

ПОЛОЖЕННЯ

про міський конкурс соціальної реклами

«Збережемо майбутнє молоді!»

1. Загальні положення

1.1. Міський конкурс соціальної реклами «Збережемо майбутнє молоді!» проводиться департаментом спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради в рамках реалізації Програми фінансування заходів з питань сім'ї та молоді на 2020 рік, затвердженої рішенням міської ради від 19.12.2018 № 50 (зі змінами та доповненнями).

1.2. Управління по роботі з молоддю та сім'єю департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради (далі - управління):

- здійснює збір заявок на участь у конкурсі;
- формує календарний план (програму) проведення конкурсу;
- формує порядок проведення фінальних процедур конкурсу;
- організовує підведення підсумків, нагородження учасників та переможців конкурсу

2. Мета та завдання конкурсу

2.1. Головна мета конкурсу соціальної реклами – формування активної життєвої позиції молоді міста, популяризація волонтерської діяльності, пропагування здорового способу життя і профілактика негативних проявів у дитячому та молодіжному середовищі (ВІЛ/СНІДу, наркоманії, алкоголізму, тютюнопаління, насилля) шляхом створення та розповсюдження соціальної реклами.

2.2. Мета конкурсу – створення соціальної реклами, спрямованої на:

- формування навичок здорового способу життя у дитячому та молодіжному середовищі;
- залучення молоді до суспільного, соціально-економічного і культурного життя міста;
- формування і просування конструктивних моделей поведінки, зокрема, розвиток і популяризація в молодіжному середовищі ідей толерантності і гуманізму, волонтерської діяльності;
- виявлення найкращих зразків соціально-рекламної продукції, розробленої молоддю м. Запоріжжя.

2.3. Основні завдання конкурсу:

- об'єднання зусиль органів місцевого самоврядування, навчальних закладів та громадськості з метою формування активної життєвої позиції

молодих громадян міста, популяризація серед молоді соціальної відповідальності, волонтерської діяльності;

- створення та поширення плакатів, буклетів, роликів соціального спрямування.

3. Тематика конкурсних робіт

- «Молодь - ЗА здоровий спосіб життя!»;
- «Скажи «НІ» шкідливим звичкам та залежностям!»;
- «Стоп - наркотик»;
- «СНІД – збережи життя!»;
- «Стоп - насильство»;
- «Я – волонтер»;
- «НІ» – торгівлі людьми!»;
- «Скажи «СТОП» торговцям людьми»;
- «Гендерна рівність – запорука соціальної справедливості»;
- «Ми різні, але ми рівні»;
- «Відповідальність починається з мене».

4. Формат конкурсних робіт

Конкурсні роботи мають бути представлені у наступних форматах:

- відеоролик;
- плакат;
- буклет.

5. Учасники конкурсу

Учасниками конкурсу можуть бути як фізичні особи (окремі автори, авторські колективи), так і юридичні особи (дизайнерські студії, рекламні агентства, поліграфічні фірми та ін.).

Участь в конкурсі є безкоштовним.

6. Умови участі у конкурсі

6.1. Для участі в конкурсі у термін до 17 жовтня 2020 року необхідно заповнити форму реєстрації за посиланням: <https://forms.gle/zx7sAs8NQmfzxQQF6>.

Конкурсні роботи повинні бути завантажені на файлообмінник.

7. Вимоги до оформлення конкурсних робіт

7.1 Вимоги до конкурсних робіт:

- мова викладення матеріалу на зразках реклами – українська;

- буклети та плакати надаються у вигляді двох файлів: перший файл – формат А-4, jpg, розширення не менш 300 dpi; другий файл для друку – tif/eps/ai (розширення не менш 1200dpi);

- відеоролик надається у форматі AVI (хронометраж не більше 60 секунд), кожен ролик подається окремо з текстовим описом сценарію; на початку відеоролику повинна бути вказана наступна інформація: назва конкурсної роботи, дані про автора (ПІБ) тощо.

7.2. Представляючи роботу на конкурс, учасник повинен враховувати наявність в роботі необхідних умов ефективної реклами:

- робота повинна носити позитивний, життєстверджуючий характер;
- робота, її зміст, сюжет, дія сценічних осіб і персонажів не повинні суперечити Закону України «Про рекламу»;
- текст реклами має бути стислим, лаконічним та оригінальним;
- наявність в рекламі емоційного забарвлення, носіями якого є колір, світло, шрифт, малюнок, графічні елементи тощо;
- відсутність в рекламі відомостей, що не відповідають дійсності (недостовірних відомостей).

7.3. Конкурсні роботи не повинні містити:

- імен авторів, вказівки адрес і телефонів, інформації про спонсорів, імен політичних діячів та лідерів, імен духовних вчителів і релігійних рухів, у тому числі релігійної символіки, назв та згадок (логотипів, брендів) товарної реклами, будь-яких форм згадок політичних партій, політичних гасел, висловлювань, що несуть антидержавний та антиконституційний зміст;
- зображень: інтимних сцен, насилля, дискримінації, вандалізму, що відображають тілесні страждання людей і тварин;
- текстів, сцен, звукових ефектів, які вказують на відчуття і переживання страху, стресу або агонії; інформації в будь-якій формі, що принижує гідність людини.

Категорично забороняється використовувати чужі тексти чи ідеї дизайну (повністю або частково).

У разі недотримання цих умов робота відхиляється від подальшої участі в Конкурсі.

8. Оцінка конкурсних робіт і визначення переможців конкурсу

8.1. Оцінка конкурсних робіт і визначення переможців проводиться Комісією з визначення переможців (далі – Комісія). Склад Комісії затверджується наказом департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради.

8.2. Комісія оцінює конкурсні роботи за наступними критеріями:

- відповідність темі;
- ефективність використання рекламних, соціальних методик і технологій;
- соціальна значимість, позитивність і креативність (новизна ідеї, оригінальність, гнучкість мислення) конкурсної роботи.

9. Підбиття підсумків конкурсу і нагородження переможців

9.1. На підставі розгляду наданих матеріалів, комісією визначаються переможці міського конкурсу.

9.2. Переможці та учасники конкурсу нагороджуються подарунками та дипломами.

9.3. Підсумки конкурсу оприлюднюються у місцевих засобах масової інформації і розміщуються на офіційному сайті Запорізької міської ради.

9.4. Кращі зразки соціальної реклами використовуються для виготовлення та розміщення у навчальних закладах та на рекламних площинах міста.

10. Інші умови

10.1. Подані на конкурс роботи поверненню не підлягають та не рецензуються.

10.2. Організатори конкурсу залишають за собою право використовувати конкурсні роботи в некомерційних цілях і без грошової винагороди з метою:

- створення на базі конкурсних робіт електронного каталогу;
- розповсюдження соціальної рекламної продукції в загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах міста;
- розміщення творчих робіт в методичних і інформаційних виданнях, трансляції по телебаченню, на радіостанціях;
- для розміщення на зовнішніх рекламних носіях і в мережі Інтернет з метою просування соціальної реклами.