

# ПОЛОЖЕНИЕ

## о проведении конкурса инфографики «Социосмотр-2024» (по результатам социопсихологических исследований)



**Тема конкурса: «Современные проблемы социально-психологических отношений в Республике Беларусь глазами молодежи»**

**Цель конкурса: формирование у студенческой молодежи навыков выделения, анализа, культуры восприятия и оценки современных проблем социальных отношений, их публичного представления и технического оформления, привлечение к ним внимания общественности.**

### Направления конкурса

Участникам конкурса предлагается подобрать и визуализировать социологическую информацию по следующим проблемам:

- демографическая политика Республики Беларусь и актуальное состояние института брака и семьи;
  - состояние института брака и семьи;
  - влияние сети Интернет на характер социальных отношений в обществе и состояние психологического здоровья молодежи;
  - проблемы социальной ответственности в контексте решения актуальных общенациональных задач;
  - проблемы межличностных отношений и взаимодействия молодежи в различных сферах деятельности.

### Возможные темы для визуализации:

- ✓ **демографическая политика:**
  - сокращение численности населения и депопуляция сельских регионов;
  - общее старение нации;
  - снижение темпов рождаемости, не обеспечивающих простое замещение родительских поколений;
    - уменьшение численности населения трудоспособного возраста;
    - урбанизация и социум;
- ✓ **состояние института брака и семьи:**
  - негативные трансформации института семьи;
  - высокий уровень разводов;
  - увеличение числа неполных семей с детьми и снижение социальной потребности в детях;
  - социальное сиротство;
  - насилие в семье (психологическое, физическое и т.д.)
  - проблема «отцов и детей» и матерей-одиночек;
  - проблема искусственного прерывания беременности;
  - психологические, социально-ролевые и социокультурные конфликты в семье;
- ✓ **влияние сети Интернет на характер социальных отношений в обществе и состояние психологического здоровья молодежи:**
  - конфликтное поведение;
  - хронические депрессии;

- предпочтение виртуального пространства реальной жизни;
- трудности адаптации в социуме;
- потеря способности эффективно планировать, распределять и контролировать время пребывания за компьютером;
- возникновение дискомфорта при отсутствии возможности пользования интернетом и формирование интернет-зависимости;

- проблема «интернет-одиночества»;

✓ **социальная ответственность в контексте решения актуальных общенациональных задач:**

- инвалидность и отношение к гражданам с ограниченными возможностями;
- социальное одиночество, «одинокая старость», «брошенные родители»;
- алкоголизм, наркомания;
- преступность и экстремизм;
- беспризорность, нарушения прав детей;
- безработица, бедность, недостаточная оплата труда;
- экологические проблемы;
- бездомные животные;
- отношение к культурным ценностям и т.д.

✓ **межличностные отношения и взаимодействия молодежи в различных сферах деятельности:**

- социализация личности;
- вербальная и невербальная коммуникация;
- барьеры общения;
- эмоциональный интеллект;
- межличностные конфликты;
- гендерные особенности конфликтного поведения;
- профессиональная мобильность;
- тайм-менеджмент;
- социальная компетентность;
- стресс;
- манипулятивное воздействие;
- ✓ **социально экономические и глобальные последствия пандемии COVID-19:**
- социально-биологические последствия пандемии: болезнь и гибель части населения;
- демографические потери населения;
- уменьшение средней продолжительности и численности населения;
- увеличение неработающей части населения;
- влияние COVID-19 на экономику: экономический кризис, долгосрочный экономический цикл, рецессия;
- деградация отдельных видов производства;
- снижение потребительского спроса;
- снижение доходов малого и среднего бизнеса;
- рост доли сотрудников, работающих в дистанционном формате;
- закрытие границ и падения туризма;
- проблема миграции и территориальной мобильности населения между странами и регионами;
- социально-психологические последствия: рост тревожности, панических атак, суицидальных попыток, эмоциональной дисрегуляции, нарушениях коммуникации, усилении кризиса семьи;
- ✓ **социально экономические и глобальные последствия информатизации и широкого внедрения искусственного интеллекта:**
- сокращение количества рабочих мест;
- массовые трансконтинентальные миграции;
- изменения во всех сферах социальной структуры общества;

- появление профессиональных элит и рисков с их доминированием в обществе;
- изменения в содержании и методологии образовательной деятельности;
- появление новых форматов распределения свободного и рабочего времени, содержания досуга, изменения в массовой культуре и т.д.

### **В качестве источников информации, участники конкурса могут использовать:**

- результаты собственных социологических и психологических исследований;
- данные официальной статистики, находящейся в открытом доступе.

**Ссылка на источник данных на инфографике, в видеопрезентации и текстовом описании работы обязательна!!!**

### **Порядок организации и проведения конкурса**

Принять участие в конкурсе может любой желающий. Для участия необходимо создать инфографику (баннер или видеопрезентацию до 10 слайдов/кадров), отвечающую тематике конкурса с привлечением соответствующих статистических, социологических и психологических данных. В срок **до 10 марта 2024 года (включительно)** отправить в адрес оргкомитета свою работу и текстовое описание к ней.

