

«Утверждаю»

Руководитель дирекции конкурса,
Президент Межрегионального
общественного фонда

«Мир молодежи»


_____ / **Е.В. Мартынов** /

« март » 2018 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении
IX Всероссийского конкурса социальной рекламы
«Новый Взгляд»

г. Москва
2018 год

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение регламентирует статус и порядок проведения IX Всероссийского конкурса социальной рекламы «Новый Взгляд» (далее – конкурс), требования к участникам, этапы оценивания работ, 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 (далее – соорганизаторы) выступают:

- Министерство транспорта Российской Федерации (тема «Безопасность на транспорте – дело всех и каждого»);
- Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (тема «Доступная и качественная медицина»);
- Федеральное медико-биологическое агенство (тема «Ответственный донор»);
- Главное управление по обеспечению безопасности дорожного движения МВД России (тема «Молодежь за безопасность дорожного движения!»);
- Генеральная прокуратура Российской Федерации (на согласовании);
- Федеральное агентство по делам молодежи (на согласовании).

1.4. Описание тем конкурса:

- **Тема «Безопасность на транспорте – дело всех и каждого»** направлена на популяризацию роли не только государства, но и граждан в формировании эффективных мер, направленных на обеспечение безопасности всех видов транспорта.
- **Тема «Доступная и качественная медицина»** направлена на информирование граждан об их правах на получение своевременной, доступной, качественной и эффективной медицинской и лекарственной помощи вне зависимости от возраста и места проживания. Каждый россиянин имеет право на бесплатную медицинскую помощь, а отказ в ее предоставлении является грубым правонарушением. Работы конкурсантов могут отражать, в том числе, и алгоритм действия пациента при возникновении спорных ситуаций в лечебном учреждении: сначала необходимо обратиться в администрацию больницы или поликлиники (дежурному врачу, главному врачу) - затем (если вопрос не решился) – позвонить в страховую компанию (номер телефона указан на полисе ОМС) и т.д. Последняя инстанция – Росздравнадзор. Главный посыл – любую проблему нужно озвучивать непосредственно на месте, что значительно ускоряет время ее решения.
- **Тема «Ответственный донор»** направлена на формирование ответственного отношения к жизни человека. Прежде всего, это ответственность социальная: каждая донация может спасти чью-то жизнь, вернуть здоровье, сделать счастливыми родственников, не потерявших близкого человека. Также это личная ответственность и перед тем, кому будет перелита донорская кровь, и перед самим собой. Поэтому донор должен быть здоровым, правильно питаться, не иметь вредных привычек, следить за режимом труда и отдыха. Ответственный донор не ограничивается однократной донацией в ходе какой-нибудь акции, он делает это на постоянной основе, соблюдая все требования, нормы и правила.
- **Тема «Молодежь за безопасность дорожного движения»** направлена на популяризацию соблюдения Правил дорожного движения и демонстрацию

нетерпимости общества к нарушителям ПДД. Тема призывает к недопустимости нарушений Правил дорожного движения и указывает на последствия их нарушения. Участники дорожного движения должны соблюдать законопослушное поведение. В работах также могут быть учтены такие направления, как «безопасность пешеходов на пешеходных переходах» и «безопасность детей-пассажиров».

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 (отдельные авторы и творческие коллективы, физические и юридические лица), подавшие заявку на официальный сайт конкурса в соответствии с условиями конкурса.

2.2. Возраст авторов и соавторов проектов (в том числе подавших заявку от юридического лица) – **от 14 до 30 лет.**

2.3. Участие в конкурсе бесплатное.

2.4. 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.

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

- заполнить анкету участника;
- загрузить авторские работы.

2.6. Конкурс проводится по двум номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик.

2.7. 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 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://tvooykonkurs.ru> в формате MP4.

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.

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

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

2.10. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не допускаются Дирекцией конкурса до рассмотрения Экспертной комиссией.

2.11. 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 (недостоверных 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.

2.12. 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, соорганизатору, 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 полуфиналистов, финалистов и победителей конкурса.

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

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

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

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

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

2.18. На официальном сайте публикуются для общего просмотра случайно выбранные работы. Отсутствие работы в разделе «Работы 2018» не означает, что она не принята. Все поступившие работы будут рассмотрены Экспертной комиссией.

