


_____ А.Л. Усенко

**Положение
о региональном конкурсе социальной рекламы
«Оглянись!»**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о региональном конкурсе социальной рекламы «Оглянись!» (далее - Положение) регламентирует порядок проведения регионального конкурса социальной рекламы (далее - Конкурс), требования к участникам и работам Конкурса, порядок их предоставления на Конкурс, сроки проведения Конкурса.

2. Цели и задачи Конкурса

2.1. Цели:

- повышение качества социальной рекламы Кировской области;
- предоставление возможности каждому желающему, используя современные рекламные средства, отразить существующие проблемы и их актуальность, а также обсудить эти проблемы в рамках различных мероприятий на объединенной площадке Конкурса;
- выявление лучших достижений в разработке и производстве рекламной продукции социального и просветительского назначения;
- раскрытие творческого потенциала населения для создания и продвижения эффективной социальной рекламы.

2.2. Задачи:

- привлечение общественного внимания к значимым социальным проблемам;
- содействие развитию социальной активности населения Кировской области;
- содействие формированию у общества активной гражданской социально ответственной позиции;
- популяризации инновационной модели социального поведения;
- консолидация сил заинтересованных в цивилизованном и эффективном развитии социальной рекламы;
- поддержка творческих и интересных идей в сфере создания и продвижения социальной рекламы в Кировской области;
- предоставление возможности для обмена опытом создателям и заказчикам социальной рекламы;
- определение наиболее эффективного механизма производства и размещения социальной рекламы;
- выработка общих критериев и направлений для дальнейшего развития сферы социальной рекламы как важного инструмента создания благоприятного социально-психологического климата в обществе;
- формирование информационного банка рекламных материалов социальной направленности;
- популяризация создания социальной рекламы посредством размещения работ победителей Конкурса в образовательных учреждениях, в средствах массовой информации Кировской области, а также при проведении социальных информационных кампаний предприятий, учреждений, организаций.

3. Организаторы Конкурса

Организаторами Конкурса являются:

- «Общественная палата Кировской области»;
- департамент по вопросам внутренней и информационной политики Кировской области;
- управление по делам молодежи, физической культуре и спорту администрации г. Кирова;
- МКУ «Городская реклама»;
- ФГБОУ ВПО «Вятский государственный гуманитарный университет»;

- КОГУУ «Областной дворец молодежи»;
- НОУ «УДМЦ (Институт бизнеса)»;
- компания «Maxima Маркетинговые Коммуникации»;
- компания «Soundtrade».

4. Оргкомитет Конкурса

4.1. Организацию и проведение Конкурса осуществляет организационный комитет Конкурса (далее – Оргкомитет). Состав Оргкомитета формируется из числа представителей организаторов Конкурса.

4.2. Оргкомитет определяет порядок и время проведения этапов Конкурса, утверждает программу мероприятий, состав жюри.

5. Условия участия в Конкурсе

5.1. Участие в конкурсной программе является бесплатным. Участвовать могут отдельные авторы и творческие коллективы, физические и юридические лица. Участники имеют право подать неограниченное количество работ, в соответствии с требованиями, указанные в разделах 5 и 6 и Приложении 1.

5.2. Подать заявку для участия в Конкурсе можно в электронном или бумажном виде с приложением компакт-диска.

5.2.1. Пакет документов в бумажном виде с приложением диска направляется в адрес Оргкомитета Конкурса в запечатанных конвертах с пометкой «На конкурс социальной рекламы» по адресу: 610000 г. Киров, ул. Дерендяева, д. 23, каб.222 Общественная палата Кировской области. Работы принимаются по будням, с 8.30 до 17.30 с перерывом на обед с 12.00 до 12. 48, по пятницам работы принимаются до 16.30, или пакет документов в электронном виде подается на адрес электронной почты орко43@орко43.ru.

