

Приложение № 1

УТВЕРЖДЕНО
приказом краевого государственного
автономного нетипового
образовательного учреждения
«Краевой центр образования»

ПОЛОЖЕНИЕ

о краевом конкурсе социальной рекламы среди учащихся образовательных организаций Хабаровского края «Край возможностей»

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет цель, задачи, порядок организации и проведения краевого конкурса социальной рекламы среди учащихся образовательных организаций Хабаровского края «Край возможностей» (далее – Конкурс), требования к участникам, критерии отбора победителей.

1.2. Конкурс проводится в рамках дополнительной общеразвивающей общеобразовательной программы по направлению «Медиакоммуникации: журналистика, реклама, PR».

1.3. Конкурс проводится при поддержке Министерства образования и науки Хабаровского края.

1.4. Партнёр конкурса – ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет».

1.5. Непосредственную организацию и проведение регионального этапа Конкурса осуществляет Региональный центр выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи краевого государственного автономного нетипового образовательного учреждения «Краевой центр образования» (далее – КГАНУ КЦО).

1.6. Организаторами Конкурса в муниципальных образованиях являются органы местного самоуправления, осуществляющие управление в сфере образования и культуры.

1.7. Под термином «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. Организатор Конкурса организует прием творческих работ, работу Экспертной комиссии, подведение итогов, награждение победителей и публикует результаты Конкурса.

1.9. Оценка работ участников муниципального этапа осуществляется экспертным советом, который формируется специалистом ОМСУ, ответственным за реализацию направления «Искусство» в муниципалитете и состоит из ведущих специалистов в области медиа, руководителей районных методических объединений, также могут быть привлечены представители СМИ и высших учебных заведений края.

1.10. Экспертная комиссия регионального и заключительного этапов с правами Жюри Конкурса формируется Организатором из авторитетных специалистов в области современного медиаискусства, профессионалов в области PR-технологий и рекламы, представителей педагогической общественности. Решение экспертной комиссии является окончательным, оформляется протоколом.

1.11. Взимание платы за участие в Конкурсе не допускается. Расходы, связанные с проездом осуществляется за счёт направляющей стороны, либо самостоятельно участниками. Организатор предоставляет условия для проживания и питания участников.

2. Цели и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса – актуализация общественной активности детей и молодёжи посредством создания социально значимых медиапродуктов.

2.2. Задачи Конкурса:

- развитие творческого потенциала обучающихся, повышение социальной активности школьников, создание условий для самореализации;
- приобщение детей подросткового возраста к решению острых молодежных социальных проблем, актуальных в крае;
- содействие повышению профессионального уровня и обмен опытом начинающих авторов и опытных специалистов в области социальной рекламы;
- содействие в создании ряда социальных реклам, популяризирующих общечеловеческие ценности и подходящих для демонстрации на общедоступных площадках;
- привлечение внимания детей к комплексному изучению и сохранению природного и культурного наследия своей малой родины;
- развитие патриотического отношения к Родине;
- поддержка творчески одарённых детей и молодёжи в создании и продвижении детских и юношеских работ по социальной рекламе;
- повышение общей культуры и возможности проявления активной гражданской позиции молодого поколения.

3. Номинации Конкурса

3.1. Конкурс проводится по следующим номинациям:

- «Социальный видеоролик»

- «Социальный плакат»
- «Социальный аудиоролик»

3.2. В каждой номинации Конкурса определён перечень тем на выбор участников:

1) Территориальный брейдинг.

Создание и продвижение уникального имиджа территории проживания. Образ места формируется с учётом его исторических, культурных и социальных особенностей. Элементы территориального брендинга: название — должно быть легко запоминающимся и связанным с особенностями территории, логотип — отражает уникальность и привлекательность территории.

2) Семейные ценности.

Совокупность моральных принципов, норм и традиций, которые определяют отношения внутри семьи и передаются из поколения в поколение, формируют основу для создания здоровых и благополучных семейных отношений, способствуют укреплению семейных уз и обеспечивают стабильность семьи как социального института.

3) Историческая память.

Совокупность знаний, представлений и оценок общества о своём прошлом. Включает в себя события, личности, традиции и культурные достижения, которые важны для формирования национальной идентичности и самосознания.

Тема включает в себя вопросы, связанные с воспитанием патриотических чувств, гражданственности, созданием уникального и привлекательного образа территории (региона, района, города), сохранением исторического и культурного наследия, побуждением молодёжи к бережному отношению к природным памятникам и объектам места проживания, профилактикой вандализма и загрязнения окружающей среды.

