

Положение о конкурсе социальной рекламы «Новый взгляд»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок и сроки проведения Конкурса, требования к работам, критерии их отбора и условия подведения итогов городского этапа Конкурса социальной рекламы «Новый взгляд» (далее – Конкурс).

1.2. Конкурс проводится Управлением образования Администрации города Екатеринбурга с целью воспитания подрастающего поколения через создание социальной рекламы, утверждающей общечеловеческие ценности: нравственность, милосердие, дружелюбие, патриотизм, толерантность, чувство красоты и гармонии. Конкурс рассматривается, как механизм предоставления подросткам возможности выразить своё отношение к той или иной проблеме.

1.3. К участию в Конкурсе приглашаются обучающиеся II–III ступеней обучения, школьные рекламные агентства, дизайн-студии, организованные обучающимися, которые имеют опыт создания социальных рекламных продуктов или хотели бы попробовать свои силы в создании социальной рекламы.

1.4. Общее руководство организацией и проведением Конкурса осуществляет Оргкомитет Фестиваля «Екатеринбург – территория здоровья».

2. Задачи Конкурса

2.1. Создание условий для проявления активной жизненной и гражданской позиции несовершеннолетних.

2.2. Формирование приоритета нравственных ценностей как необходимого условия личностного развития.

2.3. Использование современных Интернет-технологий для развития духовно-нравственных, позитивных качеств личности и инициативности.

3. Порядок и сроки проведения Конкурса

3.1. Конкурс социальной рекламы проводится с ноября 2015 года по апрель 2016 года в три этапа: 1-й – школьный, 2-й – районный, 3-й – городской.

3.2. Порядок и сроки проведения школьного и районного этапов определяются отделом образования района.

3.3. Сроки подачи заявки и дата проведения городского этапа Конкурса определяются распоряжением Управления образования Администрации города Екатеринбурга.

3.4. Конкурсные работы, представленные после установленного срока подачи заявки или не отвечающие условиям Конкурса, не рассматриваются.

3.5. Направление на участие в городском этапе Конкурса осуществляется отделом образования района. Для участия необходимо подать заявку от района в бумажном варианте (приложение).

3.6. Конкурс проводится по следующим номинациям:

- «Социальный плакат» (электронная версия);
- «Социальный буклет» (бумажная и электронная версии);
- «Социальный видеоролик» (анимационные фильмы, телевизионные видеоролики – электронная версия).

3.7. В каждой номинации Конкурса определен перечень тем на выбор участников:

- 1) «Дружба народов – единство России» – тема толерантности, дружбы народов, развития межнационального взаимодействия в молодёжной среде.
- 2) «Моя семья – мое богатство» – тема, содействующая популяризации семейных ценностей в молодёжной среде, связи и преемственности поколений.
- 3) «Дорогой добрых дел...» – тема пропаганды добровольческого, волонтёрского движения в молодёжной среде.
- 4) «Живи ярко!» – тема пропаганды спорта, туризма, активного образа жизни, содержательного досуга молодёжи.
- 5) «Против насилия...» – тема охватывает весь спектр вопросов, связанных с применением физической силы или разного рода угроз в отношении детей, подростков, молодёжи для навязывания своей воли.
- 6) «Здоровый образ жизни» – тема, направленная на пропаганду ЗОЖ.

3.8. В городском этапе Конкурса социальной рекламы принимают участие **только** победители районного этапа (не более одной работы в каждой номинации по каждой теме), предоставившие в установленный срок заявки в Центр «Диалог». От района предоставляется не более 18 работ.

3.9. Для участия в городском этапе Конкурса необходимо зарегистрироваться, заполнив анкету, выставленную на странице сайта МБУ Центра «Диалог» «Фестиваль “Екатеринбург – территория здоровья”». Конкурсные работы высылаются на электронный адрес dialogfestival@yandex.ru

4. Требования к содержанию и оформлению конкурсных работ

Социальная реклама – вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания

к проблемам социума, содействует решению социальных проблем, благотворительной, гуманистической деятельности. Социальная реклама должна побуждать мыслить, а не предлагать готовые рецепты и решения.

4.1. Требования к содержанию конкурсных работ:

- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- работы должны носить созидательный, жизнеутверждающий характер;

- в материалах, представляемых на конкурс, не должно быть: имен авторов; указания адресов и телефонов; информации о спонсорах; имен политических деятелей и лидеров; религиозных движений, в том числе религиозной символики; названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы; любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл; изображений всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на насилие, а также любой формы проявления ощущения страха или стресса; информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей, несущей какую-либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества или природы;

- в представленных работах недопустимо изображение «знаков беды» (перечеркнутого шприца, сигареты, бутылок, изображения смерти, пропаганда наркотиков и психоактивных веществ и т. п.);

- работа не должна противоречить законодательству о рекламе.

