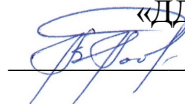


Утверждаю
Директор ГБОУ ДО ПСО
«ДЮ «Радуга»
В.Б. Сидоров



Положение

об областном конкурсе социальной рекламы «Мы выбираем будущее!»

1. Общие положения

Областной конкурс социальной рекламы «Мы выбираем будущее!» (далее – Конкурс) организуется и проводится Государственным бюджетным образовательным учреждением дополнительного образования Псковской области «Дом детства и юношества «Радуга».

В рамках профилактики новой коронавирусной инфекции (COVID-19), реализации комплекса организационных, профилактических, санитарно-противоэпидемических мероприятий, проведение которых обеспечивает предупреждение возникновения и распространения случаев заболевания новой коронавирусной инфекцией, Конкурс пройдет в дистанционном формате.

Конкурс проводится **целью** воспитания позитивной гражданской и добровольческой позиции подрастающего поколения, реализуемое через общественно-значимое творчество по созданию социальной рекламы, направленной на решение актуальных проблем современного общества.

Задачи

- привлечение внимания молодых людей к решению актуальных социальных проблем местного сообщества, различных территорий Псковской области;
- приобретение обучающимися умений социального сотрудничества, конструктивного взаимодействия с группами граждан, различными уровнями власти и общественными организациями;
- профилактика асоциальных проявлений в детской и юношеской среде, создание условий для формирования активной социальной позиции подростков;
- определение лучших работ в области социальной рекламы.

2. Участники Конкурса

В Конкурсе могут принять участие обучающиеся образовательных учреждений всех видов и типов, в возрасте 11 – 18 лет, желающие внести свой личный вклад в улучшение жизни общества в родном селе, городе, районе, регионе.

Две возрастные группы: 11 – 13 лет; 14 – 17 лет.

3. Условия Конкурса

Работы на Конкурс принимаются по двум номинациям:

- **Плакат** (изображение в формате JPEG/JPG, сопровождающееся лозунгом/иным идейным текстом рисунок, фотография, коллаж, компьютерная графика. Фотографии и рисунки должны быть авторскими).
- **Видеоролик** (видео формат (Windows Media Video, Apple Quick Time, MPEG 1-4, DivX, XviD, 3gp и т.д.) длительностью не более 3 минут. Работы, выполненные в формате презентации Microsoft PowerPoint, не принимаются!)

Темы:

«Семья – основа жизни» - в работе могут быть показаны образы и ситуации семейной жизни, приносящие согласие и единство её членам - совместный труд, чувство взаимности,

сопереживание дружеских уз, воспитание детей, теплота родительской опеки и домашнего очага. Особую ценность представляют работы, которые комплексно и доходчиво говорят о самых важных критериях семейной жизни: о любви в семье, о согласии между взрослыми - глазами ребенка, о преемственности поколений, а также отражающие готовность помочь тем, кто лишен семьи и детства.

«Дорогой добрых дел» - номинация посвящается аспекту добровольчества. В этой работе участник должен сформировать образ, отражающий важность добровольного труда и помощи своим близким, людям, людям с ограниченными способностями, нуждающимся в опеке, друзьям и природе.

«Я, ты, он, она - вместе целая страна!» - номинация посвящена толерантности человеческих отношений. В данной рекламной работе важно показать, что каждая страна и, конечно же, Россия являются огромным сообществом мирных, культурных людей, где каждый может иметь свой особенный внутренний мир - национальный, религиозный, творческий, социальный. Важно выразить в своей работе мысль о том, что любое сообщество есть единство - родина, братство, дружба, человечество, культура, планета.

«Быть молодым –смело мечтать и дерзать» - отражение устремлении современной молодежи.

«Эко-сознание» - разумное отношение к природе и ресурсам, своим потребностям, уважительное отношение с окружающим, здоровью и пространству вокруг.

