

УТВЕРЖДАЮ

Начальник управления
по физической культуре,
спорту и делам молодежи

_____ Кутека Д.Г.
« ____ » _____ 2017 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении XI городского конкурса
социальной рекламы «Отражение — 2017»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение устанавливает статус Одиннадцатого городского конкурса социальной рекламы «Отражение — 2017» (далее — Конкурс), требования к участникам конкурса и работам, порядок предоставления работ на Конкурс, сроки проведения Конкурса, порядок определения победителей Конкурса, а также регулирует права и обязанности организатора, организационного комитета и участников. Настоящее положение действует до завершения всех конкурсных мероприятий.

1.2. Организатором Конкурса является отдел по делам молодёжи управления по физической культуре, спорту и делам молодежи администрации города Благовещенска. Организатор вправе привлекать к проведению Конкурса партнерские организации.

1.3. Под понятием «социальная реклама» понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (п. 11 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006).

2. Цель и задачи

2.1. Цели Конкурса: привлечение внимания молодежи к социально значимым проблемам общества; воспитание социальной ответственности и гражданской позиции.

2.2. Задачи Конкурса:

- формирование общественного мнения о социально-значимых проблемах с помощью социальной рекламы.
- выработка рекомендаций и путей решения острых социальных проблем;
- выявление и поддержка творческой и талантливой молодёжи;
- создание кадрового резерва социально ориентированной активной молодежи;
- увеличение доли социальной рекламы в рекламном пространстве города.

3. Порядок и сроки проведения Конкурса

3.1. Конкурс проводится с 13 февраля 2017 года по 12 мая 2017 года в три этапа:

3.1.1. I этап:

— с 13 февраля 2017 года по 31 марта 2017 года осуществляется приём заявок на участие в Конкурсе, заявки предоставляются по форме (Приложение 1). Заявка на каждую номинацию конкурса заполняется отдельно. *Заявки принимаются по электронной почте*

e-mail: ormblag@mail.ru или в отделе по делам молодёжи (ул. Ленина, 97, тел.: 37-58-65, 51-55-09).

Кроме того, для совершеннолетних участников Конкурса необходима обязательная регистрация на портале Автоматизированной информационной системы «Молодежь России» <https://ais.fadm.gov.ru/>.

В рамках первого этапа запланировано проведение обучающей площадки для участников конкурса социальной рекламы (по отдельному графику).

3.1.2. II этап:

— с 1 апреля 2017 года по 14 апреля 2017 года осуществляется прием конкурсных работ.

Конкурсные работы принимаются в отделе по делам молодёжи (ул. Ленина, 97, e-mail: ormblag@mail.ru; тел.: 37-58-65, 51-55-09).

3.1.3. III этап:

— с 17 апреля 2017 года по 28 апреля 2017 года — проведение оценки конкурсных работ.

3.2. Церемония награждения победителей Конкурса состоится 12 мая 2017 года в городе Благовещенске (место и время проведения торжественной церемонии награждения победителей Конкурса будет определено организаторами Конкурса дополнительно).

4. Жюри Конкурса

4.1. Общее руководство по подготовке и проведению Конкурса осуществляет отдел по делам молодёжи управления по физической культуре, спорту и делам молодежи администрации города Благовещенска.

4.3. Оценку поступивших работ осуществляет жюри Конкурса (Приложение 2).

4.4. В жюри Конкурса приглашаются профессионалы в сфере медиа и общественные деятели, а также представители организаторов Конкурса.

4.5. Члены жюри выбирают председателя жюри.

4.6. Жюри оформляет свое решение по итогам оценки поступивших работ протоколами, которые подписываются председателем.

5. Условия участия в Конкурсе

5.1. Конкурс проводится в двух категориях:

— **профессионалы** — юридические лица (рекламные и информационные агентства, телекомпании, радиостанции, студии дизайна), физические лица и творческие коллективы, непосредственная деятельность которых связана с созданием рекламы. Профессионалы могут принять участие в конкурсе только в номинациях «Социальный плакат» и «Социальный видеоролик».

— **непрофессионалы** — физические лица и творческие коллективы (возраст от 14 до 30 лет), непосредственная деятельность которых не связана с созданием рекламы.

6. Авторское право

6.1. Авторские права на материалы, созданные в рамках данного Конкурса, сохраняются за их авторами.

6.2. Участник Конкурса, фактом подачи заявки на участие своей работы в Конкурсе, дает разрешение организаторам Конкурса на ее тиражирование и размещение в средствах массовой коммуникации, в том числе в средствах массовой информации, иное использование, а также передачу данных прав третьим лицам для некоммерческого использования.

6.3. Работы, подаваемые на конкурс, должны создаваться при полном соблюдении прав интеллектуальной собственности третьих лиц согласно российскому законодательству и международному праву об интеллектуальной собственности.

6.4. Участник Конкурса несет исключительную ответственность за нарушение прав интеллектуальной собственности третьих лиц.

7. Номинации Конкурса

- 7.1. Социальный плакат.
- 7.2. Социальный видеоролик.
- 7.3. Короткометражный фильм.
- 7.4. Селфи-репортаж.

