

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Прокурор Амурской области

Р.Ф. Медведев
« » июня 2019 года

П О Л О Ж Е Н И Е
о проведении конкурса среди несовершеннолетних и молодёжи
«На лучшую социальную рекламу по теме: «Дети и молодёжь - против
наркотиков!»»

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение регламентирует порядок проведения конкурса среди несовершеннолетних и молодёжи в возрасте до 30 лет: **«На лучшую социальную рекламу по теме: «Дети и молодёжь - против наркотиков!»»**.

Понятие «социальная реклама» включает в себя информацию, распространённую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределённому кругу лиц и направленную на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (п. 11 ст. 3 Федерального закона от 13.03 2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

1.2. Организатором конкурса выступает прокуратура Амурской области.

1.3. В качестве соорганизаторов конкурса привлекаются специалисты в области журналистики, представители общественных молодёжных организаций, ведущих СМИ и другие заинтересованные ведомства. Соорганизаторы конкурса оказывают организационную, экспертную, информационную поддержку в проведении конкурса.

1.4. Соорганизаторами конкурса (по согласованию) являются:

- ГАУЗ АО «Амурский областной наркологический диспансер»;
- Совет молодых юристов регионального отделения «Ассоциация юристов России»;
- МБУ Центр развития молодёжных и общественных инициатив «Выбор»;
- ГТРК «Амур»;
- ГБУ «Агентство «Амурмедиа» (Амурское областное телевидение);
- ООО «Издательский Дом «Дважды Два».

1.5. Организаторы и соорганизаторы конкурса обеспечивают:

- подготовку организационных документов;
- информирование о конкурсе, его целях, задачах и условиях проведения, результатах на подготовительном и окончательном этапах проведения конкурса, размещение информации о конкурсе в СМИ, общественных местах, государственных и муниципальных учреждениях;
- распространение работ победителей с помощью медианосителей (ТВ, радио, пресса, наружная реклама, кинотеатры, интернет и др.).

Для подведения итогов конкурса образуется Экспертный совет из представителей организаторов и соорганизаторов конкурса.

2. Цели и задачи конкурса

2.1. Воспитание активной гражданской позиции молодёжи путём привлечения несовершеннолетних и молодых людей в возрасте до 30 лет, в том числе учащихся, воспитанников и студентов образовательных, социальных учреждений и учреждений культуры области к участию в конкурсе; предоставление им возможности проявить свои творческие способности.

2.2. Привлечение внимания детей, их родителей и молодежи к социально значимой проблеме общества: немедицинскому потреблению наркотических средств и психотропных веществ, их незаконному обороту, их причинам, поиск путей решения данной проблемы.

2.3. Подготовка и выбор лучшей социальной рекламы по теме конкурса с целью последующего её распространения среди населения области, в том числе несовершеннолетних и молодёжи.

2.4. Распространение лучших конкурсных работ социальной рекламы, в том числе в средствах массовой информации и в общественных местах.

2.5. Возможность получения призового места за участие в конкурсе, дипломов и благодарственных писем организаторов конкурса, использования их в личном портфолио участниками конкурса.

3. Условия участия в конкурсе

3.1. В конкурсе имеют право принимать участие несовершеннолетние и молодые люди, в их числе учащиеся и студенты образовательных учреждений, воспитанники социальных учреждений и учреждений культуры в возрасте до 30 лет.

3.2. Участие в конкурсе бесплатное.

3.3. Для участия в конкурсе необходимо подготовить рекламный материал антинаркотического социального характера, отвечающий целям и задачам конкурса.

3.4. К подготовленным материалам должна в обязательном порядке прилагаться информация с указанием наименования работы, ФИО её

исполнителя, возраста, наименования учебного, социального учреждения или учреждения культуры.

3.5. Конкурс проводится по двум номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик.

4. Технические требования к работам участников

4.1. Номинация «Социальный плакат» – авторский макет плаката. Работа должна сопровождаться слоганом, лозунгом или иным авторским текстом. Работы участников конкурса могут быть рекомендованы экспертным советом для размещения на внешних конструкциях (биллборды 6х3м, 1,2х1,8м).

4.2. Участник при подготовке работы должен соблюдать минимальные технические требования к макетам для размещения на соответствующих носителях: макеты 6 х 3 м - горизонтальные (масштаб 1:1 – 30 dpi или 1:10 - 300 dpi), 1,2 х 1,8 м - вертикальный макет (масштаб 1:1 - 72dpi, 1:10 - 720 dpi).

На конкурс работа предоставляется в электронном варианте, а при её отборе – в указанных размерах для размещения.

Номинация «Социальный видеоролик» – в формате MP4. Хронометраж видеороликов должен быть кратен 15 секундам (15, 30, 45 секунд) и не превышать 60 секунд.

4.3. Работы, поданные в формате презентации (Microsoft PowerPoint), не принимаются. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не рассматриваются. Не принимаются на конкурс работы, которые, по мнению экспертного совета, не соответствуют указанным в настоящем положении критериям.

4.4. Экспертный совет имеет право на любом этапе проведения конкурса исключить из конкурса работу, нарушающую права третьих лиц, в том числе авторские права. Если указанные нарушения будут выявлены после подведения итогов конкурса, то работа участника автоматически исключается из числа победителей конкурса.

