



Первый общероссийский семинар

руководителей конкурсов и фестивалей социальной рекламы

г. Москва,

15-16 июня 2021 г.

культурный центр «Хитровка»

Первый общероссийский семинар руководителей конкурсов и фестивалей социальной рекламы состоялся 15-16 июня 2021 г. в Культурном центре «Хитровка».

Цели семинара:

- профессиональное обсуждение актуальных задач организации и проведения региональных смотров социальной рекламы
- выработка единых подходов к оценке качества конкурсных проектов в сфере социальной рекламы

Ожидаемые результаты:

выработка методических рекомендаций по качеству социальной рекламы, представленной на российских конкурсах и фестивалях социальной рекламы

Ход подготовки:

Первоначально при планировании проведения данного семинара на уровне заявки проекта была проанализировано количество подобных региональных фестивалей и конкурсов в России – список включал 20 наименований.

При подготовке семинара был проведен мониторинг фестивального и конкурсного пространства и составлена расширенная база таких мероприятий. Список составил 33 региональных фестиваля и конкурса.

По этой базе можно определить направленность данных мероприятий, которая делится на несколько типов:

1. Обще тематические разновозрастные мероприятия, включающие множество номинаций и тематическое разнообразие

2. Студенческие фестивали и конкурсы
3. Конкурсы для школьников
4. Конкурсы, организуемые государственными ведомствами

Государственные ведомства, такие как МВД и МЧС, проводят ежегодные конкурсы по социальной тематике. Так, МВД проводит антинаркотические конкурсы во всех 85 регионах РФ. Количество конкурсов, организуемых МЧС в регионах, составляет около 30. К сожалению, руководство данных ведомств не смогло принять решение об участии их представителей в данном семинаре, но мы планируем обязательно приглашать их к активному участию в следующих семинарах.

В результате проведения переговоров с участниками Первого общероссийского семинара руководителей конкурсов и фестивалей социальной рекламы принять участие в нем смогли 20 участников из 17 регионов РФ. Список участников прилагается к отчету по этапу.

Список регионов, принявших участие в семинаре:

1. Благовещенск
2. Волгоград
3. Екатеринбург
4. Казань
5. Москва
6. Нефтеюганск
7. Нижневартовск
8. Новосибирск
9. Омск
10. Пермь
11. Самара
12. Санкт-Петербург
13. Сургут
14. Тверь
15. Тула
16. Хабаровск
17. Ханты-Мансийск

Было принято решение, что трое самых опытных руководителей из числа участников семинара переводятся в статус экспертов семинара и совместно с организаторами семинара принимают участие в экспертизе и оценке учебных заданий, включенных в программу семинара.

Таким образом, статус экспертов семинара получили:

1. Владимир Бебех, руководитель Окружного форума социальной рекламы (г. Сургут), который с 2011 года провел уже 8 форумов в Югре
2. Ольга Зубкова, руководитель международного кинофестиваля «Лампа» (г. Пермь), фестиваль организован в 2014 году
3. Сергей Дорогань, руководитель международного конкурса социального плаката «Третий путь» (г. Тула), организованного в 2016 г.

Также была составлена программа семинара, включающая, кроме пленарной части, лекционную и экспертную часть, основанную на выступлениях экспертов рынка, тренинговую часть и финальное подведение итогов, на базе которых составлены методические рекомендации по проведению творческих конкурсов и фестивалей по направлению «Социальная реклама и коммуникации». В конце программы первого дня семинара был проведен кинопоказ видеороликов лучшей социальной рекламы мира из коллекции ABC show.

Программа и презентация семинара прилагается к отчету по первому этапу проекта.