В пакет документов для участия в Конкурсе, направляемый в адрес оргкомитета входят в обязательном порядке:

1. Заявка установленного образца – оригинал, с подписью автора (или группы авторов), заполненная на русском языке (приложение №1) в формате: текстовый редактор Word for Windows версии 2003 года с использованием шрифтов Times New Roman № 14 через 1,0 интервал.
2. Диск с записью:
 - заявки участника в электронном виде (в формате .doc);
 - фотографии автора (коллектива авторов) (цветная, неофициальная, портретная; с расширением не менее 300 dpi в формате JPEG/TIFF);
 - конкурсная работа, соответствующая требованиям, установленным в разделе 6.

5.3. Работа, подаваемая на Конкурс не должна противоречить законодательству Российской Федерации.

6. Технические требования к оформлению работы

6.1. Работы должны быть представлены в следующей форме:

Социальная наружная реклама – работы принимаются на листе формата А3, выполненные в компьютерном графическом редакторе (распечатанный проект эскиза, в цветном или чёрно-белом исполнении), а также компьютерный вариант на электронном носителе (в формате программ Corel Draw, Adobe Photoshop), который может быть использован в качестве наружной рекламы: рекламные щиты, роспись наружных стен зданий и сооружений, социальный плакат и другой полиграфической продукции;

Социальный видеоролик – работы принимаются на DVD или или Flash-носителе, в форматах mpeg 2, avi, mpeg 4. Хронометраж - не более 30 секунд. DVD или Flash-носитель должны быть подписаны (фамилии авторов, название работы и тема). В начале видеоролика должна быть указана следующая информация: название Конкурса, тема, по которой представлена данная работа, название конкурсной работы;

Социальный аудиоролик - работы принимаются студийного качества на CD или Flash-носителе в форматах wav, mp3, частота не менее 44100 Гц, битрейт не менее 256 Кбит/с.

Хронометраж - не более 30 сек. CD или Flash-носитель должны быть подписаны (фамилии авторов, название работы и тема). В начале аудиоролика должна быть указана следующая информация: название Конкурса, тема, по которой представлена данная работа, название конкурсной работы;

Социальная интернет-реклама - (баннер, флеш-анимация, вирусный ролик, ивент-мероприятия в интернете, популярные паблики (группы, страницы) в социальных сетях, узкоспециализированные сайты) - работы принимаются на CD/DVD или Flash-носителе, в форматах gif, jpeg, avi, tif, mpeg. Для сайта или паблика - это текстовый файл в электронной форме в формате WORD или RTF. В него входят разделы: титульный лист, содержание, введение, цели и задачи, краткое изложение концепции, активная гиперссылка. Объем текста 8-10 страниц. Формат текста: редактор – MS Word 6.0, 7.0; шрифт – 12 кегль, гарнитура: Times New Roman; межстрочный интервал – полуторный; поля – 2 см. со всех сторон; отступ 1,25 см.

Технические форматы (gif, jpeg, avi, tif, mpeg) работы в номинации интернет-реклама должны быть удобны для размещения на любых сайтах.

Проект социальной рекламной кампании (спортивная, культурная, просветительская, развлекательная; флешмоб. Инновационное предложение, основанное на организации специальных мероприятий, направленное на решение социальных проблем общества) - работы принимаются на CD или Flash-носителе, текстовый файл в формате WORD или RTF (файл обозначается фамилией автора). В него входят разделы: титульный лист, содержание, введение, цели и задачи, краткое изложение концепции разработанной кампании, сроки проведения, примерный бюджет. Объем текста 8-10 страниц. Формат текста: редактор – MS Word 6.0, 7.0; шрифт – 12 кегль, гарнитура: Times New Roman; межстрочный интервал – полуторный; поля – 2 см. со всех сторон; отступ 1,25 см.

6.2. Работы, поданные в формате презентации (Microsoft PowerPoint), не принимаются.

6.3. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не принимаются.

6.4. Пакет документов должен быть полным, в ином случае заявка не принимается.

