

ПОЛОЖЕНИЕ
о региональном конкурсе социальной рекламы
в области популяризации семейных ценностей и ответственного
родительства «Точка опоры – семья!»

I. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок организации проведения регионального конкурса социальной рекламы в области популяризации семейных ценностей и ответственного родительства «Точка опоры – семья!» (далее – региональный конкурс, конкурс).

1.2. Конкурс направлен на пропаганду и повышение общественного престижа семейного образа жизни, ценностей семьи и ответственного родительства.

1.3. Основные задачи конкурса:

- привлечение внимания к проблеме снижения статуса семьи, утраты семейных ценностей в обществе;

- пропаганда семейного образа жизни, повышение престижа многодетной семьи;

- вовлечение широкой общественности в решение проблем с помощью средств социальной рекламы;

- поиск новых идей и создание образцов эффективной социальной рекламы;

- пополнение банка социально ориентированной рекламной продукции.

1.4. Организаторы регионального конкурса – комитет социального обеспечения, материнства и детства Курской области, комитет образования и науки Курской области, Центр управления регионом Курской области (далее – ЦУР).

Региональный оператор конкурса – ОКУ «Центр сопровождения замещающих семей и граждан из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей».

1.5. Под понятием «социальная реклама» организаторы конкурса рассматривают информацию, представленную в лаконичной, выразительной и понятной форме, направленную на привлечение внимания к социальным, экологическим, нравственным проблемам, содействию 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.

II. Порядок и сроки проведения конкурса

2.1. Конкурс проводится в период с 20 октября по 20 ноября ежегодно в

заочной форме.

2.2. Конкурс проводится в два этапа:

сбор заявок – с 20 октября по 10 ноября;

открытое голосование на единой платформе по взаимодействию с населением Курской области ЦУР – с 11 ноября по 18 ноября включительно.

2.3 Конкурсные работы, поступившие после окончания сроков сбора заявок, а также конкурсные работы, оформленные с нарушением требований настоящего Положения, к участию в конкурсе не принимаются.

III. Номинации конкурса

3.1. Конкурс проводится по следующим номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик.

3.2. В каждой номинации Конкурса определен перечень тем на выбор участника:

- «Моя семья – мое богатство»;
- «Семейные ценности»;
- «Любовь - это ...»;
- «Мы – семья!».

3.3. Рекомендации по темам:

- «Моя семья – мое богатство» - тема, содействующая популяризации семейных ценностей, связи и преемственности поколений;

- «Семейные ценности» - тема направлена на воспитание в человеке восприятия ценности семьи. В работе могут быть отражены образы и ситуации семейной жизни, приносящие согласие и единство её членам. Счастье в собственном доме, формирование домашнего очага, сопереживание теплоты родительской заботы. Работа должна комплексно и доходчиво говорить о самых важных критериях семейной жизни: о любви в семье, о согласии между взрослыми, о преемственности поколений;

- «Любовь – это...» - тема посвящена высшей добродетели, которая является основой многих положительных качеств характера, отражающих нравственное совершенство личности человека, через определение чувства любви в семейных отношениях, материнстве и отцовстве, привязанности к друг другу;

- «Мы – семья!» - тема раскрывает образ жизни, систему ценностей современной семьи.

IV. Участники регионального конкурса

4.1. В конкурсе могут принимать участие представители средств массовой информации (далее – СМИ), рекламных и дизайнерских организаций, общественных организаций, имеющих регистрацию и осуществляющих постоянную деятельность на территории Курской области; творческие группы, отдельные авторы, постоянно проживающие на

территории Курской области и (или) постоянно работающие в организациях Курской области и (или) являющиеся студентами профессиональных образовательных организаций, образовательных организаций высшего образования, расположенных на территории Курской области.

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

4.3. Для участия в конкурсе участники должны в установленные сроки направить свои конкурсные работы региональному оператору конкурса.

4.4. Для участия в конкурсе участники:

направляют в формате pdf подписанную заявку на участие в конкурсе, форма которой предусмотрена Приложением № 2 к настоящему Положению;

направляют согласие на обработку персональных данных по форме, предусмотренной Приложением № 3 к настоящему Положению;

направляют конкурсные работы, подготовленные с учетом требований настоящего Положения, в установленном региональным оператором конкурса порядке на электронную почту регионального оператора конкурса otchet20-20@mail.ru до 10 ноября включительно.

V. Требования к конкурсным работам

5.1. Конкурсная работа должна соответствовать требованиям, предъявляемым к проектам социальной рекламы:

текст социальной рекламы должен быть кратким, оригинальным и отражать социальную тематику конкурса;

видеоряд должен транслировать положительные образы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни;

содержание и сюжет конкурсной работы не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе Федеральному закону от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

5.2. В конкурсной работе не допускается:

употребление ненормативной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, недостоверных сведений, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей;

наличие скрытой рекламы;

демонстрация процесса курения, употребления алкогольных напитков, наркотических средств и других психотропных веществ;

использование объектов интеллектуальных прав третьих лиц (текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.д.).

Каждый участник гарантирует, что при подготовке и направлении его работы на конкурс, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме не были и не будут нарушены авторские и/или иные права третьих лиц.

5.3. Направленные для участия в конкурсе работы должны быть оригинальными, наличие в конкурсной работе логотипов и слоганов других конкурсов является основанием для исключения работы из участия в конкурсе. Рекомендации по подготовке работ для конкурса представлены в Приложении № 1 к настоящему Положению.

