

## **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 2021 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» торгівцям 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 22 листопада 2021 року необхідно заповнити форму реєстрації за посиланням: <https://forms.gle/JDZaJ7Rick8pZSnj9>.

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.