6.5. Предоставляемая на Конкурс работа должна отвечать следующим требованиям при создании социальной рекламы:

- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы, интонация и т.п.;
- наличие в работе минимально необходимых условий эффективной рекламы;
- лаконичность и изобразительность приёмов, оригинальность, новизна графического решения, единство стиля;
- культура словесного и визуального сообщения;
- доступность понимания и восприятия основной идеи работы;
- благоприятное влияние рекламы на формирование общественных ценностей.

6.6. В работах, представляемых на Конкурс, не должно быть:

- имен авторов, указания адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, упоминания имен политических деятелей и лидеров, партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;
- вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, интимных сцен, информации в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей;
- категорически запрещается использовать чужие тексты или идеи дизайна (полностью или частично). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в Конкурсе;
- сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

6.7. К участию в Конкурсе допускаются поданные в срок работы, содержание которых соответствует утвержденным номинациям и темам Конкурса в соответствии с настоящим Положением.

6.8. Конкурсные работы, не соответствующие разделам 5-6 настоящего Положения, к участию в Конкурсе не допускаются.

7. Сроки и порядок проведения Конкурса

7.1. С 1 сентября 2014 года – рекламная кампания Конкурса.

7.2. С 15 сентября по 1 ноября 2014 года – прием работ.

7.3. С 1 ноября по 20 ноября 2014 года – оценка конкурсных работ, заседание жюри, определение победителей.

7.4. 20-22 ноября 2014 года – объявление победителей в рамках Гражданского форума, экспозиция победителей.

7.5. Конкурсные работы, поданные после окончания срока приема, не рассматриваются и к участию в Конкурсе не допускаются.

8. Номинации и темы Конкурса

8.1. Номинации Конкурса:

- социальная наружная реклама;
- социальный видеоролик;
- социальный аудиоролик;
- социальная интернет-реклама;
- проект социальной рекламной кампании.

8.2. В каждой номинации Конкурса определен перечень тем на выбор участника. Конкурс проводится по следующим темам:

«Мы - россияне»:

- патриотическое воспитание;
- формирование образа России как многонациональной страны, объединенной гражданским единством;
- любовь к родному языку, сохранение культуры языка через чтение и общение;
- профориентация молодежи;

«Здоровый образ жизни»:

- пропаганда здорового образа жизни, а также повышение роли физической культуры и спорта;
- борьба с наркоманией, алкоголизмом, курением и другими негативными социальными проявлениями;

«Моя семья - мое богатство»:

- пропаганда создания здоровой семьи и преемственности поколений;
- поддержка материнства и профилактика абортов;
- привлечение внимания к проблеме жестокого обращения с детьми;
- привлечение внимания к проблеме алиментов;

«Наша культура»:

- поддержка интереса к вятскому культурному наследию;
- популяризация бережного отношения к памятникам истории и культуры;
- воспитание толерантности и веротерпимости;
- любимый город;

«Дорогой добрых дел»:

- привлечение внимания гражданского общества к вопросам профилактики социального сиротства, пропаганда семейных форм устройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;
- формирование толерантного отношения к людям с ограниченными возможностями;
- помощь детям-инвалидам;
- волонтерство, продвижение волонтерства, в том числе забота о ветеранах и пенсионерах;
- пропаганда безвозмездного донорства;

«Безопасность жизни»:

- пропаганда соблюдения правил дорожного движения и повышение безопасности на дорогах;
- защита жизни и здоровья граждан, окружающей среды и имущества от пожаров и чрезвычайных ситуаций, правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций;
- антитеррористическая защищенность и меры по противодействию преступлениям террористической направленности;

«Береги природу»:

- сохранение природы и защита окружающей среды;
- популяризация экологических знаний и культуры, повышение экологической активности;

- культура отдыха на природе;
- «Предпринимательство на Вятке»
- право на бизнес (мотивация молодежи к предпринимательской деятельности);
- я - предприниматель (презентация опыта предпринимательской деятельности);
- не стой на месте - развивайся (расширение своих возможностей в бизнесе);
- ценность предпринимательского дела (социально - ответственная роль предпринимателя: новые рабочие места, благотворительная деятельность, развитие экономики страны);
- образ предпринимателя;
- «Свободная тема».

