

Утверждено
приказом прокурора
Иркутской области
от 03.12.2021 №156

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении конкурса среди молодёжи, молодежных организаций и объединений на лучшую социальную рекламу «Профилактика безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних. Пропаганда здорового образа жизни. Ответственность родителей за воспитание детей»

1. Общие положения:

1.1. Настоящее положение регламентирует порядок проведения конкурса среди молодёжи в возрасте от 14 до 30 лет, молодежных организаций и объединений на лучшую социальную рекламу «Профилактика безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних. Пропаганда здорового образа жизни. Ответственность родителей за воспитание детей». Под понятием «социальная реклама» понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная 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. Организаторами конкурса выступают: Прокуратура Иркутской области при поддержке Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав Иркутской области. В качестве соорганизаторов конкурса привлекаются министерство образования Иркутской области, министерство социального развития, опеки и попечительства Иркутской области, министерство здравоохранения Иркутской области, министерство молодежной политики Иркутской области, представители общественных молодежных организаций, ведущих СМИ.

Соорганизаторы конкурса оказывают организационную, экспертную, информационную поддержку в проведении конкурса.

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, принимают меры к размещению 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.

Состав Экспертного совета утверждается ответственным заместителем прокурора области с учетом предложений организаторов и соорганизаторов.

2. Цели и задачи конкурса:

2.1 Цели конкурса:

- воспитание активной гражданской позиции молодёжи путём привлечения молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет, молодежных организаций и объединений, в том числе учащихся и студентов образовательных учреждений области, к участию в конкурсе;

- возможность проявить творческие способности;

- привлечение внимания молодежи к социально-значимой проблеме общества: безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, их причины и пути устранения;

- повышение правовой грамотности населения;

- пропаганда здорового образа жизни;

- поддержание значимости и роли семьи в обществе, семейных ценностей, недопустимость нарушения прав детей в процессе их воспитания, повышение ответственности родителей и законных представителей за воспитание детей;

2.2 Задачи конкурса:

- подготовка и выбор лучшей социальной рекламы по теме конкурса, с целью последующего её распространения среди населения области, в том числе несовершеннолетних и молодёжи;

- распространение лучших конкурсных работ социальной рекламы доступными способами, в том числе в средствах массовой информации;

3. Условия участия в конкурсе

3.1. В конкурсе имеют право принимать участие молодые люди, в их числе учащиеся и студенты образовательных учреждений (очных, заочных отделений) в возрасте от 14 до 30 лет, молодежные организации и объединения.

3.2. Участие в конкурсе бесплатное.

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

3.4. К работе должен в обязательном порядке прилагаться паспорт работы с указанием ФИО её исполнителя, возраста, образовательной организации, молодежной организации, наименования работы, а также письменное согласие на ее использование в некоммерческих целях в соответствии с п. 10.1 Положения, подписанное автором (для лиц, не достигших 18 лет – законным представителем).

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 могут быть рекомендованы экспертным советом конкурса для размещения на внешних конструкциях (биллборды 6х3м, 1,2х1,8м), в связи с чем 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 представлять работу 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 180 секунд.

4.2. К участию в конкурсе не принимаются работы, поданные в формате презентации (Microsoft Power Point) и не отвечающие техническим требованиям. Экспертный совет имеет право на любом этапе проведения конкурса исключить из конкурса работу, нарушающую права третьих лиц. Если указанные нарушения будут выявлены после подведения итогов конкурса, то работа участника автоматически исключается из числа победителей конкурса. Не принимаются работы на конкурс, если, по мнению экспертного совета, они не соответствуют указанным в настоящем положении критериям.

5. Обязательные требования к содержанию конкурсных работ:

5.1. Предоставляемая на конкурс работа должна отвечать следующим требованиям создания социальной рекламы:

- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы, интонация и т.п.;

- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостовверных сведений);

- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе нормам Гражданского кодекса Российской 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. Рекламный материал 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:

- указания 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, в т.ч. нарушения авторского права, 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 переадресуются участнику для их устранения. 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 – до 01.12.2021 проводят организаторы и соорганизаторы конкурса путём размещения информации о конкурсе и положения на интернет-сайтах и в СМИ, устного информирования студентов об организации проведения и условиях конкурса и др.

7.2. Подготовка участниками конкурса работ – с 01.12.2021 по 15.02.2022.

7.3. Приём работ в электронном виде с пометкой «На конкурс» осуществляется с 01 декабря 2021 г. по 15 февраля 2022 г. путем направления в городские и районные прокуратуры, прокуратуру Иркутской области. Горрайпрокуроры размещают полученные материалы в папке «Конкурс по профилактике» на диске «R» (для районов) в ЕЗСПД с указанием наименования прокуратуры. При отсутствии технической возможности размещения материалов на диске представляют в отдел по надзору за исполнением законов о несовершеннолетних и молодежи прокуратуры области на электронном либо ином носителе.

8. Порядок определения победителей конкурса с 19 по 28 февраля 2022 г.:

8.1. Определение победителей конкурса проходит на заседании Экспертного совета из числа представителей организаторов и соорганизаторов конкурса, в том числе специалистов в сфере лингвистики, журналистики, общественности.

8.2. На заседании 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;
- отсутствие скрытой коммерческой рекламы в работе;
- соответствие работы Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и 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 совета оформляется протоколом.

9. Награждение победителей конкурса:

9.1. В каждой номинации конкурса устанавливается три призовых места.

9.2. Все победители конкурса награждаются Благодарственными письмами прокурора области с указанием призового места, темы конкурса и названия работы. Соорганизаторами конкурса также могут быть учреждены награды победителям.

Всем участникам конкурса вручаются сертификаты об участии в конкурсе.

9.3. Награждение победителей проводится до 15.03.2022.

9.4. Итоги конкурса размещаются на официальном сайте прокуратуры Иркутской области и соорганизаторов.

10. Порядок использования конкурсных работ:

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

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

- размещения на носителях городской наружной рекламы, в общественном транспорте, образовательных учреждениях, местах массового скопления людей;

- проведения социальных информационных кампаний министерств, ведомств и общественных объединений, поддержавших проведение конкурса.