8. Тематика Конкурса

8.1. Главная тема Конкурса — **«Чистый город — чистая планета»** — тема сохранения экологии, защиты окружающей среды, поддержания чистоты города, улицы, двора.

8.2. Участник может создавать работы на различные актуальные темы: **«Я люблю свой город», «Безопасность жизни», «Дружба народов — единство России», «Наша культура», «История», «Здоровый образ жизни», «Моя семья — мое богатство», «Любовь», «Моя профессия», «Я против террора», «Образование», «Экология», «Свободная тема», «Мир равных возможностей», «Мой голос — мое будущее» (тема выборов), «Дорогой добрых дел», «Социальные цепи», «Живи ярко!», «Против насилия...»** и другие.

9. Требования к конкурсным работам

9.1. Социальный плакат — авторский макет плаката предоставляется на USB флеш-накопителе. Файлы следует предоставлять в формате *.psd или *.tiff (по слоям). Минимальное разрешение исходного растрового файла должно соответствовать формату А-3 на 300 dpi. Плакаты в векторном формате * .cdr, *ai, *.eps можно подавать в любых размерах.

9.1.1. Рекомендации к плакатам: работы участников могут быть использованы организатором Конкурса для размещения на внешних конструкциях (биллборды 6х3м, 1,2х1,8м), в связи с чем участник при подготовке работы должен соблюдать минимальные технические требования к макетам для размещения на соответствующих носителях: макеты 6м x 3м — горизонтальные (масштаб 1:1 — 30 dpi или 1:10 — 300 dpi), 1,2м x 1,8м — вертикальный макет (масштаб 1:1 — 72dpi, 1:10 — 720 dpi).

9.1.2. Плакаты финалистов конкурса по запросу организатора предоставляются автором (соавторами) организатору без указания имени автора (соавторов) в целях их публикации в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

9.2. Социальный видеоролик предоставляется на USB флеш-накопителе в формате *.avi, *.flv.

9.2.1. Длительность кадра в видеоролике должна составлять 3 секунды.

9.2.2. Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд. Организаторы Конкурса оставляют за собой право на свое усмотрение, а также в виде исключения принимать на Конкурс видеоролики с хронометражем больше 60 секунд (при соблюдении условия о кратности 15 секундам), если это обусловлено сюжетом.

9.2.3. Видеоролики финалистов Конкурса по запросу организатора предоставляются автором (соавторами) организатору без указания имени автора (соавторов) в целях их

публикации в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

9.3. Короткометражный фильм — работы принимаются на носителях USB флеш-накопителе в формате*.avi (хронометраж не более 90 секунд, субтитры на русском языке). Ролики принимаются в формате JPEG/TIFF.

9.4. Селфи-репортаж — работы принимаются на USB флеш-накопителе. Хронометраж селфи-репортажа не должен превышать 60 секунд.

9.5. Все работы принимаются при наличии исходных материалов в цифровом формате, а также при условии, что они не были заявлены в других конкурсах, ранее не транслировались, не публиковались в средствах массовой информации.

10. Общие требования к социальной рекламе

10.1. Социальная реклама должна соответствовать следующим требованиям:

- работа, ее содержание, сюжет, действия сценических лиц и персонажей не должны противоречить действующему законодательству Российской Федерации (Федеральный Закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»);
- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).
- реклама должна быть законной, пристойной, честной, корректной и достоверной;
- любая реклама должна разрабатываться с должным чувством ответственности перед обществом и соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым данной деятельности;
- реклама не должна содержать заявлений или изображений, нарушающих общепринятые нормы пристойности;
- реклама не должна без обоснованных причин играть на чувстве страха;
- реклама не должна содержать ничего, что могло бы вызвать или спровоцировать акты насилия;
- реклама не должна содержать элементов дискриминации по расовому, национальному и религиозному признаку или принадлежности к тому или иному полу, возрастной группе;
- реклама не должна содержать заявлений или изображений, которые непосредственно или косвенно, за счет замалчивания, двусмысленности или преувеличения в заявлениях могут ввести в заблуждение;
- в рекламе не допускается некорректное употребление результатов исследований или выдержек из технических и научных публикаций. Не допускается некорректное применение научных терминов; не допускается применения профессионального жаргона и неуместных сведений научного характера, предназначенных для придания заявлениям видимости научной обоснованности, которой они на деле не обладают;
- реклама не должна содержать клевету как прямую, так и косвенную, как путем вызова презрения или высмеивания, так и любым другим подобным способом;
- реклама не должна необоснованно использовать известность и деловую репутацию других фирм, компаний или организаций, а также необоснованно эксплуатировать репутацию (авторитет) известных в обществе людей. Реклама также не должна содержать изображения или ссылки на любые лица, как частные, так и занимающие общественные посты, без получения от них предварительного согласия на это; реклама также не должна без предварительного на то разрешения изображать или ссылаться на собственность любого лица способом, который может создать впечатление о подтверждении этим лицом содержания рекламы;
- реклама не должна содержать изображения или любые описания ситуаций, которые могут побудить к пренебрежению мерами безопасности, агрессивному поведению

и опасным действиям. Особенная осторожность должна проявляться в рекламе, предназначенной для детей и молодежи или изображающей их;

- в рекламе недопустимо необоснованное использование государственных атрибутов и символов, правового статуса и авторитета органов государственной власти, а также должностных лиц, вводящее потребителей в заблуждение относительно реального правового положения коммерческих (негосударственных) организаций и результатов их деятельности, действительных гарантий их надежности.

