

ПОЛОЖЕННЯ
про міський конкурс соціальної реклами
«Збережемо майбутнє молоді!»

1. Загальні положення

1.1. Міський конкурс соціальної реклами «Збережемо майбутнє молоді!» проводиться управлінням по роботі з молоддю та сім'єю департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради (далі – Управління) в рамках реалізації Програми фінансування заходів з питань сім'ї та молоді на 2024 рік, затвердженої рішенням Запорізької міської ради від 22.12.2021 № 49 (зі змінами та доповненнями).

1.2. Управління по роботі з молоддю та сім'єю департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради:

- здійснює збір заявок на участь у конкурсі;
- формує календарний план (програму) проведення конкурсу;
- формує порядок проведення фінальних процедур конкурсу;
- організовує підведення підсумків, нагородження учасників та переможців конкурсу.

2. Мета та завдання конкурсу

2.1. Головна мета конкурсу соціальної реклами – формування активної життєвої позиції молоді міста, популяризація волонтерської діяльності, підтримка ветеранів, внутрішньо переміщених осіб, пропагування здорового способу життя і профілактика негативних проявів у дитячому та молодіжному середовищі (ВІЛ/СНІДу, наркоманії, алкоголізму, тютюнопаління, насилля), підвищення обізнаності суспільства про важливість доступності та інклюзії шляхом створення та розповсюдження соціальної реклами.

2.2. Основні завдання конкурсу:

- об'єднання зусиль органів місцевого самоврядування, навчальних закладів та громадськості з метою формування активної життєвої позиції молодих громадян міста, популяризація серед молоді соціальної відповідальності, волонтерської діяльності;
- створення та поширення плакатів, буклетів, роликів соціального спрямування.

3. Тематика конкурсних робіт

- Здоров'я та благополуччя: пропаганда здорового способу життя та профілактика негативних проявів у дитячому та молодіжному середовищі.
- Патріотизм: зміцнення національної єдності, розвиток патріотизму, посилення соціальної згуртованості.

- Волонтерство: формування позитивного сприйняття волонтерства як важливої складової суспільного життя.
- Інтеграція внутрішньо переміщених осіб: висвітлення проблем, з якими стикаються внутрішньо переміщені особи та можливість їхньої інтеграції в нові громади.
- Підтримка ветеранів: формування позитивного іміджу ветеранів, підвищення обізнаності про їхні проблеми та профілактика прояву стигматизації в суспільстві.
- Запобігання проявам насильства та гендерної нерівності: пропаганда формування здорових стосунків і усвідомлення наслідків насильства, акцентуючи увагу на важливості запобігання агресії в будь-яких формах.
- Безбар'єрне середовище: підвищення обізнаності суспільства про важливість доступності та інклюзії, висвітлення важливості аспекту соціальної політики, що забезпечує рівні можливості для всіх членів суспільства, зокрема людей з інвалідністю, ветеранів та інших вразливих груп.
- Гуманне ставлення до тварин: пропаганда гуманного поводження з тваринами, пропагуючи цінності співчуття та відповідальності.

4. Формат конкурсних робіт

Конкурсні роботи мають бути представлені у наступних форматах:

- відеоролик;
- плакат;
- буклет.

5. Учасники конкурсу

Учасниками конкурсу можуть бути як фізичні особи (окремі автори, авторські колективи), які мешкають у м. Запоріжжі, так і юридичні особи (дизайнерські студії, рекламні агентства, поліграфічні фірми та ін.), які зареєстровані у м. Запоріжжі.

Участь в конкурсі є безкоштовною.

6. Умови участі в конкурсі

6.1. Для участі в конкурсі у термін до 4 листопада 2024 року необхідно заповнити заявку за посиланням <https://docs.google.com/forms/d/1ffuHhGWFEVOUHND2ZamMAnWb-RhoVN4ncgNUfp32jUhc/edit>, обов'язково зазначивши посилання на Гугл-Диск, на який завантажена конкурсна робота учасника.