4.2. Представленные на городской этап Конкурса работы должны соответствовать следующим техническим условиям:

1) социальный плакат сопровождается лозунгом/иным идейным текстом и представляется **в электронном виде в формате .jpeg**. Плакат, не имеющий тематического лозунга, не принимается.

2) социальный буклет – отпечатанный лист, сложенный в несколько раз, который популяризирует модели позитивной профилактики и формирует активную жизненную позицию подростков. Буклет предоставляется **в бумажном и электронном формате**.

3) видеоролик социальной направленности (непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров в игровой или анимационной форме) предоставляется **в электронном формате .avi, .mov, .flv**, ограничения по объему до 700 Мб (хронометраж не более 90 секунд). Сам ролик не должен содержать сведений об авторе. При использовании музыкального сопровождения обязательно указывать автора музыки и текста, учитывать авторские права. Работы, поданные в формате презентации (Microsoft PowerPoint), не принимаются.

5. Подведение итогов Конкурса и критерии оценки работ

5.1. Для проведения и подведения итогов городского этапа Конкурса формируется конкурсная комиссия.

5.2. Итоги городского этапа Конкурса подводятся по номинациям. Итоговый балл начисляется с учётом оценки конкурсной комиссии и дополнительных баллов по результатам открытого Интернет-голосования за лучшую работу.

5.3. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации **«Плакат»**:

- соответствие заявленной теме номинации и требованиям, предъявляемым к конкурсным работам;
- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- краткость, лаконичность текста рекламы;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски (цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.);
- достоверность сведений, содержащихся в конкурсной работе.

5.4. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации **«Буклет»**:

- актуальность и соответствие теме Конкурса;
- краткость, точность, законченность информации;
- отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок;
- достоверность информации, подтвержденная источниками;
- разметка буклета и его оформление логичны и отвечают эстетическим требованиям;
- графические объекты – привлекательны, интересны, соответствуют содержанию, размещены корректно;
- текст легко читается;
- фон сочетается с текстом.

5.5. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации **«Видеоролик»**:

- соответствие заявленной теме номинации и требованиям, предъявляемым к конкурсным работам;
- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- оригинальность сюжета для воплощения идеи;
- эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.);
- достоверность сведений, содержащихся в конкурсной работе.

5.6. Первые три работы, набравшие наибольшее количество голосов по результатам открытого Интернет-голосования за лучшую работу в каждой номинации, получают дополнительные пять баллов.

5.7. Участники Конкурса, получившие три первых результата в итоговом рейтинге оценок в каждой номинации, признаются: победителями (1 место), призёрами (2 место) и лауреатами (3 место) соответственно, награждаются дипломами Управления образования Администрации города Екатеринбурга и подарками.

5.8. Участники Конкурса, получившие последующие (после первых трёх) пять результатов в итоговом рейтинге оценок Конкурсной комиссии в каждой возрастной группе, признаются финалистами и награждаются благодарственными письмами Управления образования Администрации города Екатеринбурга.

5.9. Конкурсная комиссия не предоставляет экспертную документацию (оценочный/экспертный бланк, общую сводную матрицу и др.) и не комментирует принятое решение по итогам Конкурса.

5.10. Участники Конкурса для получения подарков предоставляют «Согласие на обработку персональных данных»/копии документов: паспорт, свидетельство о рождении (серия, №, когда, кем выдан, домашний адрес, индекс), № ИНН.

6. Прочие условия

6.1. Организаторы Конкурса оставляют за собой право использовать работы в некоммерческих целях (репродуцирование работ в целях рекламы Конкурса и распространения лучшего опыта в методических и информационных изданиях) в случае и порядке, предусмотренных законодательством об авторском праве.

6.2. Оргкомитет оставляет за собой право вносить изменения в настоящее Положение.

*Приложение
к Положению о конкурсе*

**Заявка _____ района
на участие в городском этапе
конкурса социальной рекламы «Новый взгляд»**

№	ОУ	Класс	Фамилия, имя автора(ов)	Тема конкурсной работы	Данные, необходи-мые для получе- ния приза	Контакт-ный телефон
Номинация «Социальный плакат»						

№	ОУ	Класс	Фамилия, имя автора(ов)	Тема конкурсной работы	Данные, необходи-мые для получе- ния приза	Контакт-ный телефон
Номинация «Социальный буклет»						

№	ОУ	Класс	Фамилия, имя автора(ов)	Тема кон- курсной работы	Продол- житель- ность ви- део-ролика	Данные, необ- ходи-мые для получения приза	Кон-такт- ный теле- фон
Номинация «Социальный видеоролик»*							

*Текстовое описание сценария видеоролика обязательно.

Дата _____

Начальник отдела образования района:

_____ / _____ /