Клубнику на заметку

 (информационно-методическое письмо)

 Информационное обеспечение организации и проведения мероприятия

 Качество информационного обеспечения должно соответствовать требованиям Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 23.07.2008) «О защите прав потребителей». Информационное обеспечение подразумевает:

- формирование информации в соответствии с принципами полноты, достаточности и необходимости представляемых сведений;

- информацию, доступную всем потребителям услуги.

 В плане работы оргкомитета по организации мероприятия одним из первых направлений указывается система информационного обеспечения, включающая разработку:

- маркетинговых действий (в течение первой недели после организации рабочей группы мероприятия);

- PR-мероприятий (в течение двух недель после проведения первого заседания оргкомитета);

- рекламной кампании (в случае необходимости привлечения зрителей, распространения билетов);

- спонсорского пакета (в случае необходимости привлечения партнеров и спонсоров проекта).

 К информационному обеспечению также относится разработка макетов:

- пригласительного билета;

- афиши, рекламной листовки, флаера, вымпела и пр.;

- программы концертной части мероприятия.

 Для мероприятия необходимо разработать единую полиграфию. Афиша, листовка, флаер, программа, пригласительный билет и другая полиграфическая продукция должны быть выполнены в едином стиле. Тогда мероприятие будут узнавать и участники, и зрители. Они должны ассоциировать его только с вашим учреждением и ни с каким другим больше.

 В соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию» от 28 июля 2012 г. № 139-ФЗ на рекламных информационных продуктах обязательно должен быть размещен информационный знак, обозначающий категорию информационной продукции:

Статья 12. Знак информационной продукции

 1. Обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:

 1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, — в виде цифры «0» и знака «плюс»;

 2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, — в виде цифры «6»и знака «плюс»

и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»;

 3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;

 4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»;

 5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, – в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

(Часть в редакции, введенной в действие с 30 июля 2012 года Федеральным законом от 28 июля 2012 года № 139-ФЗ. – См. предыдущую редакцию).

 2. Производитель, распространитель информационной продукции размещают знак информационной продукции и (или) текстовое предупреждение об ограничении ее распространения перед началом

демонстрации фильма при кино- и видеообслуживании в порядке, установленном уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти. Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади экрана.

(Часть в редакции, введенной в действие с 30 июля 2012 года Федеральным законом от 28 июля 2012 года №139-ФЗ. – См. предыдущую редакцию).

 3. Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади афиши или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино- или видеопоказе, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющих право посещения такого мероприятия.

 4. Знак информационной продукции размещается в публикуемых программах теле- и радиопередач, перечнях и каталогах информационной продукции, а равно и в такой информационной продукции, размещаемой в информационно-телекоммуникационных сетях.

 5.Текстовое предупреждение об ограничении распространения информационной продукции среди детей выполняется на русском языке, а в случаях, установленных Федеральным законом от 1 июня 2005 года № 53-Ф3 «О государственном языке Российской Федерации», на государственных языках республик, находящихся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранных языках.

(Часть дополнительно включена с 30 июля 2012 года Федеральным законом от 28 июля 2012 года № 139-ФЗ).

 Основные моменты, на которые надо обратить внимание при подготовке информационно-рекламных материалов, следующие:

- эстетическая и художественная привлекательность, дизайн;

- использование логотипа, слогана учреждения;

- легко запоминающийся текст, полнота информации;

- простота, доступность, ясность языка;

- грамотность изложения текста.

  *Афиша*

Афиша — а) объявление о спектакле, концерте, лекции и т. п., вывешиваемое в публичных местах; б) театральная, концертная и т.п. программа.

 Афиша мероприятия должна отвечать на следующие вопросы потребителей услуги: что? где? когда? на каких условиях? Поэтому в ней должны быть в полном объеме (помните, «полнота, достоверность, достаточность информации»?) следующие сведения:

- полное название учреждения культуры (в соответствии с Уставом): ведомственная принадлежность, почтовый адрес, телефоны; при наличии — логотип учреждения;

- рекламируемое мероприятие (форма, название, дополнительная информация: чему посвящается, эксклюзивные сведения и т.п.);

- дата проведения мероприятия (число, месяц, год, время);

- условия проведения:

 а) знак информационной продукции, обозначающий возраст детей, которые вправе воспользоваться услугой (0+, 6+, 12+, 16+, 18+);

 б) вход на мероприятие: свободный, платный (цена билета), благотворительный взнос;

 в) справки по тел.: (указать № телефона учреждения или кассы).

  *Приглашение*

 Приглашение — письмо, записка и т.п. с просьбой прийти, приехать куда-либо, принять участие в чем-либо.

 При разработке приглашения необходимо учитывать те же основные моменты, что и при подготовке афиши.

  *Программа*

 Программа — а) перечень отдельных номеров, исполняемых на вечере, концерте, цирковом представлении; б) книжечка или листок с краткими сведениями о спектакле, концерте с перечнем исполнителей.

 Программа в соответствии с принципами полноты, достаточности и необходимости представляемых сведений может содержать следующую информацию:

- название учреждения, организующего мероприятие;

- название мероприятия;

- дата, место проведения;

- названия номеров программы, исполнители;

- организаторы, подготовившие мероприятие (состав режиссерско-постановочной группы и др.);

- партнеры мероприятия;

- волонтеры.

 Названия номеров программы должны включать полную информацию как о самом исполняемом произведении (авторы, название), так и об исполнителях (солисте, аккомпаниаторе, коллективе и его руководителях). Необходимо указать их почетные звания и награды: народный, заслуженный артист России; заслуженный работник культуры Российской Федерации; народный коллектив, заслуженный коллектив самодеятельного художественного творчества Алтайского края; обладатель премии имени...; лауреат международного, всероссийского, межрегионального, краевого конкурса и т. п.

 Подготовила Н.А. Кучуева,

 зав. сектором информационно-издательской деятельности АГДНТ