4. Участники Конкурса

4.1. Участниками Конкурса могут быть обучающиеся образовательных организаций общего, дополнительного образования Хабаровского края в возрасте 12 – 17 лет, принявшие участие в муниципальном этапе Конкурса и занявшие 1-е, 2-е, 3-е места, на основании протоколов, предоставленных органами местного самоуправления. Протоколы муниципального этапа необходимо направить до 10.02.2027 г. на электронную почту olim.27@bk.ru.

4.2. Одну работу может представлять автор или творческий коллектив в составе не более трёх человек и одного педагога образовательной организации или педагога дополнительного образования (далее – Наставник). От одного Наставника участников Конкурса может быть представлено не более трёх работ.

4.3. Конкурс проводится по следующим возрастным категориям:
- средний возраст (обучающиеся 5-8 классов);

- старший возраст (обучающиеся 9-11 классов).

4.4. Подавая Заявку на участие в Конкурсе, участник(-ки) или законные представители участника(-ков) в соответствии с требованиями ст. 9 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», подтверждают тем самым свое согласие на обработку их персональных данных (данных ребенка) и предоставляют организаторам право осуществлять действия (операции) с их персональными данными, включая сбор, систематизацию, накопление, хранение, обновление, изменение, использование, обезличивание, блокирование и уничтожение.

5. Сроки, место и порядок проведения Конкурса

5.1. Конкурс проводится в три этапа: муниципальный, региональный (отборочный) и заключительный. Формат муниципального этапа муниципалитеты определяют самостоятельно. Региональный этап проводится в дистанционном формате. Заключительный этап проводится в очном формате.

5.2. Оценка работ участников муниципального, регионального и заключительного этапов осуществляется на основании единых критериев.

5.3. Муниципальный этап Конкурса проводится в период с 01.12.2026 по 20.01.2027 года.

5.4. Региональный этап Конкурса проводится с 10.02.2027 по 21.03.2027 года.

5.5. Заключительный этап Конкурса проводится 04.04.2027 года на базе ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет».

5.6. Для очного участия в Конкурсе участникам необходимо пройти предварительную электронную регистрацию и отборочный тур, который проводится Организатором на основании конкурсных материалов, представленных участниками через электронную регистрационную форму.

5.7. Регистрация участников регионального этапа осуществляется с 01.02.2027 г. по 24.02.2027 г. Ссылка на регистрацию публикуется в информационно-коммуникационной сети «Интернет» на официальных ресурсах Организатора. При заполнении электронной формы указываются: ФИО участника, наименование выбранной номинации Конкурса, муниципалитет, данные об образовательной организации, класс, информация для обратной связи (телефон, электронная почта), ссылка на конкурсные материалы.

5.8. Каждый участник команды регистрируется отдельно, указывая название своей команды.

5.9. Конкурсные материалы располагаются на бесплатных облачных хостингах. Ссылка должна быть активной до окончания Конкурса. Использование других способов передачи файлов не допускаются.

5.10. По результатам регионального отборочного этапа, не позднее 21.03.2027 года, участникам/творческим коллективам, прошедшим отбор, на электронную почту, указанную в регистрационной форме, будут высланы

письма с приглашением к участию в заключительном этапе Конкурса. В случае проведения Конкурса в дистанционном формате, Организаторы обеспечивают трансляцию всех ключевых событий Конкурса в сети Интернет, а информацию, необходимую для доступа к трансляции, направляют участникам, прошедшим предварительный отбор, по электронной почте.

5.11. Программа заключительного этапа Конкурса включает в себя мастер-классы специалистов в области социальной рекламы и современных медиатехнологий, а также практическую работу участников по разработке и созданию социальной рекламы в формате видео, аудиоработ и полиграфического дизайна.

6. Порядок проведения регионального этапа Конкурса

6.1. Для участия в региональном этапе Конкурса допускаются победители и призёры муниципального этапа.

6.2. Участники самостоятельно регистрируются на Конкурс через онлайн-форму. Ссылка на онлайн-форму будет расположена на сайте Организатора не позднее 01.02.2027 года. К онлайн-форме прилагается ссылка на папку с конкурсными материалами. Конкурсные материалы располагаются на бесплатных облачных хостингах. Ссылка должна быть активной до окончания Конкурса.