5.4. Организаторы конкурса имеют право на публикацию, а также иное распространение и тиражирование материалов, поступивших на конкурс, в том числе на размещение в сети Интернет с обязательным указанием авторства.

5.5. Все конкурсные работы, направленные на конкурс, не рецензируются, не оплачиваются и не возвращаются.

VI. Подведение итогов и награждение победителей конкурса

6.1. В каждой номинации присваивается звание победителя регионального конкурса 1, 2 и 3 степени соответственно в зависимости от результатов голосования. Всем победителям вручаются соответствующие дипломы.

6.2. Итоги конкурса публикуются на сайте организатора и регионального оператора конкурса.

**Рекомендации
по подготовке работ для регионального конкурса социальной рекламы
в области популяризации семейных ценностей и ответственного
родительства «Точка опоры – семья!»**

При создании социальной рекламы важно учитывать следующие рекомендации относительно видеоряда, текста, художественного и эмоционального исполнения:

- текст социальной рекламы должен быть кратким, мотивирующим, оригинальным и отражать социальную тематику регионального конкурса социальной рекламы в области популяризации семейных ценностей и ответственного родительства «Точка опоры – семья!»;
- социальная реклама достигнет своей цели, если она будет максимально достоверной, убедительной и предельно адресной с учетом ориентации на определенную целевую аудиторию;
- видеоряд социальной рекламы должен транслировать положительные образцы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни, использовать позитивный и созидательный посыл. В социальной рекламе необходимо отражать идею решения той или иной социальной проблемы. Важно наглядно продемонстрировать нормативную модель поведения, которая пропагандируется средствами социальной рекламы;
- содержание и сюжет конкурсной работы не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе Федеральному закону от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и Федеральному закону от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

При подготовке социальной рекламы недопустимы:

- демонстрация атрибутов, связанных с зависимым поведением и угрозой для жизни (иглы, сигареты, бутылки, кровь и т.д.);
- использование нецензурной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, нравоучительных и менторских призывов с частицей НЕ;
- использование неоднозначных образов или смысловых частей, которые можно по-разному интерпретировать. Социальная реклама не должна вызывать депрессивные чувства, ее задача состоит в создании позитивного образа, которому хочется следовать;
- использование в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц

(текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.д.). При подготовке конкурсной работы, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме следует соблюдать авторские и/или иные права третьих лиц.

Технические требования к содержанию конкурсной работы:

1. Видеоролики, макеты плакатов должны быть созданы не ранее 2021 года.
2. Видеоролик должен иметь свое название, быть продолжительностью не более 1 минуты.
3. Видеоролик предоставляется на конкурс в виде ссылки сети Интернет на загруженный файл видеоролика с использованием видеохостингов или облачных хранилищ. Видеоматериалы, представленные на конкурс не в виде ссылки сети Интернет, не принимаются.
4. Макеты плакатов могут быть направлены только в форматах pdf, jpg, png, tiff, размером не более 15 Мб. Работы, предоставленные в формате презентации (Microsoft PowerPoint) не принимаются.

Приложение № 2
к Положению
о региональном конкурсе
«Точка опоры – семья!»

ЗАЯВКА
на участие в региональном конкурсе социальной рекламы
в области популяризации семейных ценностей и ответственного
родительства «Точка опоры – семья!»

Сведения об авторе (группе авторов)		
1. Фамилия, имя, отчество (полностью)		
2. Контактный телефон (мобильный)		
3. e-mail		
7. Полное юридическое название организации		
Сведения о конкурсной работе		
1. Название конкурсной работы		
2. Номинация		
3. Тема		
4. Ф.И.О. руководителя работы		
5. Дата создания работы		
6. Форма работы (нужное обвести), при использовании музыки и песен обязательно соблюдать авторские права	Плакат	Видеоролик Хронометраж ____ сек. Музыка: Слова:

Подпись _____ / _____ /

Дата « ____ » _____ 20 ____ г.

ВНИМАНИЕ! На каждую работу заполняется отдельная заявка. В самой конкурсной работе не должно содержаться сведений об авторах. Каждый ролик или плакат должен быть записан отдельным файлом, блоки не принимаются.

Приложение № 3
к Положению
о региональном конкурсе
«Точка опоры – семья!»

СОГЛАСИЕ

на обработку персональных данных участника регионального конкурса социальной рекламы в области популяризации семейных ценностей и ответственного родительства «Точка опоры – семья!»

Я, _____
(фамилия, имя, отчество полностью)
паспорт серия _____ номер _____
кем и когда выдан _____
проживающий по адресу: _____

согласен(а) на обработку и публикацию в открытых источниках моих персональных данных (фамилия, имя, отчество, год, месяц, дата, место рождения, контактная информация, фотография, информация об образовании, о трудовой деятельности, о профессиональных достижениях и личных заслугах).

Я согласен(а), что мои персональные данные будут ограничено доступны представителям государственных органов власти и органов местного самоуправления.

Я проинформирован(а), что под обработкой персональных данных понимаются действия (операции) с персональными данными в рамках выполнения Федерального закона от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных», конфиденциальность персональных данных соблюдается в рамках исполнения Оператором законодательства Российской Федерации.

Я согласен на обработку персональных данных постоянно.

(дата)

(подпись)