

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении
VIII Всероссийского конкурса социальной рекламы
«Новый Взгляд»

г. Москва
2017 год

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение регламентирует статус и порядок проведения VIII Всероссийского конкурса социальной рекламы «Новый Взгляд» (далее – конкурс), требования к участникам, порядок работы организаторов, сроки проведения конкурса и действует до завершения всех конкурсных мероприятий.

1.2. Организатором и федеральной дирекцией конкурса выступает Межрегиональный общественный фонд содействия реализации программ, направленных на поддержку молодежи «Мир молодежи» (далее – Дирекция).

1.3. Соорганизаторами конкурса выступают Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации и Генеральная прокуратура Российской Федерации.

Конкурс проходит при поддержке: Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации; Министерства образования и науки Российской Федерации, Министерства культуры Российской Федерации (на согласовании), Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (на согласовании), Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь).

1.4. Темы конкурса:

- **«Экология»** - направлена на популяризацию Года экологии в России, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации В.В. Путина в целях привлечения внимания общества к вопросам экологического развития России, сохранения биологического разнообразия и обеспечения экологической безопасности.
- **«Прокуратура против коррупции»** - направлена на популяризацию роли прокуратуры в борьбе с коррупцией, в том числе в различных сферах жизнедеятельности (здравоохранение, образование, социальное обеспечение, ЖКХ, правоохранительная система и др.) и неотвратимость наказания за коррупционные проявления; ситуации, при которых целесообразно обращаться в органы прокуратуры, примерные результаты рассмотрения таких обращений.
- **«Свободная тема»** (принимаются работы по любым другим актуальным социальным тематикам).

1.5. Цели конкурса:

- привлечение внимания молодежи к социально значимым проблемам общества;
- воспитание социальной ответственности и активной гражданской позиции;
- предоставление «социального лифта» для неравнодушной и творческой молодежи.

1.6. Задачи конкурса:

- формирование актуального перечня острых социальных проблем глазами молодежи;
- привлечение целевой молодежной аудитории к участию в конкурсе;
- предоставление возможности профессионального роста для молодежи;
- популяризация лучших конкурсных работ социальной рекламы.

1.7. Под понятием «социальная реклама» понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (пункт 11 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

1.8. Вся дополнительная информация публикуется на официальном сайте конкурса — tvoikonkurs.rf.

2. Условия участия в конкурсе

2.1. В конкурсе имеют право принимать участие молодые граждане Российской Федерации, стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья (отдельные авторы и творческие коллективы, физические и юридические лица), подавшие заявку на официальный сайт конкурса в соответствии с условиями конкурса. Возраст авторов и соавторов проектов (в том числе подавших заявку от юридического лица) – от 14 до 30 лет.

2.2. Участие в конкурсе бесплатное.

2.3. Для участия в конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера по одной или нескольким из установленных дирекцией конкурса номинаций и тем, отвечающим целям и задачам конкурса.

2.4. Заявки для участия в конкурсе подаются в режиме он-лайн на официальный сайт tvoikonkurs.rf. Для этого необходимо:

- заполнить анкету участника;
- загрузить авторские работы;
- загрузить цветную фотографию автора, с расширением не менее 300 dpi в формате JPEG/TIFF.

2.5. Конкурс проводится по двум номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик.

2.6. Технические требования к работам участников:

Социальный плакат – авторский макет плаката, который должен быть загружен на официальный сайт конкурса tvoikonkurs.rf. Работа должна сопровождаться слоганом, лозунгом или иным авторским текстом.

Для размещения на официальном сайте конкурса следует использовать адаптированные файлы в формате *.jpg, *.gif с минимальными размерами 1920px по большей стороне.

Пример плаката можно найти в приложении №1.

Рекомендации к плакатам: работы участников могут быть использованы Дирекцией конкурса или региональными оргкомитетами для размещения на внешних конструкциях (биллборды 6х3м, 1,2х1,8м), в связи с чем участник при подготовке работы должен соблюдать минимальные технические требования к макетам для размещения на соответствующих носителях: макеты 6 х 3 м - горизонтальные (масштаб 1:1 – 30 dpi или 1:10 - 300 dpi), 1,2 х 1,8 м - вертикальный макет (масштаб 1:1 - 72dpi, 1:10 - 720 dpi).