- реклама не должна содержать изображения шприцев, крови, решеток, а также недопустима демонстрация процессов изготовления и потребления запрещенных на территории РФ средств.

11. Порядок оценки работ

11.1. Основными критериями оценки конкурсных работ профессионалов и непрофессионалов являются:

- соответствие работы заявленной тематике;
- глубина раскрытия содержания;
- грамотность, профессионализм решения, эффективность рекламных, социальных методик и технологий;
- социальная значимость, позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления) конкурсной работы;
- точность и доходчивость языка и стиля изложения;

11.2. Конкурсные работы вне зависимости от номинации оцениваются членами жюри по 10-балльной шкале в соответствии с критериями, указанными в пункте 11.1.

11.3. Среди непрофессионалов в каждой из номинаций Конкурса присуждаются I, II, III места.

Среди профессионалов, которые принимают участие в номинациях «Социальный плакат» и «Социальный видеоролик», будут определены только I места. Победители будут определены по итогам оценок жюри, а также по итогам голосования жителей за понравившуюся работу. Работы для голосования будут размещены на официальном сайте администрации города Благовещенска, на сайте Информационного агентства «Город», а также в социальных сетях отдела по делам молодежи управления по физической культуре, спорту и делам молодежи администрации города Благовещенска.

11.4. Экспертный совет оставляет за собой право особо отметить отдельные работы финалистов без присуждения призового места, а также увеличить или уменьшить количество призовых мест в зависимости от уровня работ, вышедших в финал. Организаторы Конкурса вправе отклонить присланные работы, если они не соответствуют условиям настоящего Положения.

12. Награждение по итогам Конкурса

12.1. По итогам работы жюри по каждой номинации, участники, занявшие призовые места, награждаются дипломами и ценными подарками.

12.2. Все участники Конкурса получают сертификат участника XI городского конкурса социальной рекламы «Отражение — 2017».

12.3. Работы финалистов Конкурса рекомендуются для популяризации социальной тематики города Благовещенска.

Приложение 1
к положению XI городского конкурса
социальной рекламы «Отражение— 2017»

З А Я В К А

**на участие в городском конкурсе социальной рекламы
«Отражение — 2017»**

Сведения об авторе (ах):

1. Фамилия, имя, отчество автора работы или участников творческой группы (при условии участия более одного автора) _____

2. Фамилия, имя, отчество руководителя работы (при наличии) _____

3. Дата рождения (дд.мм.гггг) автора работы или участников творческой группы _____

4. Полное юридическое название места учебы/работы _____

5. Курс/специальность _____
6. Мобильный телефон и E-mail _____

Сведения о конкурсной работе:

1. Название конкурсной работы _____
2. Номинация _____

С условиями Конкурса ознакомлен(ы) и согласен(ны). Как автор(ы), безвозмездно предоставляю(ем) Организатору Конкурса и привлеченным им третьим лицам право размещения конкурсной работы в сети Интернет, опубликования её в теле- и радиопередачах, размещения на наружных информационных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу, в некоммерческих целях, для чего обязуюсь(емся) предоставить Организатору Конкурса свою конкурсную работу без указания автора (соавторов).

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» даю(ем) согласие в течение 15 лет хранить, обрабатывать и использовать мои (наши) вышеперечисленные персональные данные для составления списков участников Конкурса, опубликования списков на сайте, создания и отправки наградных документов Конкурса, рассылки конкурсных материалов, использования в печатных презентационных/методических материалах Конкурса, предоставления в государственные органы власти, для расчета статистики участия в Конкурсе, организации участия в выставках и социальных рекламных кампаниях.

_____/Ф.И.О./

подпись

Дата подачи заявки «___» _____ 2017 г.

Приложение 2
к положению XI городского конкурса
социальной рекламы «Отражение— 2017»

Жюри XI городского конкурса
социальной рекламы «Отражение— 2017»

1. Андреева Наталья Юрьевна, председатель АРДОД «Юный Амурчанин».
2. Кобзарь Валентина Петровна, редактор научно-практического издания «Амурский медицинский журнал», врио председателя Амурской областной организации Союза журналистов России.
3. Павлова Лариса Болеславовна, член Общественной палаты амурской области, представитель Амурской областной общественной детской, молодежной, социальной, благотворительной, информационно-издательской организации «Открытое сердце» (по согласованию).
4. Бернацкая Наталья, заместитель главного редактора телекомпании «Город».
5. Пархунова Надежда Владимировна, ведущая программ на первом областном канале (по согласованию).
6. Безруков Алексей Владимирович, председатель АРО ВОО «Молодая гвардия Единой России».
7. Сержанин Дмитрий Вячеславович, директор газеты «Телепорт».