

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель Комитета  
по молодежной политике  
Администрации города Екатеринбурга  
Ю.С. Касимова  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 года

2

## **Положение городского конкурса социальной рекламы «Здоровый выбор»**

### **1. Общие положения**

1.1. Настоящее положение определяет цели, задачи, порядок и условия проведения городского Конкурса социальной рекламы «Здоровый выбор» (далее – Конкурс).

1.2. Конкурс предоставляет молодым людям возможность выразить свое отношение к значимым социальным проблемам, внести свой вклад в развитие социальной рекламы в городе Екатеринбурге.

1.3. Конкурс проводится Комитетом по молодежной политике Администрации города Екатеринбурга (далее – Комитет) совместно со Свердловским региональным отделением Российского движения школьников (далее – СРО РДШ).

1.4. Конкурс проводится во исполнение п. 44 Муниципальной программы «Комплексная профилактика зависимостей» в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2017-2020 годы», утвержденной Постановлением Администрации города Екатеринбурга от 13.09.2016 № 1830 (в редакции от 20.07.2020 № 1364).

1.5. Финансирование Конкурса осуществляется за счет средств бюджета Администрации города Екатеринбурга.

1.5. К участию в Конкурсе приглашаются обучающиеся художественных школ и студий старше 16 лет, обучающиеся высших и средних профессиональных образовательных организаций по специальностям сферы «реклама», «графический дизайн», «ИЗО», «художественное искусство» и т.п., члены профессиональных сообществ молодых художников, специалистов по рекламе.

1.6. Общее руководство организацией и проведением Конкурса осуществляет Оргкомитет, в который входят представители Комитета, СРО РДШ, организаций – участников муниципальной системы профилактики зависимостей (по приглашению Комитета).

### **2. Задачи конкурса**

2.1. Вовлечение молодежи в сферу социального творчества, нравственного и гражданского воспитания.

2.2. Пропаганда активного и здорового образа жизни, популяризация содержательного досуга.

2.3. Популяризация среди молодежи социальной рекламы посредством размещения творческих работ участников при проведении информационных кампаний.

### **3. Порядок и сроки проведения конкурса**

3.1. Конкурс проводится с 12 октября по 30 ноября 2020 года.

3.2. Конкурс проводится в три этапа:

1-й этап (с 12 октября по 15 ноября 2020 г.) – информирование о конкурсе, предоставление заявок и конкурсных работ;

2-й этап (с 15 ноября по 25 ноября 2020 г.) – организация экспертизы представленных материалов членами Конкурсной комиссии;

3-й этап (30 ноября 2020 г.) – подведение итогов, награждение победителей и участников

Конкурса. Формат, место и время проведения торжественного закрытия Конкурса будет сообщено дополнительно.

3.3. Конкурсные работы, представленные с нарушением указанных сроков или не отвечающие условиям Конкурса, Оргкомитетом не рассматриваются.

3.4. Для участия в Конкурсе необходимо подать следующие документы **в электронном виде**:

- заявку на участие в конкурсе (скан по форме, указанной в приложении);
- конкурсные работы в виде сканов рисунков **формат не более А4** (при необходимости – с текстовыми пояснениями в формате Word).

3.5. Конкурсные работы и заявки принимаются в электронной форме: [ССЫЛКА НА ЭЛЕКТРОННУЮ ФОРМУ ДЛЯ ПРИЕМА ЗАЯВОК И РАБОТ](#)

3.6 Координатором Конкурса является главный специалист Комитета Лашевская Екатерина Львовна. Вопросы можно задать по тел. 8-343-304-33-77 или электронной почте [lashevskaya\\_el@ekadm.ru](mailto:lashevskaya_el@ekadm.ru).

#### **4. Требования к содержанию и оформлению работ**

4.1. Конкурсная работа – это разновидность социального продукта, направленного на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума.

4.2. Тематика работ во всех номинациях – продвижение ценностей здорового образа жизни, профилактика наркомании, табакокурения, злоупотребления алкоголем, депрессий.

4.3. Потенциальные потребители конкурсных работ – дети, молодежь, взрослые.

4.4. Конкурс проводится в номинациях:

- номинация «Рисунок» (мотивационный рисунок, выполняется в любой технике);
- номинация «Серия стикерпаков» (набор различных изображений, объединенных одной тематикой; допускается совмещение с текстом, слоганом);
- номинация «Рекламный макет» (графическое изображение и мотивационный слоган);
- номинация «Комикс» (рисованная история, рассказ в картинках).