Социальный видеоролик - загружается на официальный сайт конкурса, <http://tvoikonkurs.ru> в формате MP4. При загрузке видеоролика на официальном сайте конкурса следует избегать форматов *.vob, *.wmv разных длин аудио и видео дорожек, нескольких видео и аудиопотоков в одном файле.

Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд. Дирекция конкурса оставляет за собой право на свое усмотрение, а также в виде исключения принимать на конкурс видеоролики с хронометражем больше 60 секунд (при соблюдении условия о кратности 15 секундам), если это обусловлено сюжетом.

2.9. Работы, поданные группой авторов, должны содержать наименование коллектива в описании, в целях дальнейшего использования наименования на различных информационных ресурсах.

2.10. Работы, поданные в формате презентации (Microsoft Power Point), не принимаются.

2.11. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не допускаются Дирекцией конкурса до рассмотрения Экспертным советом.

2.12. 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.;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостовверных сведений);

- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе нормам Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;

- в случае использования в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц участник обязан указать автора и предоставить подтверждение наличия у участника права использования такого объекта интеллектуальных прав.

2.13. Рекламный материал должен соответствовать тематикам конкурса. Рекламный материал не должен содержать нецензурную (ненормативную) лексику, слова и фразы, унижающие человеческое достоинство, экспрессивные и жаргонные выражения, скрытую рекламу, демонстрацию курения, процесса употребления алкогольных и наркотических средств, других психотропных веществ. Работы, представляемые на конкурс, также не должны содержать:

- указания реальных адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, названий и упоминания о существующих марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных организациях, об органах местного самоуправления, упоминания имен политических деятелей и лидеров, названий политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;

- изображений всех видов фашисткой атрибутики (свастики), насилия, любого вида дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, интимных сцен, иной информации, в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей. Не допускается использование чужих текстов, идей, видео и аудио материалов (плагиат). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в конкурсе на любом этапе.

Каждый участник, подавая заявку на участие в конкурсе, 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 смежные права третьих лиц. Ответственность за использование чужих текстов, идей, видео- и аудиоматериалов, нарушение каких-либо прав третьих лиц, а также за ущерб, нанесенный любому лицу, допущенный участником конкурса, несет исключительно участник (лицо или, солидарно группа лиц, представивших соответствующую работу в рамках конкурса). В случае предъявления

к Дирекции конкурса, региональному оргкомитету или Жюри конкурса каких-либо претензий, касающихся представленной участником работы, указанные претензии могут быть переадресованы участнику. Участник обязан за свой счет снять или удовлетворить все такие претензии.

Дирекция конкурса имеет право на любом этапе проведения конкурса исключить из конкурса работу, нарушающую права третьих лиц. Если указанные нарушения будут выявлены после подведения итогов конкурса, то работа участника автоматически исключается из числа победителей и финалистов конкурса.

2.15. Дирекция оставляет за собой право не принимать работы на конкурс, если, по их мнению, они не соответствуют указанным в настоящем положении критериям.

2.16. К участию в конкурсе допускаются поданные в срок работы, содержание которых соответствует номинациям конкурса, утвержденным настоящим положением.

2.17. Конкурсные работы, не соответствующие пункту 2 настоящего положения, могут быть не допущены к экспертной оценке.

2.18. Все конкурсные работы, поданные на конкурс, не возвращаются и не рецензируются.

2.19. Дирекция конкурса имеет право на любом этапе проведения конкурса, исключить из конкурса работу, без объяснения причин.

3. Порядок организации и проведения конкурса

Конкурс проводится в два этапа:

3.1. Первый этап – региональный (17 апреля – 29 сентября 2017 года). Конкурсные работы на подготовительном этапе конкурса принимаются до 23.59 (время московское) 29 сентября 2017 года на официальном сайте конкурса твойконкурс.рф.

3.2. Второй этап – федеральный (30 сентября – 20 декабря 2017 года), реализуется с целью экспертной оценки конкурсных работ, определения и утверждения финалистов, победителей и лауреатов конкурса, проведения Официальной церемонии награждения.

4. Порядок работы организаторов конкурса

Организационными структурами конкурса являются Дирекция конкурса, региональные оргкомитеты, Жюри конкурса.

Соорганизаторы конкурса оказывают информационную и организационную поддержку в проведении конкурса.

