



ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ «ХРАНИТЬ ВЕЧНО!»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Положение о конкурсе социальной рекламы «Хранить вечно!» (далее Конкурс) определяет цели и задачи Конкурса, порядок его организации, проведения, подведения итогов и награждения победителей.

1.2. Учредитель Конкурса – Региональная общественная организация содействия развитию реставрационной отрасли «СОЮЗ РЕСТАВРАТОРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА» (РОО СРРО СОЮЗ РЕСТАВРАТОРОВ СПб) (далее – Организатор).

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА

2.1. Конкурс приурочен ко Дню реставратора (1 июля) и проводится с целью популяризации профессии реставратора, воспитания чувства уважения и бережного отношения к историческим и культурным ценностям, воспитание молодежи через творчество в форме социальной рекламы, утверждающей общечеловеческие ценности: ответственность, милосердие, вера, дружелюбие, патриотизм, миротворчество, чувство красоты и гармонии, а также направленной на решение социальных проблем современного общества.

2.2. Задачи Конкурса:

- приобщение учащихся к истории и культуре Санкт-Петербурга, России;
- развитие творческого потенциала учащихся путем вовлечения их в активную творческую деятельность;
- воспитание нравственности, позитивного и созидательного образа мышления.

3. ОРГАНИЗАТОР КОНКУРСА

3.1. Организатор Конкурса - назначает оргкомитет Конкурса.

Обязанности Оргкомитета:

- осуществлять общее руководство Конкурсом;
- утверждать план подготовки Конкурса;
- определяет состав жюри и участников;
- организация и проведение церемонии награждения победителей Конкурса;
- обеспечить информационное обеспечение Конкурса;
- приобретение необходимого количества призов для участников Конкурса;
- организация и проведение выставки лучших работ участников Конкурса.
- создание равных условий для всех участников Конкурса;
- обеспечение гласности проведения Конкурса;
- недопущение разглашения сведений о промежуточных и окончательных результатах Конкурса ранее даты официального объявления результатов Конкурса.

4. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

4.1. В Конкурсе могут принимать участие учащиеся средне-профессиональных, средне-специальных и высших учебных учреждений Санкт-Петербурга, Ленинградской области и других регионов России.

4.2. Возраст участников – до 25 лет.

4.3. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера об охране памятников и исторических мест по одной или нескольким номинациям Конкурса, отвечающий целям и задачам Конкурса.

4.3. Заявки с указанием данных участников, по форме согласно Приложению № 1 и/или Приложению № 2 к настоящему Положению, необходимо отправить в оргкомитет Конкурса до **06.06.2021** года на электронную почту Союза реставраторов Санкт-Петербурга – soyuz.spb@mail.ru.

4.4. Для Конкурса необходимо предоставить заполненную заявку, медиа файлы (записанные на CD или USB-накопитель) в офис Союза реставраторов Санкт-Петербурга до **20.06.2021** года (СПб, ул. Большая Морская, дом 52, Дом Архитектора), контактное лицо – Лидия Александровна Верник, зам. ген. директора по связям с общественностью Союза реставраторов Санкт-Петербурга).

5. СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

5.1. Даты проведения Конкурса - **31 марта 2021 – 1 июля 2021** года.

6. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

6.1. Под понятием «социальная (некоммерческая) реклама» организаторы конкурса понимают информацию, направленную на решение социальных проблем, содействие духовно-просветительской, благотворительной и иной гуманистической деятельности общества, основывающейся на выражении устоев нравственности в наиболее позитивной, лаконичной, доходчивой и толерантной форме. Ключевое для работы определение понятия **ответственность** – способность человека анализировать ситуацию, заранее прогнозировать последствия (весь комплекс следствий) своих действий или бездействий в данной ситуации и делать выбор формы своих поступков с готовностью принять последствия выбора, как неизбежные свершившиеся факты.

6.2. Работа может содержать призыв к бережному отношению к объектам культурного наследия, к уважительному отношению к профессии реставратора, а также может сопровождаться рекламным слоганом или иным авторским текстом, апеллирующим к чувству уважения перед культурным наследием Санкт-Петербурга, России.

6.3. Конкурс проводится по 3 номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик;
- социальный комикс.

6.3.1. **Социальный плакат** – авторский макет плаката может быть выполнен в виде коллажа, фотоколлажа, фотографии, а также посредством графического дизайна при помощи цифровых технологий. На плакате должна быть указана следующая информация: название конкурса, тема, по которой представлена данная работа, ФИО автора (авторского коллектива).

6.3.2. **Социальный видеоролик** – авторский видеоролик, снятый по оригинальному сценарию общим хронометражем не более 45 секунд, смонтированный или обработанный при помощи цифровых технологий. В начале видеоролика должна быть указана следующая информация: название конкурса, тема, по которой представлена данная работа, название конкурсной работы, ФИО автора (авторского коллектива).