В пленарной части приняли выступили следующие эксперты:

- председатель Комиссии по развитию некоммерческого сектора и поддержке социально ориентированных НКО ОП РФ **Е.А. Тополева-Солдунова**;
- директор Института социально-экономического проектирования **А.Е. Шадрин**
- заместитель декана факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «ВШЭ» **Д.В. Шелухин**;
- вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России **Е.Ю. Решетова**

В экспертной части выступили следующие специалисты:

- **Ольга Зубкова** с темой «Критерии успешности международного события (на опыте фестиваля «Лампа» (Пермь)
- **Сергей Дорогань** с темой «Анализ опыта международного конкурса плаката «Третий путь» (Тула)
- **Владимир Бебех** с темой «Региональный форум как стратегический социальный ивент (на опыте окружного форума социальной рекламы (Сургут)

В лекционной части приняли участие следующие эксперты:

- **Гюзелла Николайшвили**, директор АНО «Лаборатория социальной рекламы», доцент факультета коммуникаций, медиа и дизайна

НИУ «Высшая школа экономики», руководитель проекта «Повышение эффективности социальной рекламы в России» с установочной лекцией «5 правил и 5 ошибок социальной рекламы» и проведением видеопрактикума «Три слоя социальной рекламы» с последующим обсуждением

- **Светлана Шевченко**, руководитель направления социальных проектов компании «Искусство тренинга» с темой «Психология социальной рекламы» и проведением мозгового штурма и дискуссии в формате Open Space с выработкой критериев качества социальной рекламы по ключевым проблематикам
- **Владимир Вайнер**, заведующий Центром инновационных экосистем НИУ «Высшая школа экономики», руководитель всероссийского конкурса «Реклама будущего» с темой «Оценка качества и эффективности социальной рекламы».
- **Софья Прохорова**, специалист Ассоциации «Юристы – за гражданское общество» с темой «Юридические аспекты социальной рекламы».

Модераторы семинара:

- **Гюзелла Николайшвили**, руководитель проекта
- **Инга Лев**, руководитель пресс-службы проекта

Методическое и административное обеспечение работы семинара:

- **Елена Шостаковская**, руководитель методического отдела проекта
- **Александра Григорьева**, администратор семинара

Всем участникам семинара были вручены сертификаты специалиста по социальной рекламе.

Результаты проекта:

За два дня работы на семинары участники получили следующие результаты:

1. Выработанные общие для региональных конкурсов и фестивалей социальной рекламы подходы к оценке конкурсных работ
2. Критерии, которые важно иметь каждому конкурсу и фестивалю в своём Положении, чтобы дать авторам и заказчикам социальной рекламы чёткое понимание требований к современным социальным кампаниям
3. Рекомендации по деятельности самих региональных конкурсов и фестивалей для повышения их роли в профессиональной среде, среди разработчиков, авторов и заказчиков социальной рекламы.

Продвижение результатов семинара: презентация итогов семинара в Координационном совете по социальной рекламе и социальным коммуникациям Общественной палаты РФ – состоялась 28 июля 2021 г. на

заседании совета – фото и презентация прилагается, докладчик – **Инга Лев**, руководитель пресс-службы проекта

- созданные модельные методические рекомендации по проведению творческих конкурсов и фестивалей по направлению «Социальная реклама и коммуникации»
- продвижение результатов семинара в региональных и федеральных СМИ – о проведении семинара было опубликовано 65 материалов, из которых 8 – в федеральных СМИ
- распространение методических материалов в профильных министерствах и ведомствах регионального и федерального уровней
- презентация семинара на X Международной конференции «Повышение эффективности социальной рекламы в России» в ноябре 2021 г. в Общественной палате РФ

Основные выводы:

Социальная реклама становится всё более востребованной в России, её роль в работе с важными для общества проблемами оценили не только некоммерческие организации, но и государственные органы, и коммерческие компании. Фестивали и конкурсы социальной рекламы призваны повысить уровень профессионализма отрасли, но региональным организаторам зачастую не хватает информированности о том, что и как делают коллеги.

Задачей Первого общероссийского семинара руководителей было профессиональное обсуждение актуальных задач организации и проведения региональных смотров социальной рекламы, возможностей повышения уровня работ-участников. И крайне важно, что выработка итоговых методик и рекомендаций стала, как и задумывали организаторы, коллективной работой самих практиков – руководителей региональных смотров. Это означает, что все выработанные подходы и методики будут применяться в работе организаторов и жюри региональных конкурсов и фестивалей социальной рекламы – ведь их авторами стали руководители самих смотров.