/или трета страна, ангажирана с инициативата, се освобождават от всякаква допълнителна отговорност. Споровете между трети страни относно собствеността върху проекта не засягат принципа за присъждане на наградата от Организаторите на лицето, чието искане е предявено на Организаторите в съответствие с разпоредбите на настоящите правила.

Наградите ще бъдат изплатени чрез сключване на договор за дарение с училището, чиито отбор е бил отличен от Журито.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Наградите се изплащат, за да могат отборите да осъществят кампаниите за медийна грамотност в период от 5 февруари 2021 г. до 5 май 2021 г.

Организаторът няма задължение да води кореспонденция по отношение на претенции за участие в хакатона след неговото приключване.

6. ПРЕКРАТЯВАНЕ НА ХАКАТОНА

Организаторът има право да прекрати хакатона по свое усмотрение по всяко време, без да е изчерпателен в случай на съществени нарушения, нарушаване на Правилата на ИН-ЕДУ хакатона за медийна и информационна грамотност или форсмажорни обстоятелства. Прекратяването на хакатона се обявява на уебсайта in-eduproject.eu. В тези случаи на участниците не се дължи обезщетение.