7. Вимоги до оформлення конкурсних робіт

7.1 Вимоги до конкурсних робіт:

- мова викладення матеріалу на зразках реклами – українська;

- макети соціальної зовнішньої реклами надаються в електронному вигляді (2 файли: перший файл – формат .jpg, розширення не менше 300 dpi; другий файл для друку – .tif/.eps/.ai (розширення не менш 1200 dpi);
- відеоролик надається через інтернет-хмару Google-диску у форматі .AVI (хронометраж не більше 60 секунд), кожен ролик подається окремо з текстовим описом сценарію; на початку відеоролику повинна бути вказана наступна інформація: назва конкурсної роботи, дані про автора (ПІБ) тощо.

7.2. Представляючи роботу на конкурс, учасник повинен враховувати наявність в роботі необхідних умов ефективної реклами:

- робота повинна носити позитивний, життєстверджуючий характер;
- робота, її зміст, сюжет, дія сценічних осіб і персонажів не повинні суперечити Закону України від 03.07.1996 р. № 270/96 «Про рекламу»;
- текст реклами має бути стислим, лаконічним та оригінальним;
- наявність в рекламі емоційного забарвлення, носіями якого є колір, світло, шрифт, малюнок, графічні елементи тощо;
- відсутність в рекламі відомостей, що не відповідають дійсності (недостовірних відомостей).

7.3. Конкурсні роботи не повинні містити:

- імен авторів, вказівки адрес і телефонів, інформації про спонсорів, імен політичних діячів та лідерів, імен духовних вчителів і релігійних рухів, у тому числі релігійної символіки, назв та згадок (логотипів, брендів) товарної реклами, будь-яких форм згадок політичних партій, політичних гасел, висловлювань, що несуть антидержавний та антиконституційний зміст;
- зображень: інтимних сцен, насилля, дискримінації, вандалізму, що відображають тілесні страждання людей і тварин;
- текстів, сцен, звукових ефектів, які вказують на відчуття і переживання страху, стресу або агонії;
- інформації в будь-якій формі, що принижує гідність людині.

Категорично забороняється використовувати чужі тексти чи ідеї дизайну (повністю або частково).

У разі недотримання цих умов робота відхиляється від подальшої участі в Конкурсі.

8. Оцінка конкурсних робіт і визначення переможців конкурсу

8.1. Оцінка конкурсних робіт і визначення переможців проводиться Комісією з визначення переможців (далі – Комісія). Склад Комісії затверджується наказом департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради.

8.2. Комісія оцінює конкурсні роботи за наступними критеріями:

- відповідність темі;
- ефективність використання рекламних, соціальних методик і технологій;
- соціальна значимість, позитивність і креативність (новизна ідеї, оригінальність, гнучкість мислення) конкурсної роботи.

9. Підбиття підсумків конкурсу і нагородження переможців

9.1. На підставі розгляду наданих матеріалів, Комісією визначаються переможці.

9.2. Переможці та учасники конкурсу нагороджуються пам'ятними подарунками та грамотами.

9.3. Підсумки конкурсу оприлюднюються у місцевих засобах масової інформації, на соціальних сторінках Департаменту спорту, сім'ї та молоді Запорізької міської ради в Facebook та Instagram, а також розміщуються на офіційному сайті Запорізької міської ради.

9.4. Кращі зразки соціальної реклами використовуватимуться для виготовлення буклетів, розміщення на сіті-лайтах, бігбордах міста та розповсюджуватимуться у соціальних мережах і на місцевому телебаченні.

10. Інші умови

10.1. Подані на конкурс роботи поверненню не підлягають та не рецензуються.

10.2. Організатори конкурсу залишають за собою право використовувати конкурсні роботи в некомерційних цілях і без грошової винагороди з метою:

- створення на базі конкурсних робіт електронного каталогу;
- розповсюдження соціальної рекламної продукції у вищих, професійно-технічних, загальноосвітніх навчальних закладах та закладах передвищої професійної освіти міста;
- розміщення творчих робіт в методичних і інформаційних виданнях;
- трансляції по телебаченню, на радіостанціях;
- для розміщення на зовнішніх рекламних носіях і в мережі Інтернет з метою просування соціальної реклами.

Директор департаменту спорту,
сім'ї та молоді міської ради

Павло БЛАНК