6.3. Организатор формирует реестр ссылок на файлообменники с материалами конкурсантов и направляет вместе с оценочными ведомостями на электронную почту всем членам экспертной комиссии.

6.4. Технические требования к экспертизе конкурсных материалов и предоставлению оценочных ведомостей регионального этапа Конкурса:

Члены экспертной комиссии регионального этапа Конкурса (далее – Эксперты) проходят по ссылке в файлообменник, где размещены конкурсные материалы участников Конкурса; осуществляют их экспертизу в соответствии с критериями, указанными в настоящем Положении. По окончании экспертизы заполняют оценочные ведомости, присваивают файлу имя (Оценочная ведомость – номинация – ФИО) и отправляет файл со своей электронной почты на почту Организатора. В теме письма в обязательном порядке указывает: «Оценочная ведомость. Номинация. ФИО».

6.5. Организатор Конкурса формирует сводную ведомость и рейтинг участников регионального этапа Конкурса.

6.6. Конкурсная комиссия не предоставляет экспертную документацию (оценочный/экспертный бланк, общую сводную матрицу и др.) и не комментирует принятое решение по итогам Конкурса.

7. Требования к содержанию и оформлению конкурсных работ

Социальная реклама - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума, содействует решению социальных проблем,

благотворительной, гуманистической деятельности. Социальная реклама должна побуждать мыслить, а не предлагать готовые рецепты и решения.

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

- социальная значимость, соответствие конкурсной работы заявленной тематике;
- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- работы должны носить созидательный, жизнеутверждающий характер;
- краткость, лаконичность и оригинальность конкурсной работы;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и мультипликация;
- качество исполнения;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений);

7.2. 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.);
- в материалах, представляемых на конкурс, не должно быть: имен авторов; указания адресов и телефонов; информации о спонсорах; имен политических деятелей и лидеров; религиозных движений, в том числе религиозной символики; названий и упоминаний (логотипов, брендов) товарной рекламы; любых форм упоминаний политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл; изображений всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных; текстов, сцен, звуковых эффектов, указывающих на насилие, а также любой формы проявления ощущения страха или стресса; информации, в любой форме унижающей достоинство человека или отдельной национальной группы людей, несущей какую-либо форму протеста, критики или негативного восприятия человеческого общества или природы;
- содержание и сюжет конкурсной работы не должен противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе Федеральному закону от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

7.3 Представленные работы должны соответствовать следующим техническим условиям:

7.3.1. Социальный плакат должен иметь ключевое изображение и слоган/лозунг (или иной идейный текст) и представляется в электронном отсканированном варианте;

- рисунки могут быть выполнены в любом жанре;
- техника изготовления: художественное изображение, компьютерный рисунок;
- плотность изображения плаката 1/1 не менее 300 dpi (минимальный размер по большей стороне 1200 pix);
- файлы принимаются в формате jpg или pdf (размер одного файла не должен превышать 2 Мб).

Плакат, не имеющий тематического лозунга/слогана/текста, не принимается.

7.3.2. Видеоролик социальной направленности (непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров в игровой или анимационной форме) предоставляется в электронном формате mp4, соотношение сторон 16:9, разрешение в пикселях 1280x720, ограничения по объему до 700 Мб (хронометраж не более 2 минут);

- анимационные фильмы могут быть созданы с помощью различных техник и технологий, в т.ч. компьютерных, и должны быть длительностью не более 2-х минут;

- при записи необходимо удерживать записывающее устройство в горизонтальном положении. Недопустима вертикальная ориентация видеозаписи;

- музыкальное сопровождение в видеосюжете должно быть оригинальным (авторским), либо принадлежать к категории общественного достояния;

- видеоролик должен начинаться с информационной заставки: название видеоролика, ФИО участника/команды, ФИО наставника (при наличии), наименование образовательной организации;

- в видеоролике должны быть титры, содержащие слоган/лозунг;

- видеоролик должен быть на русском языке, иметь синхронный перевод на русский язык или субтитры на русском языке;

- формат – mp4, соотношение сторон 16:9, разрешение в пикселях 1280x720.

7.3.3. Аудиоролик – аудиоматериал продолжительностью от 30 секунд до 2-х минут. Работы без текста аудиоролика не принимаются.

8. Подведение итогов регионального этапа Конкурса и критерии оценки работ

8.1. Итоги регионального этапа Конкурса подводятся по номинациям. Итоговый балл начисляется с учётом оценки конкурсной комиссии.

