

## **ПОЛОЖЕНИЕ**

### **о проведении второго областного конкурса социальной рекламы «Мир без страха»**

#### **1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение регламентирует статус и порядок проведения областного конкурса социальной рекламы «**Мир без страха**» (далее – Конкурс), требования к участникам и работам, порядок их предоставления, сроки проведения Конкурса и действует до завершения конкурсных мероприятий.

1.2. Организаторами Конкурса выступают: автономная некоммерческая организация «Агентство социальных проектов и молодежных инициатив», автономная некоммерческая организация «Центр культурно-религиоведческих исследований, социально-политических технологий и образовательных программ», муниципальное казенное учреждение «Центр народного единства» Администрации г. Челябинска.

1.3. Конкурс проводится при поддержке:

1.3.1. Министерства образования и науки Челябинской области;

1.3.2. ГБУ ДПО «Челябинский институт развития профессионального образования»;

1.3.3. Федерального агентства по делам молодежи – Росмолодежь;

1.3.4. Других партнеров (по согласованию).

1.4. Под термином «социальная (некоммерческая) реклама» понимается информация, направленная на решение острых социальных проблем, наиболее волнующих молодежь, достижение благотворительных и иных общественно полезных целей.

#### **2. Цели и задачи Конкурса**

2.1. Конкурс проводится в целях создания условий и медиаинструментов решения социальных проблем, а также патриотического воспитания молодежи через создание социальной рекламы, направленной на:

- профилактику правонарушений, преступлений, совершаемых несовершеннолетними;

- профилактику наркотизации молодежи, вовлечения детей в распространение наркотических средств;

- профилактику деятельности молодежных объединений, Интернет-сообществ антиобщественной направленности (пропаганда противоправного поведения, криминального образа жизни), террористических, экстремистских организаций и иных негативных проявлений в обществе;

- профилактику суицидального поведения (формирование позитивного отношения к жизни, важность и ценность внимания к близким, исключение равнодушия);

- развитию навыков медийно-информационной грамотности и кибербезопасности.

2.2. Задачи Конкурса:

- совершенствование форм и методов работы по профилактике вовлечения молодежи в экстремистские организации и деструктивные движения (пропаганда суицидального поведения, распространение и употребление наркотиков и других форм девиантного поведения подростков);

- повышение цифровой компетентности молодежи;

- популяризация социальной рекламы среди молодежи посредством размещения работ участников Конкурса в образовательных учреждениях, городских и региональных средствах массовой информации, местах массового скопления граждан, общественном транспорте, а также при проведении социальных информационных кампаний министерств и ведомств, поддержавших проведение Конкурса;

- повышение навыков медиабезопасности, критического мышления у обучающихся образовательных организаций Челябинской области;

- развитие навыков целенаправленного поиска, анализа, систематизации и визуализации информации.

### **3. Условия участия в Конкурсе**

3.1. В Конкурсе имеют право принимать участие граждане (отдельные авторы и авторские коллективы до 3-х человек) в возрасте от 14 до 30 лет, предоставившие все документы в соответствии с условиями Конкурса.

3.2. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал на остросоциальную тему по одной или нескольким из установленных организаторами Конкурса номинациям и темам, отвечающим целям и задачам Конкурса.

3.3. К каждой конкурсной работе должна быть приложена заполненная заявка установленного образца (приложение № 1 к Положению о Конкурсе) и цветная, неофициальная, портретная фотография автора в электронном виде. Заявка и фотография являются необходимыми условиями для участия в Конкурсе.

3.4. Все документы предоставляются участниками Конкурса в Организационный комитет в электронном виде с пометкой «Конкурс социальной рекламы «Мир без страха» в формате: текстовый редактор «Word» с использованием шрифтов «Times New Roman» № 14 через 1,5 интервал.

3.5. Участие в Конкурсе осуществляется на безвозмездной основе.

3.6. Конкурс проводится в номинациях:

- социальный плакат;

- сценарий социального видеоролика;

- социальный видеоролик

- инфографика<sup>1</sup>.

3.7. Технические требования к работам:

---

<sup>1</sup> Инфографика — это визуализация данных или идей, целью которой является донесение сложной информации до аудитории быстрым и понятным образом. Чтобы достичь этой цели, в инфографике используют: изображения, графики, диаграммы, таблицы, карты, списки и др.

3.7.1. Плакат. Макет плаката должен быть предоставлен в масштабе 1:1 и расширением не менее 300 dpi в формате JPEG/TIFF. Рисунок, фотография, коллаж, компьютерная графика, используемые для создания плаката (инфографики), должны быть авторские. Работа должна сопровождаться лозунгом, слоганом или иным авторским текстом.

3.7.2. Сценарий видеоролика. Материалы предоставляются в электронном варианте в формате «doc»/«docx». В начале сценария указывается следующая информация: название конкурса, тема по которой представлена данная работа, название конкурсной работы.

3.7.3. Видеоролик. Работы предоставляются в электронном формате (ссылка на YouTube или облачный диск - google диск, яндекс диск, майл.ру или др.), хронометраж которого не более 3 минут. В начале видеоролика указывается следующая информация: название конкурса, тема, по которой представлена данная работа, название конкурсной работы.

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

- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);
- текст должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

3.9. Рекламный материал должен соответствовать законодательству Российской Федерации и тематике Конкурса.

3.10. В работах (социальных плакатах, сценариях социального видеоролика, видеороликах), представляемых на Конкурс, не должно быть:

- имен авторов, адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, названий и упоминания о конкретных марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления; упоминания имен политических деятелей и лидеров, партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;
- изображений: интимных сцен, информации в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей.

3.11. Категорически запрещено использовать чужие тексты или идеи дизайна (полностью или частично). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в Конкурсе.

