**Положение**

**о проведении городского конкурса социальной рекламы**

**«Простые правила» в 2016 году**

1. Общие положения

1.1. Конкурс социальной рекламы (далее – конкурс) проводится в городе Сургуте в целях популяризации деятельности в области социальной рекламы.

1.2. Организаторы конкурса: координационный совет по социальной рекламе, Администрация города. К организации конкурса могут привлекаться спонсоры и информационные партнеры.

1.3. В конкурсе могут принимать участие средства массовой информации, рекламные и дизайнерские организации, общественные организации, творческие группы, отдельные авторы.

1.4. Участие в конкурсе осуществляется на бесплатной основе. Участникам не компенсируются затраты на изготовление и представление конкурсных материалов.

1.5. Задачи конкурса:

– привлечение рекламных агентств, редакций средств массовой инфор-мации, общественных организаций, творческих групп, а также отдельных авторов к деятельности в области социальной рекламы;

– создание образцов социальной рекламы в различных средствах массовых коммуникаций для последующего использования в городских акциях социальной рекламы;

– привлечение внимания общественности города, средств массовой информации, государственных, муниципальных и частных организаций к наиболее актуальным городским социальным проблемам.

1.6. Под понятием «социальная реклама» организаторы конкурса рассматривают информацию, представленную в лаконичной, выразительной и понятной форме, направленную на привлечение внимания к социальным, экологическим, нравственным проблемам, содействие духовно-просветительской, благотворительной и иной деятельности на благо общества и основывающуюся на общепризнанных нормах этики и морали. Социальная реклама не должна носить коммерческого, политического и дискриминационного характера. Социальная реклама предлагает решение определенной социальной проблемы.

2. Номинации конкурса, виды работ, категория участия

2.1. Работы подаются в одной из трех категорий: «Профессионалы», «Любители», «Школьники».

**«Профессионалы»** – категория участников конкурса, представленная опытными специалистами, которые на постоянной оплачиваемой основе занимаются разработкой рекламных и PR-концепций, дизайном рекламных макетов, производством рекламных аудио-, видеороликов, иных форм рекламы.

**«Любители»** – категория участников конкурса, представленная людьми, которые вне зависимости от сферы профессиональной деятельности занимаются разработкой рекламных и PR-концепций, дизайном рекламных макетов, производством рекламных аудио-, видеороликов, иных форм рекламы в качестве хобби, а не на профессиональной оплачиваемой основе.

**«Школьники»** – категория участников конкурса, представленная учащимися начальных и средних образовательных учреждений в возрасте от 7 до 17 лет.

2.2. Работы, представленные на конкурс, должны отражать проблемы городского сообщества и показывать пути их решения.

2.3. В категории «Профессионалы» работы представляются по трем номинациям:

2.3.1. «Социальный плакат».

2.3.2. «Социальный видеоролик».

2.3.3. «Социальный аудиоролик».

2.4. В категориях «Любители», «Школьники» работы представляются по двум номинациям:

2.4.1. «Социальный плакат».

2.4.2. «Социальный видеоролик».

2.5. В любой номинации участник конкурса может представить неограниченное количество работ по трем тематическим направлениям в соответствии с техническим заданием согласно приложению 1 к настоящему положению:

**2.5.1. «Сургут – наш дом».**

**2.5.2. «Безопасный город».**

**2.5.3. «Будь здоров!»**

2.6. Работы, поданные на конкурс в формате презентации программы PowerPoint, в форме документа PDF, а также сканированные копии рисунков не рассматриваются.

3. Требования к содержанию и форме подачи конкурсных работ

3.1. К участию в конкурсе принимаются работы, созданные участниками конкурса. Сведения, содержащиеся в представленных на конкурс заявках, должны быть достоверными.

3.2. Представленные работы должны соответствовать статье 10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации.

При обнаружении нарушений требований законодательства представленная работа снимается с участия в конкурсе. Решение о снятии работы с конкурса принимается жюри большинством голосов.