Регламент работы Жюри указан в п.5 настоящего положения.

4.1. Дирекция конкурса является высшим коллегиальным органом по проведению конкурса. Возглавляет Дирекцию конкурса руководитель. Состав Дирекции утверждается руководителем за 30 календарных дней до начала конкурса.

Дирекция конкурса:

- определяет общие положения и условия проведения конкурса, в том числе утверждает номинации и темы конкурса;

- координирует работу региональных оргкомитетов конкурса;

- утверждает порядок организации и проведения всех этапов конкурса;

- утверждает локальные нормативные акты по подготовке и проведению конкурса;

- осуществляет другие виды деятельности, связанные с подготовкой и проведением конкурса;

- имеет право вносить изменения в настоящее положение и локальные нормативные акты в связи с изменением условий проведения конкурса, либо по обстоятельствам, не зависящим от воли сторон.

Дирекция конкурса самостоятельно определяет порядок организации своей работы в соответствии с настоящим положением.

4.2. Региональные оргкомитеты конкурса координируют организацию и проведение конкурса на территории субъекта Российской Федерации, на которой они созданы. Состав и порядок работы Регионального оргкомитета субъекта Российской Федерации утверждаются уполномоченным лицом данного субъекта и направляются Дирекции конкурса.

Региональные оргкомитеты обеспечивают:

- информирование и оповещение целевой аудитории населения субъекта Российской Федерации о конкурсе, его целях, задачах и условиях проведения, на подготовительном и федеральном этапах проведения конкурса;

- размещение информации о конкурсе в СМИ, общественных местах, государственных и муниципальных учреждениях;

- популяризацию работ победителей с помощью медианосителей (ТВ, радио, пресса, наружная реклама, кинотеатры, интернет и др.).

4.2.1. Информирование и оповещение молодежи о конкурсе и условиях его проведения должно проводиться региональными оргкомитетами посредством:

размещения информации (анонсы, статьи, пресс-релизы, пост-релизы, рекламные баннеры, текстовую информацию) о конкурсе на сайтах образовательных организаций, в социальных сетях, посвященных студенчеству, молодежным инициативам, искусству, рекламе, общественной деятельности, а также на общих информационных порталах (информационные материалы предоставляются организатором конкурса заблаговременно);

размещения информационных плакатов о конкурсе формата А1 и формата А2 в образовательных организациях, центрах культуры и искусства (Дирекция конкурса заблаговременно предоставляет информационные плакаты);

размещения рекламы о проведении конкурса на носителях городской наружной рекламы в рамках предоставляемых социальных квот по линии органа исполнительной власти, осуществляющего свою деятельность в сфере рекламы, СМИ и массовых коммуникаций;

популяризации работ финалистов и победителей конкурса с помощью городских внешних информационных носителей в рамках предоставляемых социальных квот по линии уполномоченного органа исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации;

проведения встреч с представителями СМИ, рекламного сообщества, обучающимися образовательных организаций с целью презентации конкурса;

рассылки информационных писем, приложив к ним положение о конкурсе, в адрес образовательных организаций, художественных школ, дизайн-студий, рекламных агентств и творческих организаций, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта Российской Федерации.

4.2.2. Отчет о проведении процесса информирования должен быть направлен региональными оргкомитетами в адрес Дирекции конкурса ежемесячно до 10 числа и должен содержать:

ссылки на сайты, где была размещена информация о конкурсе;
полный перечень образовательных организаций, где было произведено размещение информационных плакатов о конкурсе;

полный перечень образовательных организаций, художественных школ, дизайн-студий, рекламных агентств и творческих организаций, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта Российской Федерации, проинформированных о проведении конкурса;

фотоотчет по итогам размещения информационных плакатов в образовательных организациях, в центрах культуры и искусства, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта Российской Федерации;

фотоотчет по итогам размещения информации о конкурсе с помощью СМИ, интернет-ресурсов и носителей городской наружной рекламы в рамках предоставляемых социальных квот по линии органа исполнительной власти, осуществляющего свою деятельность в сфере рекламы, СМИ и массовых коммуникаций.