Заявка (см. Приложение) и конкурсные работы принимаются **до 13 апреля 2021 года** по e-mail: org1009@pskovedu.ru

На Конкурс не допускаются работы:

- не соответствующие требованиям к оформлению;
- работы, в которых использованы логотипы и адреса сторонних ресурсов;
- работы из Интернета (все работы проверяются на плагиат);
- работы, имеющие эротическую составляющую, агрессию, насилие и нецензурную лексику.

4. Награждение

Победитель и призеры определяются по наибольшему количеству набранных баллов.

Победителям и призёрам Конкурса вручаются дипломы I, II, III степени, а участникам, не получившим статус призера/победителя Конкурса, – дипломы за участие.

Дополнительная информация по тел.: 8 (8112)29-81-51 - Семенова Майя Никодимовна, зам. директора; 8 (8112) 29-81-50 – Усошина Марина Германовна, зав.сектором.

Заявка должна быть заполнена на бланке образовательного учреждения

Заявка
для участия в областном конкурсе социальной рекламы
«Мы выбираем будущее!»

Ф.И.О. участника, возраст	Город/район	Образовательное учреждение	Номинация, тема	Название конкурсной работы	Ф.И.О. руководителя (без сокращений), контактный телефон

С условиями Конкурса ознакомлены и согласны. Автор и руководитель не возражают против размещения конкурсной работы на безвозмездной основе в сети Интернет, а также публикаций в печатных средствах массовой информации, в том числе посвященных Конкурсу в некоммерческих целях.

Подпись
М.П.

Дата

Методические рекомендации

1. Социальная реклама - это «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» ФЗ «О рекламе».

2. Наглядная агитация - лозунг, изобразительная часть, текст.

3. Видеоматериалы - информационная часть, лозунг, основной элемент движения, фоновое сопровождение, звуковая часть.

4. Тематический аспект социально значимой информации (в т.ч. социальной рекламы):

- Прикладная социальная реклама - реклама, направленная на свершение рекламополучателем действия: совершение пожертвования, обращения за помощью, собрания единомышленников. Определяется наличием конкретной адресной информации: телефоном, указанием расчетных счетов, дат проведения мероприятий, указания места проведения социальных акций.

- Идеологическая социальная реклама - реклама, направленная на реализацию воспитательных задач, как кратковременного действия, так и безвременного утверждения вечных истин. Определяется отсутствием конкретной адресной информации. Формы выражения: сравнение, интуитивные образы и фразы, противоречия, противостояние, шоковые факты или изображения, символы, духовная направленность, социальная окрашенность, побуждение к жалости и состраданию, пробуждение чувства страха и угрозы, рождение позитивных эмоций.

5. Социальный плакат – это вид социальной рекламы, который выражен художественным изображением актуальной и социально-значимой проблемы.

Он должен:

- привлекать внимание;
- понятно доносить смысл послания;
- моментально восприниматься и запоминаться;
- иметь хорошую видимость на больших расстояниях;
- обладать четким и понятным кадром, на котором акцентировано внимание;
- быть выполнен в эффектной и эффективной цветовой гамме

6. Социальный ролик - это короткий видео сюжет, направленный на изменение мышления и/или поведения людей. Предметом социального ролика является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Продолжительность видео – 3-5 минут. Текст фонограммы, титры и субтитры – на русском языке. На Конкурс не принимаются видеоролики, созданные в формате презентации Microsoft PowerPoint.

ВНИМАНИЕ!

Представляя работу на Конкурс, участник должен учитывать наличие в работе необходимых условий эффективной рекламы:

- работа должна носить позитивный, жизнеутверждающий характер;
- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить действующему законодательству;
- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т. п.;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостовверных сведений).

Критерии оценки работ

Экспертная оценка работ осуществляется по следующим критериям.

- соответствие теме;
- оригинальность идеи;
- качество видео и звука (для видеороликов);
- оформление (эстетичность, наглядность), качество художественного исполнения;
- степень воздействия.

Желаем успехов и побед!