

«УТВЕРЖДАЮ»

Уполномоченный по правам
ребенка в Рязанской области



А.В. Евдокимова

11 ноября 2024 года

ПОЛОЖЕНИЕ
о конкурсе социальной рекламы
«Защита прав детей-инвалидов»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок и сроки проведения Конкурса, требования к работам, критерии их отбора и условия подведения итогов областного Конкурса социальной рекламы «Защита прав детей-инвалидов» (далее – Конкурс).

1.2. Конкурс проводится по инициативе Уполномоченного по правам ребенка в Рязанской области с целью формирования у населения региона уважения к правам детей с инвалидностью.

1.3. К участию в Конкурсе приглашаются жители Рязанской области, рекламные агентства, дизайн-студии.

1.4. Общее руководство организацией и проведением Конкурса осуществляет Оргкомитет (приложение 1).

2. Задачи Конкурса

2.1. Создание условий для проявления активной жизненной и гражданской позиции жителей Рязанской области.

2.2. Формирование приоритета нравственных ценностей как необходимого условия личностного развития.

2.3. Использование современных Интернет-технологий для развития нравственных, позитивных качеств личности и инициативности.

3. Порядок и сроки проведения Конкурса

3.1. Конкурс социальной рекламы проводится с 12 ноября 2024 года по 3 декабря 2024 года в два этапа (1 этап – с 12 по 29 ноября 2024 года – прием заявок; 2 этап – с 30 ноября по 03 декабря 2024 года – подведение итогов, 06 декабря – награждение победителей).

3.2. Для участия в конкурсе предоставляются заявки в соответствии с Приложением 2 к настоящему Положению с 12.11.2024 по 29.11.2024 года на электронную почту: deti@ryazan.gov.ru

К заявке прилагается конкурсная работа в виде социального плаката или видеоролика социальной направленности или социальной инфографики в соответствии с требованиями предусмотренными разделом 4.

3.3. Конкурсные работы, представленные после установленного срока подачи заявки или не отвечающие условиям Конкурса, не рассматриваются.

3.4. Конкурс проводится по следующим темам:

- «Социальный плакат/инфографика» (электронная версия);
- «Социальный видеоролик» (видеоролики для распространения в сети Интернет – электронная версия);

4. 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.

4.1. Требования к содержанию конкурсных работ:

- привлечение внимания к соблюдению и защите прав детей-инвалидов;
- работы должны носить созидательный, жизнеутверждающий характер;
- в материалах, представляемых на конкурс, не должно быть: 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 запрещенной символики, 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;
- работа не должна противоречить законодательству о рекламе.

4.2. Представленные на Конкурс работы должны соответствовать следующим техническим условиям:

1) социальный плакат сопровождается лозунгом или иным идейным текстом и представляется **в электронном виде в формате .jpeg**.

2) видеоролик социальной направленности (непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров в игровой или анимационной форме) предоставляется **в электронном формате .avi, .mov, .flv**, ограничения по объему до 700 Мб (хронометраж не более 60 секунд). Сам ролик не должен содержать сведений об авторе. При использовании музыкального сопровождения обязательно указывать автора музыки и текста, учитывать авторские права.

3) социальная инфографика – **предоставляется в электронном виде в формате .jpeg**., содержит информацию на тему Конкурса.

5. Подведение итогов Конкурса и критерии оценки работ

5.1. Для проведения и подведения итогов Конкурса формируется Жюри (приложение 4).

5.2. Конкурсная комиссия оценивает работы по 5-ти балльной шкале:

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

- привлечение внимания к необходимости соблюдения прав детей-инвалидов;

- краткость, лаконичность работы;

- привлечение внимания к нравственным и духовным ценностям;

- оригинальность сюжета для воплощения идеи;

- эмоциональное воздействие.

5.3. Участники Конкурса, получившие три первых результата в итоговом рейтинге оценок в каждой номинации, признаются: победителями (1 место), призёрами (2 место) и лауреатами (3 место) соответственно, награждаются дипломами и подарками.

5.4. Участники Конкурса награждаются благодарственными письмами.

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

6. Прочие условия

6.1. Организаторы Конкурса оставляют за собой право использовать работы в некоммерческих целях.

6.2. Оргкомитет оставляет за собой право вносить изменения в настоящее Положение.

**Состав оргкомитета конкурса социальной рекламы
«Защита прав детей-инвалидов»:**

1. **Евдокимова Анжелика Владимировна**, Уполномоченный по правам ребёнка в Рязанской области;
2. **Минашкин Алексей Геннадьевич**, начальник отдела по обеспечению деятельности Уполномоченного по правам ребенка в Рязанской области;
3. **Захаров Роман Вячеславович**, руководитель регионального отделения Всероссийского общества родителей детей-инвалидов.

Приложение 2
к Положению о конкурсе
социальной рекламы " Защита прав инвалидов "

Заявка
на участие в конкурсе социальной рекламы
"Защита прав детей-инвалидов"

Название работы	
ФИО участника, наименование организации	
Контактный телефон, адрес электронной почты	