3.3. Конкурсные материалы должны соответствовать требованиям положения о конкурсе по тематике и номинациям и быть представленными в сроки, указанные в пункте 5.1 настоящего положения. В случае нарушения этих требований работы к участию в конкурсе не принимаются.

3.4. При разработке конкурсных материалов необходимо стремиться к понятному, выразительному и оригинальному воплощению замысла, учитывать массовый состав аудитории социальной рекламы, особенности и социокультурные условия города Сургута и Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

3.5. В работах, представляемых на конкурс, не должно содержаться имен авторов, указания адресов, телефонов, информации о спонсорах, религиозной символики (кроме художественных произведений и действий, происходящих в соответствующих культовых помещениях), названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы, любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, изображений интимных сцен, информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной группы людей.

Следует по возможности избегать использования изобразительных штампов с негативными символами (перечеркнутых сигарет, шприцев, бутылок, изображений смерти и других).

3.6. Материалы подаются на конкурс в форме:

3.6.1. Изобразительные материалы (плакаты, баннеры) – фотографий, коллажей, рисунков, компьютерной графики и другое, сопровождающихся лозунгом или иным идейным текстом. Представляются в виде файла в формате JPEG/TIFF с плотностью изображения не менее 300 dpi.

3.6.2. Видеоролики – записанных на электронный носитель видеофайлов в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer. Каждый ролик представляется в виде отдельного файла с указанием названия. Ролик не должен содержать сведений об авторе. Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд.

3.6.3. Аудиоролики – звуковых файлов, которые могут сопровождаться или быть музыкальными произведениями, представляются на DVD или другом электронном носителе в формате, читаемом программой WindowsMediaPlayer, с указанием названия ролика. Каждый ролик представляется в виде отдельного файла с указанием авторства музыкального произведения. Хронометраж аудиороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд.

3.6.4. К представленным на конкурс материалам должна быть приложена заполненная заявка на участие в конкурсе собственника работы согласно приложению 2 к настоящему положению и расписка, подтверждающая согласие со всеми условиями проведения конкурса, с аннотацией об авторстве и источниках использованных в конкурсных работах аудио-, видео- или изобразительных материалов и оригинальной подписью участника согласно приложению 3 к настоящему положению.

4. Критерии оценки конкурсных материалов:

4.1. Убедительность и сила воздействия социальной рекламы на аудиторию.

4.2. Социальная значимость работы.

4.3. Оригинальность идеи и замысла.

4.4. Качество/профессионализм технического исполнения

4.5. Глубина проработки темы.

4.6. Учет целевых аудиторий.

5. Порядок проведения конкурса

5.1. Материалы на конкурс подаются в секретариат конкурсной комиссии по адресу: город Сургут, улица Энгельса, 8, кабинет 113. Электронная почта: press04@admsurgut.ru. Материалы на конкурс в соответствии с разделом 3 настоящего положения принимаются в рабочие дни с 09.00 до 17.00 с 01.12.2015 по **01.04.2016.**

5.2. Персональный состав жюри формируется организаторами из числа экспертов и специалистов в сфере социальной рекламы и дизайна, а также учредителей и партнеров конкурса. Жюри производит оценку работ в соответствии с критериями конкурса на оценочных листах. Определение победителей осуществляется на заседании жюри большинством голосов и оформляется протоколом. При равенстве голосов решающим является голос председателя.

5.3. Победители конкурса определяются жюри по номинациям в каждой категории.

5.4. В категории «Школьники» предварительный отбор работ на конкурс ведется по месту обучения конкурсанта.

5.4. Организаторами и спонсорами могут учреждаться дополнительные призы и премии для поощрения отдельных конкурсантов.

5.5. Организационный комитет и жюри оставляют за собой право не присуждать призовых мест в отдельных номинациях при несоответствии работ требованиям и критериям конкурса, низком качестве представленных работ.

5.6. В случае принятия решения не присуждать победу в той или иной номинации организационный комитет и жюри вправе направить средства призового фонда этой номинации в другие номинации или учредить специальные призы.

5.7. Итоги конкурса подводятся **до 10.06.2016.**

5.8. Итоги конкурса публикуются в средствах массовой информации и на официальном интернет-сайте Администрации города.