9. Порядок определения победителей Конкурса

- 9.1.** Специалист Аппарата принимает и регистрирует заявки с прилагаемыми материалами в день поступления.
- 9.2.** Каждой заявке, присваивается код участника.
- 9.3.** При несоответствии заявки и прилагаемых материалов требованиям, предусмотренным в разделах 5 и 6 настоящего Положения, участнику в течение трех рабочих дней направляется уведомление о недопуске к участию в Конкурсе с обоснованием принятого решения.
- 9.4.** Не позднее дня, следующего за днем окончания срока подачи заявок, заявки с прилагаемыми материалами передаются жюри для рассмотрения.
- 9.5.** Оценка работ осуществляется жюри.
- 9.6.** Жюри принимает решения коллегиально. Результаты оценки оформляются протоколом.
- 9.7.** Победители определяются по номинациям.
- 9.8.** Результаты оценки до церемонии награждения победителей не оглашаются.
- 9.9.** Каждая конкурсная работа оценивается по следующим критериям по 5-балльной системе:
- соответствие работы заданной тематике Конкурса (от 1 до 5 баллов);
 - качество исполнения конкурсной работы (от 1 до 5 баллов);
 - информативность конкурсной работы (от 1 до 5 баллов);
 - социальная значимость и креативность (оригинальность идеи, новизна, гибкость мышления) (от 1 до 5 баллов);
 - простота восприятия и общее эстетическое впечатление (от 1 до 5 баллов).
- 9.10.** Параллельно с оценкой жюри проходит интернет-голосование за работы, которое начинается после окончания приема конкурсных работ и проходит в группе Общественной палаты Кировской области (далее-ОПКО) на vk.com.
- 9.11.** В интернет-голосовании может принимать участие любой посетитель группы ОПКО на vk.com. Голосовать за одну и ту же работу можно только один раз в день с одного IP-адреса. Количество работ, за которые голосует посетитель, не ограничено.
- 9.12.** Организационный комитет Конкурса оставляет за собой право удалять все накрученные голоса и исключать из Конкурса участников, использующих накрутку. Накрутка голосов - это методы позволяющие проголосовать за одну работу с одного компьютера чаще, чем это предусмотрено п. 8.8 Положения.
- 9.13.** Победителями Конкурса по номинациям признаются участники конкурса, набравшие максимальное количество баллов по итогам оценки жюри и по итогам количества голосов по результатам интернет-голосования.
- 9.14.** Итоги Конкурса размещаются на сайте <http://opko43.ru>

10. Награждение

- 10.1.** В каждой номинации Конкурса определяются три победителя (I, II, III место). Победителям вручаются дипломы и ценные призы.
- 10.2.** В случае, если призовое место получила работа, выполненная коллективом авторов, соответствующая награда распределяется участниками коллектива по своему усмотрению.
- 10.3.** Дополнительно определяются победители в интернет-голосовании (I,II,III место).
- 10.4.** Оргкомитет вправе учреждать дополнительные призы для поощрения участников.

11. Использование конкурсных работ

11.1. Работы победителей получают организационную, информационную поддержку и могут быть использованы в целях:

- размещения в региональных СМИ, в сети Интернет;
- проведения социальных информационных кампаний ведомств и общественных организаций, поддержавших проведение Конкурса;
- размещения на официальном сайте <http://opko43.ru>
- использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях.
- распространения социальной рекламной продукции в учреждениях общего и профессионального образования;
- использования работ при информационном сопровождении последующих Конкурсов;
- при проведении общественно-значимых мероприятий на территории Кировской области.