8.2. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации «Социальный плакат»:

- соответствие заявленной теме номинации и требованиям, предъявляемым к конкурсным работам;
- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- краткость, лаконичность текста рекламы;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски (цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.);
- достоверность сведений, содержащихся в конкурсной работе.

8.3. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации «Социальный видеоролик»:

соответствие заявленной теме номинации и требованиям, предъявляемым к конкурсным работам;

- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- оригинальность сюжета для воплощения идеи;
- эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.);
- достоверность сведений, содержащихся в конкурсной работе.

8.3. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале за каждый критерий в номинации «Социальный аудиоролик»:

соответствие заявленной теме номинации и требованиям, предъявляемым к конкурсным работам;

- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;
- оригинальность сюжета для воплощения идеи;
- эмоциональное воздействие (использование цвета, звука, музыкального сопровождения и т.п.);
- достоверность сведений, содержащихся в конкурсной работе.

9. Порядок проведения заключительного этапа Конкурса

9.1. Для участия в заключительном этапе Конкурса приглашаются 10 участников/команд регионального отборочного этапа Конкурса, набравшие наибольшее количество баллов.

9.2. Участие в заключительном этапе конкурса предполагает создание конкурсных творческих работ непосредственно во время его проведения. Темы и условия выполнения творческих работ оглашаются во время торжественного открытия заключительного этапа Конкурса.

9.3. Участникам/творческим коллективам для участия в Конкурсе необходимо иметь оборудование для фото/видео съемки, записи звука. Монтаж отснятых материалов осуществляется на оборудовании Организатора.

9.4. Технические требования, предъявляемые к создаваемым творческим работам, объявляются во время организационного собрания участников, которое проводится сразу после торжественной церемонии открытия заключительного этапа Конкурса.

9.5. Форматы представления конкурсного задания:

9.5.1. Выступление участников Конкурса (индивидуальное или командное) с демонстрацией выполненного конкурсного задания. Продолжительность - до 7 минут.

9.5.2. Брифинг: ответы участников конкурсного испытания на вопросы Жюри. Продолжительность - до 3-х минут.

Общее время представления конкурсного задания – до 10 минут.

9.6. Критерии оценивания:

- 1) новизна/инновационность рекламного материала (от 1 до 5 баллов);
- 2) соблюдение правил композиции и выбора цветовой гаммы
- 3) эффективность рекламного материала (от 1 до 5 баллов);
- 4) оригинальность подхода, культура публичного выступления (от 1 до 5 баллов);
- 5) уместность использования материалов, их эстетичность (от 1 до 5 баллов);
- 6) знание предмета, уровень аргументации, объективность в оценках (от 1 до 5 баллов);
- 7) убедительность, полнота, корректность подачи информации, уместность и сбалансированность информации (от 1 до 5 баллов);
- 8) четкость и лаконичность в ответах, способность быстро ориентироваться в вопросах предметной области (от 1 до 5 баллов).

9.7. Решение Жюри является окончательным, оформляется протоколом.

10. Подведение итогов Конкурса.

10.1. В каждой номинации Конкурса будут определены победитель и призёры, занявшие 2 и 3 место в каждой из возрастных категорий. Организатор Конкурса оставляет за собой право введения дополнительных номинаций и учреждение специальных призов.

10.2. Все участники очного этапа Конкурса, не занявшие призовые места, получают сертификаты участников. Участники заочного отборочного этапа получают электронные сертификаты, которые будут им высланы на электронную почту, указанную при регистрации в течении 30 дней после подведения итогов Конкурса.

10.3. Награждение и объявление победителей и призёров Конкурса проводится в торжественной обстановке.

10.4. По итогам Конкурса Организатор формирует (публикует по согласованию) электронный буклет/видеофильм лучших рекламных продуктов.

11. Заключительные положения

11.1. Информация о порядке участия, сроках и местах проведения, победителях и призерах Конкурса доводятся до заинтересованных лиц путем размещения на официальном сайте Организатора.

11.2. Участники Конкурса представляют Организатору право на публичное использование работ, фото и видеоматериалов, представленных на Конкурс, и их демонстрацию в информационных, презентационных и прочих целях, обработку своих персональных данных.

11.3. Участие в Конкурсе означает полное согласие и принятие правил данного Положения.

11.4. Финансирование Конкурса осуществляется за счет средств бюджета Хабаровского края, выделенных на реализацию государственного задания КГАНОУ КЦО.