5. Обязательные требования к содержанию конкурсных работ

5.1. Работа, предоставляемая на конкурс, должна отвечать следующим требованиям создания социальной рекламы:

- краткость, лаконичность и оригинальность текста рекламы;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы, интонация;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений);
- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе нормам Гражданского кодекса Российской Федерации;

Федерации, Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

5.2. Рекламный материал должен соответствовать тематике конкурса, не должен содержать нецензурную (ненормативную) лексику, слова и фразы, унижающие человеческое достоинство, экспрессивные и жаргонные выражения, скрытую рекламу, демонстрацию курения, процесса употребления алкогольных и наркотических средств, других психоактивных веществ.

5.3. Работы, представляемые на конкурс, также не должны содержать:

– указаний реальных адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, названий и упоминания о существующих марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных организациях, об органах местного самоуправления, упоминания имен политических деятелей и лидеров, названий политических партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;

– изображений всех видов фашистской атрибутики (свастики), насилия, любого вида дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, интимных сцен, иной информации, в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей.

6. Соблюдение требований законодательства и настоящего Положения

6.1. Каждый участник при подготовке и направлении его работы на конкурс, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме обязан не нарушать авторские и/или иные смежные права третьих лиц. Не допускается использование чужих текстов, идей, видео и аудио материалов (плагиат). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в конкурсе на любом этапе.

6.2. Ответственность за использование чужих текстов, идей, видео- и аудиоматериалов, нарушение каких-либо прав третьих лиц, а также за ущерб, нанесенный любому лицу, допущенный участником конкурса, несет исключительно участник (лицо или солидарно группа лиц, представивших соответствующую работу в рамках конкурса).

6.3. В случае использования в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц участник обязан указать автора и предоставить подтверждение наличия у участника права использования такого объекта интеллектуальных прав.

6.4. Работы, поданные группой авторов, должны содержать наименование коллектива в описании в целях дальнейшего использования наименования на различных информационных ресурсах. В случае предъявления каких-либо претензий, касающихся представленной участником работы, указанные претензии должны быть переадресованы участнику. Участник обязан за свой счет снять или удовлетворить все такие претензии.

6.5. К участию в конкурсе допускаются поданные в установленном порядке и срок работы, содержание которых соответствует номинациям конкурса, утвержденным настоящим Положением. Конкурсные работы, не соответствующие требованиям настоящего положения, не рассматриваются экспертным советом. Поданные на конкурс работы не возвращаются и не рецензируются. Экспертный совет имеет право исключить из конкурса работу без объяснения причин.

7. Порядок организации и проведения конкурса

7.1. Объявление конкурса проводят организаторы и соорганизаторы конкурса до 15 июня 2019 года путём размещения информации о конкурсе и Положения на интернет-сайтах и в СМИ, устного информирования несовершеннолетних об организации проведения и условиях конкурса и др.

7.2. Подготовка работ участниками конкурса производится с 15 июня 2019 года по 15 октября 2019 года.

7.3. Приём работ в электронном варианте с пометкой «На конкурс» осуществляется в Совете молодых юристов регионального отделения «Ассоциация юристов России» до 15 октября 2019 г. по адресу: г. Благовещенск, ул. Зейская, 34, тел./факс: 33-23-26 или в электронном виде E-mail: gmc_vibor@mail.ru с пометкой «Конкурс антинаркотической социальной рекламы» с необходимой информацией о работе, ее авторе и соблюдением обязательных требований согласно настоящему Положению.

8. Порядок определения победителей конкурса

8.1. Определение победителей конкурса проходит на заседании экспертного совета из числа представителей организатора и соорганизаторов конкурса, созданного на основании распоряжения прокурора области. В состав экспертного совета включаются представители организаций и учреждений – соорганизаторов по согласованию с их руководителями.

8.1.1. Просмотр конкурсных работ проводится в период с 20 октября 2019 года по 01 ноября 2019 года.

8.2. На заседании экспертного совета до 10 ноября 2019 года проводится отбор работ в соответствии с положением конкурса по следующим критериям:

- соответствие теме конкурса;
- способы выражения темы;
- качество исполнения работы;
- отсутствие плагиата в работе конкурсанта;
- отсутствие нарушений авторских прав; скрытой коммерческой рекламы в работе; соответствие работы Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»; соответствие требованиям Положения о конкурсе и техническим требованиям к работам.

8.3. Работам, отобранным на заседании Экспертного совета, присваиваются призовые места, а их авторы считаются финалистами. Решение экспертного совета оформляется протоколом.

9. Награждение победителей конкурса

9.1. В каждой номинации конкурса устанавливается три призовых места.

9.2. Победители конкурса награждаются Дипломами прокурора области с указанием призового места, темы конкурса и названия работы. Соорганизаторами конкурса также могут быть учреждены награды победителям.

9.3. Награждение победителей проводится до 20 ноября 2019 года.

9.4. Итоги конкурса размещаются на официальном сайте прокуратуры Амурской области, распространяются соорганизаторами Конкурса и другими заинтересованными ведомствами.

10. Порядок использования конкурсных работ

10.1. Работы победителей конкурса получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации и могут быть использованы в целях:

- размещения в СМИ (телевидение, радио, печатная пресса, Интернет и др.);

- размещения на носителях городской наружной рекламы, в общественном транспорте, образовательных учреждениях, местах массового пребывания людей; проведения социальных информационных кампаний министерств, ведомств и общественных объединений, поддержавших проведение конкурса.