

Regulamin Międzynarodowego Konkursu Sztuki na Bilbordach Art Moves 2012

1. Konkurs ma za zadanie propagowanie i popularyzowanie sztuki na bilbordach oraz zachęcenie artystów do tworzenia sztuki zaangażowanej w rzeczywistość.
2. Konkurs ma charakter otwarty i może w nim wziąć udział każdy artysta zainteresowany sztuką na bilbordach. W szczególności skierowany jest on do artystów młodych, gdyż to oni najchętniej skłonni są mierzyć się z nowymi tematami i nietypowymi sposobami prezentacji sztuki. Udział w konkursie jest bezpłatny.
3. W ramach Konkursu artyści biorący w nim udział są zaproszeni do wykonania pracy w dowolnej technice (maksymalnie 3 prac). Praca ta ma być twórczą wypowiedzią artystyczną, nawiązującą do konkursowego hasła, które w tym roku brzmi:
Gdzie leży sens? Na górze czy na dnie?

Konkursowe hasło można traktować jako metaforę procesów zachodzących we współczesnym świecie. Żyjemy obecnie w czasie kryzysu, który postrzegamy jako swoistego rodzaju chorobę, z której jak najszybciej chcielibyśmy się wyleczyć. Z drugiej strony ta „choroba” może być dla nas jedyną szansą na zatrzymanie się w pędzącym bez opamiętania świecie i przemyślenia na nowo: po co, dlaczego i w jakim kierunku idziemy? Czy jesteśmy zadowoleni z funkcjonowania rzeczywistości, którą zbudowaliśmy? Czy zmierzamy w górę czy raczej na dno? Czy jesteśmy zadowoleni z celów, jakie sobie stawiamy? Czy te cele są nasze, czy raczej zostały nam narzucone? Gdzie właściwie leży sens? Czy można go wskazać palcem na mapie? A może wyparował? Czy sensem ludzkiego istnienia jest nieustanna maksymalizacja zysków, gromadzenie, konsumowanie, bogacenie się, bycie na szczycie? Czy może raczej ucieczka, izolacja, zanegowanie rzeczywistości, zaszywanie się gdzieś na odludziu? A może lepiej znaleźć nowe rozwiązania, które pomogą nam korzystać z dobra, które jako ludzkość wypracowaliśmy, a z drugiej strony pomogą czuć się szczęśliwym, budować dobre relacje z innymi, dbać o siebie, bliskich, rzeczywistość? Jak znaleźć satysfakcjonujące rozwiązania i gdzie odnaleźć sens?

4. Użycie hasła konkursowego w pracy nie jest wymagane i nie ma wpływu na ocenę pracy przez jury.
5. Inne hasła, które zostaną użyte w pracach powinny być w języku polskim lub w języku angielskim.
6. Praca powinna być przygotowana w formacie 498 cm x 238 cm w kompozycji poziomej, 100 dpi, cmyk, tiff. Aby wziąć udział w Konkursie należy przysłać wypełniony formularz zgłoszeniowy oraz załączyć wglądówkę zgłaszanej pracy **o wymiarach 30 cm x 14,3 cm, 72 dpi, jpg**. Plik należy nazwać imieniem i nazwiskiem autora (jeśli zgłasza się

więcej prac, to również dodatkowo cyfrą od 1 do 3).

Uwaga! NIE NALEŻY teraz załączać plików gotowych (ciężkich) prac. W celu przesłania prac do druku i ich prezentacji na bilbordach, organizatorzy Konkursu skontaktują się z wybranymi autorami po werdykcie jury.

7. Oprócz indywidualnych artystów w konkursie mogą brać również udział grupy artystyczne. W wypadku prac, których autorem jest więcej niż jedna osoba, na karcie zgłoszeniowej należy wpisać nazwiska wszystkich autorów pracy, a dane kontaktowe tylko tej osoby, która będzie reprezentować grupę w kontaktach z organizatorami Konkursu.
8. Prace można nadsyłać do dnia **20.07.2012** drogą elektroniczną na adres: artmoves@tlen.pl.
9. Spośród zgłoszonych prac jury wybierze 10 najciekawszych prac, które zostaną zaprezentowane na bilbordach w ramach Festiwalu Art Moves 2012 w przestrzeni miejskiej Torunia we wrześniu/październiku 2012. Najlepsza praca wybrana przez jury otrzyma **Główną Nagrodę** w kwocie **12.000 PLN**. Laureat zapłaci zryczałtowany podatek od przyznanej nagrody.
10. Wyboru prac dokona międzynarodowe jury, składające się z artystów i kuratorów – autorytetów specjalizujących się w sztuce publicznej.
11. Organizatorzy Konkursu zastrzegają sobie prawo do zaprezentowania na bilbordach również prac, które nie zostały wybrane przez jury.
12. Artysta zgłaszając prace na Konkurs wyraża automatycznie zgodę na nieodpłatną prezentację swojej pracy w ramach Festiwalu oraz wykorzystywanie pracy w materiałach informacyjno-promocyjnych Festiwalu: w prasie, na stronie internetowej, w materiałach własnych Festiwalu itp.