4.5. Работы, представленные на Конкурс, должны носить созидательный, жизнеутверждающий характер, основываться на наглядном выражении устоев этики и морали в наиболее позитивной, лаконичной, оригинальной, доходчивой и толерантной форме, оказывать положительное влияние на формирование общественных ценностей; содержать достоверные сведения о конкурсанте.

4.6. При подготовке работы, претендующей на участие в Конкурсе, необходимо руководствоваться идеей привлечения внимания к нравственным и духовным ценностям, стремиться к понятному, выразительному воплощению замысла.

4.7. В конкурсных работах запрещается:

- распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров,
- скрытая или прямая реклама табачной продукции,
- атрибутика алкогольной, наркотической или табачной продукции,
- любые формы упоминаний политических партий, лозунгов,
- религиозная символика,
- упоминания брендов товарной рекламы,
- информация, унижающая достоинство человека или национальной группы.

4.8. Конкурсные работы, оформленные с нарушением установленных требований, к участию в Конкурсе не допускаются.

4.9. Количество выставляемых на конкурс работ не ограничено. На каждую работу (серию работ) оформляются отдельная заявка, заполненная заявка автоматически означает согласие участника со всеми пунктами положения о Конкурсе.

4.10. Участник гарантирует соблюдение авторских прав на рекламные произведения, присланные в оргкомитет (используемые фото, рисунок, художественные

образы и т.п.).

4.11. Работы, присланные для участия в Конкурсе, проходят основные этапы отбора оргкомитетом и конкурсной комиссией.

4.12. Поступившие работы не рецензируются.

## **5. Использование конкурсных работ**

5.1. Работы участников Конкурса получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации на территории города, области и могут быть использованы с целью:

- размещения в СМИ (телевидение, печатная пресса, интернет);
- размещения на наружных рекламных носителях;
- проведения социальных информационных и рекламных кампаний на территории города;
- размещения на сайтах организаторов и др.
- использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях и др.

5.2. 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).

## **6. Подведение итогов Конкурса и критерии оценки работ**

6.1. Конкурсная комиссия формируется Оргкомитетом из представителей профессионального сообщества. Также формируется альтернативная Детская конкурсная комиссия из числа членов СРО РДШ.

6.2. При оценке конкурсных работ Конкурсная комиссия руководствуется следующими критериями:

- актуальность (насколько тема работы актуальна для молодёжи на сегодняшний день),
- позитивность и информативность (наличие позитивной информации),
- доступность (насколько доступна для понимания и восприятия идея представленной работы),
- степень эмоционального и воспитательного воздействия конкурсной работы на зрителя,
- социальная значимость,
- позитивность,
- креативность (новизна идеи, оригинальность).

6.3. Итоги городского Конкурса подводятся на основании Решения конкурсной комиссии. Отдельно выбираются победители на основании голосования альтернативной Детской конкурсной комиссии.

6.4. Победители Конкурса определяются в каждой номинации, награждаются дипломами и сувенирной продукцией. Количество призовых мест определяется Конкурсной комиссией при согласовании с Оргкомитетом.

6.5. Конкурсантам, не занявшим призовые места, но представившим работы, отвечающие требованиям Конкурса, вручаются благодарственные письма и сертификаты участников.

## **7. Прочие условия**

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

7.2. 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.

**Заявка на участие в Конкурсе социальной рекламы «Здоровый выбор»**

Ф.И.О. автора (прописать полностью)

\_\_\_\_\_

Количество полных лет

\_\_\_\_\_

Учебное заведение, курс, профессиональное сообщество (объединение)

\_\_\_\_\_

Контактный телефон

\_\_\_\_\_

E-mail

\_\_\_\_\_

Номинация \_\_\_\_\_

Тема работы, название

\_\_\_\_\_

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. N152-ФЗ «О персональных данных» даю согласие 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 « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

**ВНИМАНИЕ!**

ЗАЯВКУ ЗАПОЛНЯТЬ РАЗБОРЧИВО.

НА КАЖДУЮ РАБОТУ ЗАПОЛНЯЕТСЯ ОТДЕЛЬНАЯ ЗАЯВКА.

В САМОЙ КОНКУРСНОЙ РАБОТЕ НЕ ДОЛЖНО СОДЕРЖАТЬСЯ СВЕДЕНИЙ ОБ АВТОРАХ.