фотоотчет с реализованных мероприятий и встреч с потенциальными участниками конкурса;

список и копии информационных писем, направленных в адрес образовательных организаций, художественных школ, дизайн-студий, рекламных агентств и творческих организаций, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта Российской Федерации;

4.2.3. Общий отчет о проделанной работе должен быть направлен региональными оргкомитетами в адрес Дирекции конкурса не позднее 02 октября 2017 г. и должен содержать:

ссылки на сайты, где была размещена информация о конкурсе;

полный перечень образовательных организаций, художественных школ, дизайн-студий, рекламных агентств и творческих организаций, осуществляющих свою деятельность на территории субъекта Российской Федерации, которые получили информацию об итогах конкурса;

фотоотчет по итогам размещения лучших конкурсных работ с помощью СМИ, интернет-ресурсов и носителей городской наружной рекламы в рамках предоставляемых социальных квот по линии органа исполнительной власти, осуществляющего свою деятельность в сфере рекламы, СМИ и массовых коммуникаций.

4.2.4. Региональные оргкомитеты при проведении мероприятий в рамках конкурса обязаны заблаговременно информировать о них Дирекцию конкурса, а также выслать на адрес электронной почты info@tvoykonkurs.ru приглашение для участия в них представителей Дирекции конкурса или Жюри конкурса. Использование логотипа конкурса на мероприятиях, организованных региональными оргкомитетами, должно быть предварительно согласовано с Дирекцией конкурса посредством писем или электронной почты. Любое использование логотипа конкурса или элементов его фирменного стиля при проведении мероприятий, не связанных непосредственно с конкурсом, будет считаться нарушением авторских прав. При публикации новостей в рамках конкурса региональные оргкомитеты обязаны высылать информацию о них на адрес электронной почты конкурса.

4.2.5. Региональный оргкомитет несет ответственность за соблюдение условий проведения конкурса в рамках прав, установленных настоящим положением. В случае нарушения региональным оргкомитетом условий проведения конкурса при его проведении в соответствующем субъекте Российской Федерации, а равно неоднократного или грубого неисполнения полномочий регионального оргкомитета, Дирекция конкурса

имеет право подать информацию с предложением соответствующих действий и замены состава действующего регионального оргкомитета главе субъекта Российской Федерации.

5. Порядок определения победителей и финалистов конкурса

5.1. Определение победителей и финалистов конкурса проходит в три этапа:

1 этап отбора предполагает проведение заседания рабочей группы в составе представителей студенческого сообщества, представителей высших образовательных организаций, Дирекции конкурса. Состав рабочей группы утверждается Дирекцией конкурса. Заседания могут собираться неоднократно в зависимости от количества поступивших работ и возникающих вопросов у членов рабочей группы при проведении отбора участников. На заседании проводится отбор работ в соответствии с положением конкурса по следующим критериям:

качество исполнения работы;

отсутствие плагиата в работе конкурсанта;

отсутствие нарушений авторских прав;

отсутствие скрытой коммерческой рекламы в работе;

соответствие работы Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;

соответствие утвержденным номинациям конкурса;

соответствие техническим требованиям к работам.

2 этап отбора предполагает проведение заседания Экспертного совета в составе представителей профессионального рекламного сообщества, общественных объединений, образовательных организаций, Дирекции и соорганизаторов конкурса. Состав Экспертного совета утверждается Жюри и Дирекцией конкурса. На заседании Экспертного совета проводится отбор работ, допущенных рабочей группой после 1 этапа, по следующим критериям:

креативность и новизна авторской идеи;

эффективность работы как инструмента решения социальной проблемы;

лаконичность и доступность рекламного сообщения для целевой аудитории.

Работы, отобранные на заседании Экспертного совета, считаются вышедшими в финал конкурса, а их авторы становятся финалистами. После заседания Экспертного совета конкурса и отбора работ, работы финалистов публикуются на официальном сайте конкурса.

3 этап отбора предполагает проведение заседания Жюри конкурса в составе Дирекции и соорганизаторов конкурса, представителей федеральных министерств и ведомств Российской Федерации, крупнейших общественных объединений, профессионального рекламного сообщества, а также образовательных организаций и СМИ, оказавших поддержку в проведении конкурса. Состав Жюри конкурса утверждается руководителем Дирекции конкурса и Председателем Жюри.

Основной формой работы Жюри конкурса является заседание. Заседание считается правомочным, если на нем присутствуют не менее половины представителей Жюри конкурса.