11.2. Организаторы Конкурса оставляют за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях и без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов).

11.3. Работы победителей размещаются в средствах массовой информации, сети Интернет и на средствах наружной рекламы с обязательным указанием фамилии авторов и наименования организации.

12. Контактная информация

Адрес: КОГКУ «Аппарат Общественной палаты Кировской области», 610000 г. Киров, ул. Дерендяева, 23, каб.222

Телефон: (8332) 708-704, e-mail: opko43@opko43.ru, сайт: www.opko43.ru.

ЗАЯВКА

на участие в региональном конкурсе социальной рекламы «Оглянись!» - 2014г.

Код участника (заполняется организаторами)	
Сведения об авторе:	
1. Фамилия, имя, отчество (полностью)	
2. Дата рождения (дд. Мм. Гггг)	
3. Номер основного документа, удостоверяющего личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе	
4. ИНН	
5. Домашний адрес (индекс, республика / край / область, город / село / н.п., улица, № дома / квартиры)	
6. Полное юридическое название места учебы/работы	
7. Курс / специальность	
8. Телефон домашний (федеральный код – номер абонента)	
9. Телефон мобильный (федеральный код – номер абонента)	
10. Email	
Сведения о конкурсной работе:	
1. Название конкурсной работы	
2. Номинация	
3. Тема	
Пояснение (аннотация) к работе (о смысле, обстоятельствах создания, о выборе темы и концепции работы)	
Откуда Вы узнали о конкурсе (возможно несколько вариантов ответа):	
<ul style="list-style-type: none"> - от друзей/ знакомых - уже участвовал (а) в конкурсе ранее - из рассылки по email - прочитал (а) в соц.сети ВКонтакте - прочитал (а) в твиттере - видел (а) плакаты конкурса - от регионального оргкомитета - другое (указать) _____ 	

С условиями Конкурса ознакомлен и согласен. Как автор, не возражаю против размещения моей конкурсной работы на безвозмездной основе в региональных СМИ, сети Интернет, на наружных рекламных носителях на территории Кировской области, использования ее для проведения социальных информационных кампаний ведомств и общественных организаций, поддержавших проведение Конкурса, для размещения на официальном сайте <http://орко43.ru>, для использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях, для распространения социальной рекламной продукции в учреждениях общего и профессионального образования, для использования работ при информационном сопровождении последующих Конкурсов, для проведения общественно-значимых мероприятий на территории Кировской области, в некоммерческих целях.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» даю согласие «Общественной палате Кировской области» в течение 5 лет использовать мои 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.

Подпись _____

Дата подачи заявки « ____ » _____ 201_ г.

ВНИМАНИЕ! ЗАЯВКУ ЗАПОЛНЯТЬ РАЗБОРЧИВО.

НА КАЖДУЮ РАБОТУ ЗАПОЛНЯЕТСЯ ОТДЕЛЬНАЯ ЗАЯВКА И ЗАПИСЫВАЕТСЯ ОТДЕЛЬНЫЙ ДИСК. НА ОДИН НОСИТЕЛЬ МОЖНО ЗАПИСАТЬ ТОЛЬКО ОДНУ КОНКУРСНУЮ РАБОТУ. В САМОЙ КОНКУРСНОЙ РАБОТЕ НЕ ДОЛЖНО СОДЕРЖАТЬСЯ СВЕДЕНИЙ ОБ АВТОРАХ. ЭЛЕКТРОННЫЙ НОСИТЕЛЬ ДОЛЖЕН БЫТЬ ПОДПИСАН (АВТОР, НАЗВАНИЕ РАБОТЫ, НОМИНАЦИЯ, ТЕМА, ГОД). КАЖДЫЙ РОЛИК ДОЛЖЕН БЫТЬ ЗАПИСАН ОТДЕЛЬНЫМ ФАЙЛОМ, БЛОКИ НЕ ПРИНИМАЮТСЯ.