5.9. Победители конкурса награждаются в торжественной обстановке дипломами и получают гранты в форме субсидий за счет средств местного бюджета.

6. Права и ответственность организаторов

6.1. Организаторы конкурса имеют право использовать материалы, представленные на конкурс, в некоммерческих целях (репродуцировать конкурсные материалы полностью либо часть произведения для нужд и в целях рекламы конкурса, в методических и информационных изданиях, каталогах, для трансляции по телевидению и радио, размещения в сети интернет).

Работы в форме изобразительных материалов, отобранные жюри с целью репродуцирования, должны быть представлены авторами в электронном виде в файлах графических программ CorelDraw, Photoshop, Adobe Illustrator и других организаторам конкурса.

6.2. Использование материалов конкурса организаторами допускается с указанием авторства работ.

6.3. Внесение изменений в конкурсные материалы, а также использование материалов конкурса вне пределов города Сургута организаторами конкурса допускается по письменному разрешению авторов или правообладателей материалов.

6.4. Организаторы не несут ответственности за:

– нарушение участником прав третьих лиц при создании конкурсных работ;

– невозможность оценки работ участника конкурса по техническим или иным объективным (форс-мажорным) причинам;

– неверно сообщенную участником заявочную информацию (наименование работы, категория конкурса, контактная информация и так далее);

– изменение порядка вручения и объема денежных премий и призов, предоставляемых спонсорами и партнерами конкурса.

7. Контактная информация

7.1. Секретариат конкурса находится по адресу: 628400, Ханты-Мансий-ский автономный округ – Югра, город Сургут, улица Энгельса, 8, кабинет 113 (отдел оперативной информации управления информационной политики Администрации города).

7.2. Секретарь жюри конкурса – главный специалист отдела оперативной информации управления информационной политики Администрации города Шакирова Алина Расиховна, телефон: (3462) 52-20-16, электронная почта: press04@admsurgut.ru.

Приложение 1

к положению о конкурсе

социальной рекламы

«Простые правила» в 2016 году

Техническое задание

городского конкурса социальной рекламы «Простые правила» в 2016 году

1. Номинация «Сургут – наш дом»

Тематические направления работ:

1.1. Сургутяне любят…

1.2. В Сургуте принято…

1.3. Сургут – наш общий дом.

1.4. Сургут в истории России.

1.5. Сургутяне не мусорят.

1.6. Сургутяне умеют дружить.

1.7. Сургутянин – это привилегия и ответственность.

1.8. Сделать социальную рекламу может каждый.

1.9. Сургутяне исправно платят за услуги жилищно-коммунального хозяйства.

Работы должны мотивировать на выполнение задач:

– о Сургуте говорят как о самом чистом и уютном городе в Сибири, России;

– в Сургуте младшее поколение уважает старшее;

– каждый горожанин гордится тем, что живет в Сургуте;

– каждый горожанин знает о правилах поведения в общественных местах Сургута;

– у сургутян всегда хорошее настроение;

– общение между горожанами взаимовежливое.

2. Номинация «Безопасный город»

Тематические направления работ:

2.1. Профилактика пожаров.

2.2. Профилактика чрезвычайных ситуаций на воде.

2.3. Профилактика дорожно-транспортных происшествий.

2.4. Профилактика травматизма на производстве.

2.5. Профилактика преступлений в области коррупции (экономическая безопасность).

2.6. Антитеррористическая защищенность.

Работы должны мотивировать на выполнение задач:

– горожане соблюдают правила пожарной безопасности дома и на даче;

– горожане помнят о последствиях купания в водоемах в состоянии алкогольного опьянения;

– на дороге сургутяне соблюдают скоростной режим, пропускают пешеходов, являются вежливыми водителями;

– работодатели заботятся о безопасности сотрудников на рабочих местах;

– сургутяне знают о последствиях получения/дачи взятки;

– сургутяне бдительны в общественных местах, обращают внимание на подозрительные предметы.

3. Номинация «Будь здоров!»