3. Порядок организации и проведения конкурса

Конкурс проводится в два этапа:

3.1. Первый этап – региональный (15 марта – 20 сентября 2018 года). Конкурсные работы принимаются с **15 марта** 12.00 часов (время московское) до **20 сентября** 2018 года 23.59 часов (время московское) на официальном сайте конкурса tvoikonkurs.rf.

3.2. Второй этап – федеральный (21 сентября – 30 ноября 2018 года), реализуется с целью экспертной оценки конкурсных работ, определения и утверждения полуфиналистов, финалистов, победителей конкурса, проведения Официальных церемоний награждения.

4. Порядок определения полуфиналистов, финалистов и победителей конкурса

4.1. Определение полуфиналистов, финалистов и победителей конкурса проходит в три этапа:

1 этап отбора предполагает проведение заседаний Экспертных комиссий по специальным темам при организаторах в составе представителей ведомства (организатора), дирекции конкурса, партнеров специальной темы. На заседании проводится отбор работ в соответствии с положением конкурса по следующим критериям:

- 4.1.1. соответствие работ заявленной специальной теме конкурса;
- 4.1.2. соответствие техническим требованиям к работам;
- 4.1.3. идея и качество исполнения работы;
- 4.1.4. отсутствие нарушений авторских прав.

Работы, отобранные на заседаниях Экспертных комиссий, считаются вышедшими в полуфинал конкурса, а их авторы становятся полуфиналистами.

2 этап отбора предполагает проведение заседания Экспертного совета в составе представителей профессионального рекламного сообщества, общественных объединений, образовательных организаций, Дирекции и организаторов конкурса. Состав Экспертного совета утверждается Дирекцией и Жюри конкурса. На заседании Экспертного совета проводится отбор работ финалистов IX Всероссийского конкурса социальной рекламы «Новый Взгляд» по следующим критериям:

- 4.2.1. креативность и новизна авторской идеи;
- 4.2.2. эффективность работы как инструмента решения социальной проблемы;
- 4.2.3. лаконичность и доступность рекламного сообщения для целевой аудитории;
- 4.2.4. соответствие работы Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»;
- 4.2.5. отсутствие скрытой коммерческой рекламы в работе.

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 организаторов 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:

4.3.1. аргументированность и глубина раскрытия содержания темы работы;

4.3.2. грамотность, профессионализм решения, эффективность рекламных и социальных методик и технологий;

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

4.3.4. 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.

5. Награждение победителей и финалистов конкурса

5.1. В каждой номинации конкурса устанавливается три призовых места.

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

5.3. Победители конкурса награждаются дипломами с указанием призового места и получают ценные памятные призы.

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

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

5.6. Награждения победителей и финалистов конкурса по каждой объявленной теме в п.1, состоятся в стенах ведомств соорганизаторов конкурса в ноябре 2018 года.

5.7. Итоги конкурса будут размещены на официальном сайте конкурса твойконкурс.рф. Срок размещения итогов конкурса - до 10 декабря 2018 года.

6. Использование конкурсных работ

6.1. 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.

6.2. 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).

6.3. Из числа работ победителей и финалистов может быть сформирован каталог конкурса.

7. Прочие условия

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

7.2. 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 или организационные структуры конкурса понесут какие-либо убытки от претензий третьих лиц из-за действий участника, Дирекция оставляет за собой право обратиться с требованием о возмещении таких убытков к виновному участнику конкурса.

7.3. В случае возникновения претензий участника к Дирекции конкурса или организационным структурам, обязателен досудебный порядок разрешения спора. Претензии направляются заказным письмом с уведомлением о вручении адресату и подлежат обязательному рассмотрению в течение 10 календарных дней с даты их получения. При не достижении согласия, спор рассматривается в суде по месту нахождения дирекции конкурса, указанном в п. 8.1. положения.

8. Контактная информация

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

8.2. 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.

БРАТЬ ВЗЯТКИ

**ДОРОГО
ДОЛГО**

ВЗЯТКА ЛИШЕНИЕ СВОБОДЫ НА СРОК ДО 10 ЛЕТ СО ШТРАФОМ
В РАЗМЕРЕ ПЯТИДЕСЯТИКРАТНОЙ СУММЫ ВЗЯТКИ
СТАТЬЯ УК РФ 290