На заседании Жюри конкурса осуществляется распределение призовых мест среди работ финалистов.

Представители Жюри конкурса обладают равными правами при рассмотрении вопросов на заседаниях и осуществляют свою деятельность на общественных началах.

Решения Жюри конкурса принимаются простым большинством голосов присутствующих. При равенстве голосов, голос Председателя Жюри является решающим.

Решения Жюри конкурса оформляются протоколом, который подписывают руководитель Дирекции и председатель Жюри конкурса.

На заседании Жюри конкурса проводится отбор работ, допущенных Экспертным советом после 2 этапа, по следующим критериям:

аргументированность и глубина раскрытия содержания темы работы;
грамотность, профессионализм решения, эффективность рекламных и социальных методик и технологий;

социальная значимость, позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность) конкурсной работы;

точность и доходчивость языка и стиля изложения.

Жюри конкурса оставляет за собой право особо отметить отдельные работы победителей и финалистов конкурса без присуждения призовых мест, а также увеличить или уменьшить количество призовых мест в зависимости от уровня работ, прошедших в финал конкурса. Жюри конкурса вправе отклонить работы, если они не соответствуют условиям настоящего положения.

6. Награждение победителей и финалистов конкурса

6.1. В каждой номинации конкурса устанавливается три призовых места.

6.2. Жюри конкурса имеет право по своему усмотрению определить дополнительное количество призовых мест конкурса.

6.3. Все победители конкурса награждаются дипломами с указанием призового места и получают ценные памятные призы.

6.4. Все финалисты конкурса получают диплом за участие в конкурсе.

6.5. Региональные оргкомитеты могут наградить участников, не ставших победителями или финалистами, по своему усмотрению.

6.6. Награждение победителей и финалистов конкурса пройдет в декабре 2017 года.

6.7. Итоги конкурса будут размещены на официальном сайте конкурса tvoikonkurs.rf. Срок размещения итогов конкурса - до 20 декабря 2017 года.

7. Использование конкурсных работ

7.1. Работы победителей и финалистов конкурса получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации в субъектах Российской Федерации и могут быть использованы в целях:

размещения в федеральных и региональных СМИ (телевидение, радио, печатная пресса, Интернет и др.);

размещения на носителях городской наружной рекламы, в общественном транспорте, высших образовательных организациях, местах массового скопления людей;

проведения социальных информационных кампаний министерств, ведомств и общественных объединений, поддержавших проведение конкурса;

проведения социальных информационных кампаний в рамках реализации федерального проекта «Единая молодежная информационная сеть» в образовательных и лечебно-профилактических учреждениях Российской Федерации; размещения на официальном сайте конкурса <http://tvoykonkurs.ru>; использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях.

7.2. Дирекция конкурса оставляет за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов).

7.3. Из числа работ победителей и финалистов формируется каталог конкурса.

8. Прочие условия

8.1. Передача участником конкурсной работы в соответствии с настоящим положением означает полное и безоговорочное согласие участника с условиями проведения конкурса.

8.2. 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. В случае если Дирекция конкурса понесет какие-либо убытки от претензий третьих лиц из-за действий участника, организатор конкурса оставляет за собой право обратиться с требованием о возмещении таких убытков к виновному участнику конкурса.

8.3. В случае возникновения претензий участника к Дирекции конкурса обязателен досудебный порядок разрешения спора. Претензии направляются заказным письмом с уведомлением о вручении адресату или нарочно и подлежат обязательному рассмотрению в течение 10 календарных дней с даты их получения. При не достижении согласия спор рассматривается в суде по месту нахождения организатора конкурса, указанном в п. 9.1. положения.

9. Контактная информация

9.1. Адрес Дирекции конкурса: Межрегиональный общественный фонд содействия реализации программ, направленных на поддержку молодежи «Мир молодежи», 117105, г. Москва, ул. Нагорный проезд, д. 12, к. 1, тел.: +7 (495) 640-09-39, адрес электронной почты: info@tvoykonkurs.ru, официальный сайт конкурса <http://tvoykonkurs.ru>.

9.2. Любые вопросы, касающиеся условий проведения конкурса, конкурсной документации, технических требований к работе участника, могут направляться участником конкурса по электронному и почтовому адресу, указанному в п. 9.1. настоящего положения.

