



תחרות Young Lions של "דג הזהב" בשיתוף "הבצפר" של חברות הפרסום ואיגוד הפרסום חוזרת לשנתה השלישית Only Bigger And Better

רקע

גם השנה, הבצפר ואיגוד הפרסום שמחים להכריז על תחרות ה- Young Lions, לעידוד המצויינות הקראיטיבית של הדור הצעיר של תעשיית הפרסום. התחרות נערכת בשיתוף רשת שוקן ודג הזהב, ופתוחה לאנשי קראיטיב צעירים עד גיל 30 בלבד, ועובדים במשרדי פרסום החברים באיגוד הפרסום. השנה חברנו למשרד לבטחון פנים כחלק משת"פ שנמשך מספר שנים בין המשרד לבצפר, במלחמה באלימות והפשיעה ברשת. המשרד לבטחון פנים והשר גלעד ארדן נותנים את חסותם לתחרות במטרה להרחיב את המודעות ומגוון הכוחות הפועלים למיגור תופעות האלימות והפשיעה ברשת.

הבריף – הביאו רעיון בנושא מלחמה באלימות ופשיעה ברשת כנגד ילדים ובני נוער

מבוא לבריף

פדופיליה, שיימינג, פייסינג, הם רק חלק קטן מהסכנות האורבות לילדים ובני נוער ברשת. הכל נגיש יותר, זמין יותר וככזה נהיה גם מסוכן יותר. כמות הרשתות חברתיות והאפליקציות בהן מסתובבים הילדים ובני הנוער, הופכים אותם נגישים יותר לאלימות ופשיעה. כמו בכל סוגיה חברתית, הפתרון מתחיל בחינוך והסברה. ככל שבני הנוער והילדים יהיו יותר מודעים לבעיה ומבינים את הסכנות, נוכל להקטין את התופעה. מטרת העל הגברת המודעות והשיח בנושא מניעת אלימות ופשיעה ברשת

מטרות המהלך

**בבואנו לנסח את המטרות, אנו מבחינים בין 2 מגמות מנוגדות.
מחד, היות הנער/ילד קורבן לאלימות ופשיעה
ומאידך, היות הנער/ילד מבצע העברה בעצמו.**

לפיכך אנו מבקשים:

- להגדיל המודעות לסכנות ולתופעות האלימות והפשיעה הקיימות ברשת
- להגדיל ההיכרות עם דרכי התגוננות מפני פשיעה ואלימות ברשת
- להקטין המוטיבציה לביצוע פעילות אלימה או פשיעה ברשת

מה להגיש לתחרות

עליך להגיש רעיון יצירתי, לפעילות בדיגיטל, הכולל מהלך ו/או סרטון, ו/או פרסום באמצעים דיגיטליים: באנרים, פופ אפ, מיני סייט, ו/או פעילות ברשתות חברתיות ו/או מנועי חיפוש, חומרים ויראליים, ו/או אפליקציה, ו/או דיורר אלקטרוני, ו/או קמפיין מובייל, ו/או תוכן ממותג, וכיו"ב

ושעונה על הקריטריונים הבאים:

1. מקורי 2. אימפקטואלי - אפקטיבי 3. בר יישום 4. מדיד

את הרעיון יש להגיש בקייס מתואר בקובץ PDF בגודל עמוד חוברת דג הזהב. ניתן להשתמש בהמחשות ויזואליות ואינפוגרפיקה, על מנת לתאר את המהלך כקייס בקובץ פרינט בעמוד אחד. העמוד יפורסם בחוברת דג הזהב.
הגשת העבודות עד: 15.12.2016.

הצוות של העבודה הזוכה שני אנשי קריאייטיב יטוסו לפסטיבל קאן וישתתפו בקטגורית יאנג ליינס במימון איגוד הפרסום הישראלי והבצפר