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

#### 4. Порядок организации и проведения Конкурса

4.1. Сроки проведения Конкурса: с 25 января по 30 апреля 2021 года.

4.2. Этапы проведения Конкурса:

- отборочный этап: с 25 января по 25 марта 2021 года. Этап включает в себя сбор, просмотр и отбор оргкомитетом материалов, представленных для участия в Конкурсе;

- финальный этап: с 25 марта по 30 апреля 2021 года. На данном этапе жюри определяет победителей в учрежденных номинациях, а также участников, занявших II и III места;

- торжественное награждение победителей: с 20 по 30 апреля 2021 года (дата согласовывается оргкомитетом отдельно).

4.3. В каждой номинации Конкурса (социальный плакат, сценарий социального видеоролика, социальный видеоролик, инфографика) определен перечень тем на выбор участника.

Конкурс проводится по следующим темам:

- «Безопасный Интернет. Навыки медийно-информационной грамотности»;

- «Противодействие молодежным объединениям, Интернет-сообществам антиобщественной направленности»;

- «Профилактика и противодействие террористическим и экстремистским угрозам»;

- «Стоп – наркотик! Профилактика наркотизации молодежи, вовлечения детей в распространение наркотических средств»;

- «Насилию нет. Профилактика буллинга и кибербуллинга».

4.4. Конкурсные материалы принимаются до 23:59 часов (время местное) 25 марта 2021 года на сайте [медиабезопасность74.рф](http://медиабезопасность74.рф) или по адресу: Центр мониторинга социальных сетей ГБУ ДПО ЧИРПО г. Челябинск, ул. Воровского, 36 (контактное лицо – Бабушкин Дмитрий Александрович, тел.: +7 (919) 119-81-92).

4.5. Конкурсные работы, предоставленные после окончания срока приема, указанного в п. 4.4, не рассматриваются и к участию в Конкурсе не допускаются.

4.6. Все конкурсные работы, предоставленные для участия, обратно не возвращаются и не рецензируются.

#### 5. Порядок определения победителей Конкурса

5.1. Общее руководство Конкурсом осуществляет Организационный комитет (далее - Оргкомитет).

5.2. Оргкомитет формируется из представителей организаторов Конкурса и должностных лиц, поддержавших его проведение. На Оргкомитет возлагаются следующие функции:

- формирование состава жюри;

- координация деятельности членов жюри;
- оценка и цензура представленных работ;
- организация и проведение мероприятий, включенных в программу конкурса;

- администрирование церемонии награждения участников.

5.3. Жюри Конкурса формируется из представителей Оргкомитета и партнеров Конкурса, профессионального сообщества в сфере масс-медиа. На жюри возлагаются функции экспертизы и оценки представленных конкурсных материалов.

5.4. Каждая конкурсная работа оценивается жюри по 10-бальной шкале в соответствии с критериями:

- соответствие работы заявленной теме;
- аргументированность и глубина раскрытия содержания темы;
- 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.

5.5. Решение жюри принимается простым подсчетом набранных баллов по всем указанным критериям.

5.6. Оргкомитет Конкурса вправе отклонить присланные работы, если они не соответствуют условиям настоящего Положения.

5.7. Программа Конкурса может в себя включать публичный просмотр конкурсных работ, пресс-конференции, закрытые показы, мастер-классы, церемонию награждения победителей и участников, а также другие мероприятия.

## **6. Награждение**

6.1. По итогам Конкурса, участникам, набравшим наибольшее количество баллов, присуждаются I, II и III места в каждой номинации.

6.2. Все победители Конкурса награждаются дипломами с указанием призового места, а также имеют возможность размещения и демонстрации своих работ в образовательных учреждениях, городских и региональных средствах массовой информации, местах массового скопления граждан, общественном транспорте, а также при проведении социальных информационных кампаний министерств и ведомств, поддержавших проведение Конкурса.

6.3. Оргкомитет вправе наградить как победителей, так и других участников Конкурса, не занявших призовые места или не ставших финалистами, отдельно, на свое усмотрение.

## **7. Использование конкурсных работ**

7.1. Работы победителей получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации в г. Челябинске и муниципальных образованиях Челябинской области, могут быть использованы в целях:

- размещения в местных и региональных СМИ (телевидение, печатная пресса, Интернет);
- размещения на наружных рекламных носителях;
- проведения социальных информационных кампаний министерств, ведомств, и общественных организаций поддержавших проведение Конкурса;
- демонстрации в общественном транспорте городов Челябинской области;
- использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях;
- демонстрации в кинотеатрах области непосредственно перед началом сеансов.

7.2. 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).

7.3. Передача участником конкурсной работы в соответствии с настоящим Положением означает полное и безоговорочное согласие участника с условиями проведения Конкурса.

7.4. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, участник обязуется разрешать их от своего имени и за свой счет.

Приложение №1  
к Положению о проведении второго  
областного конкурса социальной рекламы «Мир без страха»

<b>Сведения об авторе:</b>	
1. Фамилия, имя, отчество (полностью)	
2. Дата рождения (дд. мм. гггг)	
3. Образовательная организация	
4. Курс / специальность	
5. Телефон мобильный (федеральный код – номер абонента)	
6. E-mail	
<b>Сведения о конкурсной работе:</b>	
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): - от друзей/ знакомых - из рассылки по e-mail - прочитал (а) в социальной сети - увидел по телевидению - другое (указать) _____	

С условиями Конкурса ознакомлен и согласен. Как автор, не возражаю против размещения конкурсной работы на безвозмездной основе в сети Интернет, использования её в теле- и радиопередачах и на наружных рекламных носителях на территории Российской Федерации, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу, в некоммерческих целях.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» даю согласие организаторам Конкурса 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.

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Ф. И. О.                      подпись

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.  
дата подачи заявки