6.3.3. **Социальный комикс** – авторский макет серии изображений, связанных одной историей на заданную тему. Макет может быть выполнен посредством графического изображения или при помощи цифровых технологий. Серия изображений не может превышать 10 картинок. На одном из изображений должна быть указана следующая информация: название конкурса, тема, по которой представлена данная работа, ФИО автора (авторского коллектива).

6.4. Все номинации конкурса («Социальный плакат», «Социальный видеоролик», «Социальный комикс») объединены общей темой - бережное отношение к памятникам, объектам культурного наследия. Главная идея конкурса – это вклад его участников в развенчании существующих мифов о правилах поведения рядом с памятниками и формирование позиции сознательного и ответственного члена общества. Существующая традиция «потереть на счастье» часть скульптуры, или выбор якобы необычного ракурса для фотокадра с архитектурным памятником представляют собой серьезную угрозу для объектов

культурного наследия, находящихся в общедоступных местах. **Девиз конкурса социальной рекламы объединен смысловым хэштегом #толькобезрук, который и рекомендуется использовать при создании авторских произведений.**

6.5. Работы могут быть индивидуальными или коллективными (3-5 человек). Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера по одной или нескольким из установленных организатором конкурса номинаций и тем, отвечающим целям и задачам конкурса.

6.6. На Конкурс принимаются конкурсные работы:

- Социальные плакаты и комиксы в цифровом формате (необходимы следующие расширения jpg, pdf, tif).

- Социальные видеоролики в электронном виде в формате mpeg4, avi, wmv.

- Названия файлов должны содержать фамилию автора и название работы (обязательно!). Например, Ivanov_mougoroddlyavas.jpg

6.7. В сопроводительной аннотации указывается название фотографии, Ф.И.О. автора (авторского коллектива), полное наименование и адрес образовательного учреждения.

6.8. К плакатам прилагается краткая информация, раскрывающая их содержание, и анкета-заявка по форме согласно Приложению № 1 к настоящему Положению.

6.9. К видеороликам прилагается сценарий, аннотация, раскрывающая их содержание, и анкета по форме согласно Приложению № 2 к настоящему Положению.

6.10. Сбор авторских работ, а также необходимых документов для участия в Конкурсе осуществляют образовательные учреждения и далее направляют их организатору Конкурса.

6.11. Авторские работы, поступившие на Конкурс, могут использоваться Организатором Конкурса для публикаций в СМИ, на выставках, для рекламных и иных целей.

7. ЖЮРИ КОНКУРСА

7.1. В целях оценки участников Конкурса и определения победителей создается Жюри.

7.2. Состав Жюри определяется оргкомитетом.

7.3. Члены Жюри обязаны соблюдать Положение.

7.4. Результатом работы Жюри является заполненная и подписанная оценочная ведомость.

7.5. Итоги работы Жюри обсуждению и пересмотру не подлежат.

7.6. Жюри Конкурса оценивает конкурсные работы по 10-балльной системе по следующим критериям:

- соответствие целям и задачам Конкурса;
- мастерство и качество выполнения работ;
- оригинальность и эстетика исполнения.

8. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНКУРСА

8.1. Итоги Конкурса должны быть подведены и объявлены 01 июля 2021 года.

8.2. Итоги Конкурса размещаются на официальном сайте Организатора www.srspb.ru.

9. НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСА

9.1. Награждение победителей Конкурса осуществляется после подведения итогов Конкурса и подписания протокола.

9.2. Информация о дате, месте и времени проведения церемонии награждения победителей Конкурса доводится до сведения всех победителей Конкурса с помощью телефонной связи за 3 рабочих дня до начала мероприятия. Организаторы оставляют за собой право менять дату и время проведения награждения победителей.

9.3. Победители Конкурса награждаются дипломами и памятными подарками.

Консультации и справки по вопросам проведения Конкурса:

Лидия Александровна Верник, зам. ген. директора по связям с общественностью
Союза реставраторов Санкт-Петербурга

Раб.тел. +7(812)314-49-21,

моб. телефон: +7911-931-59-92,

e-mail: soyuz.spb@mail.ru

**ЗАЯВКА
на участие в Конкурсе социальной рекламы «Хранить вечно!»**

Название учебного заведения (полностью) _____

Контактная информация: телефон, факс _____

Номинация:

Название работы:

Синопсис произведения:

№	ФИО автора(участников авторского коллектива) № группы, курс	Возраст участника	ФИО руководителя команды, должность, контактный телефон
1			
2			
3			
4			

« ____ » _____ 2021 г.

Директор

(ФИО, подпись)

СЦЕНАРНЫЙ ПЛАН
видеоролика
Конкурса социальной рекламы «Хранить вечно!»

Название видеофильма: _____

Участники съемочной группы (режиссер, сценарист, оператор, актеры, монтажер):

Авторские произведения, использованные в видеоролике, с указанием их автора (-ов) (музыка, видео, звуковые файлы):

Сценарий видеоролика:

« ____ » _____ 2021 г.

Директор

(ФИО, подпись)