### **Требования к представляемым материалам**

Материалы (баннеры/видеопрезентации) следует прикреплять к заявке в форматах:

— для баннеров: \*.jpg или \*.png (стандартный формат фотографий) в размере, соответствующему стандартному слайду в программе Microsoft PowerPoint (4:3) в **альбомной** ориентации;

— для видеопрезентаций: Видео MPEG-4 (\*.mp4).

Работа должна сопровождаться авторским текстом (коротким описанием не более 300-400 знаков с пробелами), который дополнит работу и объяснит ее ключевую идею. Представленный к конкурсу продукт (изображение, видео и текстовое описание работы) должны содержать в себе ссылки на источники данных, которые были использованы для создания инфографики/видеопрезентации. Допускаются работы, направленные от коллектива из двух человек. Один участник может подать только одну работу в статусе автора или соавтора.

Пример оформления баннера:

1 пачка сигарет

2/3 футбольного матча

1/2 времени, проведенного в соцсетях

4 чашки кофе

**59** минут  
в день отцы проводят со своими детьми

**Может быть они достойны большего?**

The Economist

Заявкой на участие в конкурсе является отправленное письмо в адрес оргкомитета ([ydd213@gmail.com](mailto:ydd213@gmail.com)) с прикрепленным вложением баннера, видеопрезентации и текстом, содержащим ссылку на источники социологической информации, данными участника (фамилия, имя, отчество, номер группы, курс, факультет, контактный телефон).

Ознакомиться с работами участников и проголосовать за понравившуюся инфографику/видеопрезентацию можно на странице конкурса на сайте кафедры гуманитарных наук <https://kgn.bstu.by> в период с **11 по 15 марта 2024 года**. Итоги конкурса будут представлены на сайте кафедры гуманитарных наук.

Критерии оценки конкурсных работ и подведения итогов конкурса:

- соответствие тематике конкурса
- соблюдение технических требований;
- оригинальность идеи и содержания;
- креативность работы;
- раскрытие темы;
- доступность понимания для широкой общественности;
- качество выполненной работы;
- корректность представленных данных;
- наличие соответствующих ссылок на источники информации;
- эстетика выполнения работы и дизайн (сочетание цветов, шрифтов, графических элементов).

### **Подведение итогов и определение победителей**

Все представленные на конкурс работы будут размещены на сайте кафедры гуманитарных наук для ознакомления и голосования. Определение победителей будет осуществляться путем случайного анонимного голосования посетителей сайта после окончания приема работ и профессиональным жюри.

Авторы лучших баннеров инфографики и видеороликов будут отмечены дипломами лауреатов конкурса. Все студенты, принявшие участие в конкурсе, получают Сертификат участника в электронном виде.

Результаты конкурса учитываются при оценке научно-исследовательской работы студентов, профессиональной деятельности профессорско-преподавательского состава и научно-исследовательской работы кафедры.

### **\*\*\*замечания:**

- во избежание претензий на авторские права, не копируйте уже опубликованные материалы, используйте в работах только свободные от авторских прав изображения, или собственные графику, фотографии, картинки;
- участник несет полную ответственность за содержание и оформление конкурсных материалов, за нарушение авторских и смежных прав в отношении произведений и исполнений, вошедших в состав инфографики;
- работы, которые содержат нецензурную лексику, слова и выражения, а также призывы к осуществлению экстремистской деятельности, возбуждению ненависти либо вражды будут отклонены;

### **Рекомендации как сделать хорошую работу по инфографике:**

- Не перегружайте инфографику текстом. Помните, что основную информацию несёт изображение. Инфографику от рекламы отличает прежде всего наличие информативного контента, представленного графическими средствами (графиками, числовыми модулями, таблицами, диаграммами, гистограммами, картами, шкалами и т.п.);

Лайфхак: чтобы проверить, выполняет ли инфографика свою роль, можно убрать из неё весь

текст. Даже без текста должно быть примерно понятно, о чём речь. Не давайте много текста сплошной «простыней» — это сильно затрудняет восприятие материала.

- При этом добавляйте фразы, чтобы объяснить детали.
- Уберите элементы, не несущие смысловой нагрузки — они затрудняют восприятие.

Инфографика сильна именно концентрированностью подаваемой информации. Каждая линия, стрелка или значок должны нести смысл.

- Не перегружайте. Важно, чтобы человек легко воспринимал приведённую информацию и не запутался в чрезмерном количестве блоков, картинок и стрелочек.

- Выстраивайте чёткую и логичную структуру там, где это возможно. Наиболее важные компоненты или крупные группы поместите по центру.

- Используйте яркие, выделяющиеся цвета. Следите, чтобы текст не терялся на фоне картинок.

- Используйте общедоступную символику и картинки. Они должны быть интуитивно понятны вашей аудитории, вызывать у неё стойкие ассоциации. Например, красный цвет у большинства ассоциируется с запретом, воспринимается как призыв к осторожности или знак опасности. В инфографике с помощью этого цвета можно показать, что чего-то недостаточно (значение ниже нормы).

- Оформляйте все элементы инфографики в одном стиле.

Дополнительную информацию о порядке проведения конкурса можно получить в оргкомитете. Адрес почты: [ydd213@gmail.com](mailto:ydd213@gmail.com).