Тематические направления работ:

3.1. Популяризация занятий различными видами спорта.

3.2. Популяризация ведения здорового образа жизни, отказа от вредных привычек.

Работы должны мотивировать на выполнение задачи: сургутяне ведут здоровый образ жизни, любят посещать спортивные учреждения, проводят свободное время активно.

Приложение 2

к положению о конкурсе

социальной рекламы

«Простые правила» в 2016 году

Заявка\*

на участие в конкурсе социальной рекламы «Простые правила» в 2016 году

1. Автор/творческая группа: Ф.И.О. автора, руководителя и участников творческой группы, название организации: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Номинация: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Конкурсные материалы (наименование и описание каждой из представленных работ с указанием названий файлов): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Адрес, электронная почта, контактные телефоны: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Фамилия и инициалы автора (руководителя): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись

6. Дата

Примечание: \*к заявке должны быть приложены:

– в случае если в качестве участника выступает юридическое лицо: карточка предприятия;

– в случае если в качестве участника выступает физическое лицо (автор, авторский коллектив): копия паспорта автора (представителя авторского коллектива) с данными о регистрации по месту жительства, копия ИНН автора (представителя авторского коллектива), согласие на обработку персональных данных автора (представителя авторского коллектива), копия СНИЛС автора (представителя авторского коллектива), банковские реквизиты.

Приложение 3

к положению о конкурсе

социальной рекламы

«Простые правила» в 2016 году

Расписка

участника конкурса социальной рекламы «Простые правила»

Я, (Ф.И.О. участника, руководителя организации) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ участвую в конкурсе в категории «Профессионалы»/«Любители»/«Школьники» (нужное подчеркнуть) и выражаю согласие с использованием организаторами конкурса представленных мной на конкурс материалов:

1. (название и описание материалов)

2.

3.

в некоммерческих целях (для нужд и в целях рекламы конкурса, в методических информационных изданиях, каталогах, для трансляции в качестве социальной рекламы по телевидению и радио, размещения в сети Интернет полностью либо части произведения).

Использование материалов конкурса организаторами допускается с указанием авторства работ там, где это возможно.

Ф.И.О. автора (руководителя организации) подпись

Дата:

**Состав**

**жюри конкурса социальной рекламы «Простые правила» в 2016 году**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шибаева  Людмила Васильевна | – | профессор государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Сургутский государственный педагогический университет», председатель жюри (по согласованию) |
| Швидкая  Екатерина Анатольевна | – | начальник управления  информационной политики,  заместитель председателя жюри |
| Шакирова  Алина Расиховна | – | главный специалист отдела  оперативной информации управления информационной политики, секретарь жюри |
| члены жюри: |  |  |
| Иванова  Ольга Юрьевна | – | заместитель директора департамента образования |
| Шалкевич  Инга Валерьевна | – | председатель комитета молодёжной политики департамента культуры, молодёжной политики и спорта |
| Антропов  Андрей Вениаминович | – | начальник отдела печати управления информационной политики |
| Бердяева  Анна Ивановна | – | начальник отдела художественного оформления города и координации  рекламной деятельности департамента архитектуры  и градостроительства |
| Бебех  Владимир Анатольевич | – | директор общества с ограниченной ответственностью «Астра Медиа» (по согласованию) |
| Вирачев  Евгений Александрович | – | генеральный директор общества  с ограниченной ответственностью «Имидж центр «Нашихаура»  (по согласованию) |
| Петренко  Ярослав Александрович | – | креативный директор закрытого акционерного общества «Телекомпания «СургутИнформТВ»  (по согласованию) |
| Катаев  Евгений Евгеньевич | – | начальник рекламного отдела  закрытого акционерного общества «Телерадиокомпания «Сургутинтерновости»  (по согласованию) |
| Филиппов  Евгений Юрьевич | – | и.о. председателя Ассоциации рекламных агентств города Сургута  (по согласованию) |
| Шевкунов  Александр Николаевич | – | заведующий кафедрой режиссуры  государственного образовательного  учреждения высшего профессионального образования Сургутский государственный университет (по согласованию) |