|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО:**  Председатель Комиссии по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций Общественной палаты Челябинской области  Яремчук С.Г. |  | **УТВЕРЖДЕНО:**  **Председатель Общественной палаты Челябинской области**  **Скворцов В.Н.** |

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**о конкурсе на лучшую социальную рекламу**

**в Челябинской области**

Комиссия по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций Общественной палаты Челябинской области, в лице председателя Яремчук Светланы Григорьевны, а также партнёры акции объявляют о проведении конкурса **на лучшую социальную рекламу** Челябинской области (далее Конкурс).

Цели Конкурса - популяризация социальной деятельности как важнейшего фактора построения в России гражданского общества; привлечение внимания широких масс населения, органов государственной власти и средств массовой информации к социальным проблемам; выявление наиболее талантливых и креативных представителей общественных объединений и гражданских активистов Челябинской области; создание принципиально новых стандартов качества социальной рекламы в Челябинской области.

В конкурсе имеют право принимать участие все средства массовой информации, общественные объединения и некоммерческие организации, гражданские активисты Челябинской области.

Работы, представляемые на Конкурс, должны отражать одну из предложенных тем:

* деятельность НКО;
* коммуникации;
* волонтёрство;
* толерантность (в том числе межнациональная);
* образование и культура;
* спорт и здоровье;
* экология и окружающая среда;
* защита семьи, материнства и детства;
* освещение социальных проблем общества;
* помощь незащищённым слоям населения;
* патриотизм;
* общекультурные ценности.

На Конкурс могут быть представлены видео, аудиоматериалы, печатная продукция, а также иные визуальные материалы, рассказывающие о наиболее важных и актуальных социальных проблемах в Челябинской области:

* Наружная реклама (баннеры, рекламные щиты).
* Полиграфическая или сувенирная продукция (плакаты, календари, открытки, наклейки).
* Видеоролики социальной направленности (анимационные фильмы, телевизионные видеоролики, видеоролики на светодиодных экранах), хронометраж до 60 секунд.
* Аудиоролики социальной направленности, хронометраж до 5 минут.
* Статья, интервью, рассказ, опубликованные в СМИ, не более 5000 знаков.
* Социальная фотография, до 3-х фотографий.
* Социальный слоган.
* Интернет-реклама.
* Нестандартная реклама.

**Требования к конкурсным работам:**

1. Работа должна быть полностью выполнена самостоятельно.
2. Количество работ от одного автора не должно превышать трёх, при этом один участник может занять лишь одно призовое место.
3. Запрещается присылать повторно одни и те же работы от разных авторов.
4. Оргкомитет оставляет за собой право снимать с Конкурса работы, не соответствующие условиям Конкурса, нарушающие моральные и этические нормы, работы явно низкого качества.

**Номинации Конкурса:**

* Лучшая наружная реклама:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучшая полиграфическая или сувенирная продукция:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучший видеоролик:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучший аудиоролик:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучшая статья/интервью/рассказ:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучшая социальная фотография:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучший социальный слоган:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучшая интернет-реклама:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

* Лучшая нестандартная реклама:

- автор СМИ;

- автор НКО, гражданский активист.

**Формат предоставляемых материалов:**

* к аудиоматериалам – аудиоролик в формате mp3, avi, хронометражем до 30 секунд.
* к видеоматериалу – видеоролик в формате avi, mpeg4, хронометражем до 5 минут.
* к визуальному материалу (макету) для размещения в печатных СМИ- макет в формате CorelDraw.
* к визуальному материалу (макету) для размещения на щитах уличной рекламы - макет в формате CorelDraw.
* к печатному материалу - максимальный объём — 5 печатных листов А4, шрифт Times New Roman, 12 кегль, межстрочный интервал — 1,5.
* к фотографии - JPG, GIF, максимальный размер — 1280х1024 px, максимальный объём — 350 Кб.
* «Flash-графика»: максимальный объём — 3 Мб.
* «Web-проекты»: максимальный объём — 200 Кб, максимальный размер — 1024 px[[1]](#footnote-1).

**К каждому материалу должно прилагаться:**

1. Заявка в свободной форме для участия в Конкурсе, где указывается:

- ФИО участника,

- дата рождения,

- населённый пункт;

- контактный телефон, e-mail;

- наименование организации, которую представляете на конкурсе;

- должность и место работы/учёбы;

- тема работы (конкурсная номинация);

- формат конкурсных материалов.

2) Краткая аннотация к конкурсным материалам.

**Жюри**

Жюри Конкурса является общественным органом, формируемым для оценки деятельности и проектов участников Конкурса.

Жюри Конкурса формируется из числа экспертов, чья специализация, опыт и профессиональная деятельность непосредственно связаны с профилем деятельности потенциальных участников Конкурса.

Решение о составе жюри принимается организаторами Конкурса;

Функции жюри:

-оценка отобранных и зарегистрированных заявок;

-определение победителей Конкурса по каждой номинации;

Решение жюри Конкурса утверждается организаторами Конкурса.

Конкурсные материалы необходимо направлять до 20 сентября 2016 года в Аппарат Общественной палаты Челябинской области по адресу: город Челябинск, ул. Сони Кривой, 75а, каб. 516; тел. 737-16-22; 737-16-57.

Жюри конкурса оценивает представленные материалы, учитывая их актуальность, содержательность, корректность в изложении заявленной темы, а также качество исполнения в соответствии с критериями оценочного листа.

**Подведение итогов:**

Итоги конкурса подводятся жюри по представленным материалам в октябре 2016 года, оформляются протоколом заседания жюри по каждой номинации за подписью председателя жюри.

Все финалисты конкурса награждаются благодарственными письмами Общественной палаты Челябинской области и ценными подарками от спонсоров проекта**.**

В каждой из номинаций определяется один победитель и несколько призёров, которые получают право **на размещение конкурсных работ на информационных источниках средств массовой информации Челябинской области – информационных партнёров конкурса.**

**Особые отметки:**

1. Конкурсные работы не рецензируются и не возвращаются авторам.
2. Оргкомитет вправе использовать конкурсные работы в качестве иллюстраций учебных пособий, разделов портала, представительской продукции.
3. Исключительные права на все конкурсные работы в полном объёме переходят организатору Конкурса с момента объявления итогов.
4. Итоги конкурса размещаются на официальном сайте Общественной палаты Челябинской области [www.op74.ru](http://www.op74.ru), а также в средствах массовой информации.

1. Все материалы предоставляются на отдельных носителях, которые остаются у организаторов Конкурса (диски, флеш-карты). [↑](#footnote-ref-1)