



УТВЕРЖДАЮ

Заместитель прокурора
Омской области

старший советник юстиции

_____ Д.С. Попов

« ____ » января 2025 года

ПОЛОЖЕНИЕ

«О проведении конкурса среди несовершеннолетних и молодежи на лучшую социальную рекламу «Выбор за тобой!», посвященного 90-летию прокуратуры Омской области»

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение регламентирует порядок проведения конкурса среди обучающихся и молодежи в возрасте от 14 до 35 лет на лучшую социальную рекламу «Выбор за тобой!», направленную на профилактику преступности по темам:

- «Профилактика уголовной ответственности за правонарушения против собственности, в том числе «дистанционные мошенничества»;
- «Профилактика уголовной ответственности за правонарушения в сфере охраны окружающей среды, природных ресурсов и экологии»;
- «Профилактика уголовной ответственности за правонарушения, связанные с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ».

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 (пункт 11 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

1.2. Организатором конкурса выступает управление по надзору за следствием, дознанием и оперативно-розыскной деятельностью прокуратуры Омской области.

В качестве соорганизаторов конкурса привлекаются Омское региональное отделение Союза художников России, Омская региональная общественная организация «Общество охраны природы Сибири», Омская региональная детско-юношеская общественная организация охраны окружающей среды «Экологический центр».

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

Организаторы 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 (телевидение, радио, пресса, наружная реклама, кинотеатры, сеть «Интернет»).

Для подведения итогов конкурса образуется Экспертный совет из представителей организаторов и соорганизаторов конкурса, привлеченных в качестве экспертов представителей общественности.

Состав Экспертного совета утверждается начальником управления по надзору за следствием, дознанием и оперативно-розыскной деятельностью прокуратуры Омской области с учетом предложений организаторов и соорганизаторов.

2. Цели и задачи конкурса

- воспитание активной гражданской позиции молодёжи путём привлечения молодых людей в возрасте от 14 до 35 лет, в том числе обучающихся и студентов образовательных учреждений района к участию в конкурсе;
- возможность проявить творческие способности;
- привлечение внимания обучающихся и молодежи к социально значимым проблемам общества: преступления против собственности, в том числе «дистанционные» мошенничества, преступления в сфере охраны окружающей среды, природных ресурсов и экологии, в сфере незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ;
- повышение правовой грамотности населения;
- подготовка и выбор лучшей социальной рекламы по теме конкурса, с целью последующего её распространения доступными способами среди населения, в том числе несовершеннолетних и молодёжи, в средствах массовой информации и в общественных местах.

3. Условия участия в конкурсе

3.1. В конкурсе имеют право принимать участие молодые люди, в их числе обучающиеся и студенты образовательных учреждений (очных, заочных отделений) в возрасте от 14 до 35 лет.

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, наименования образовательного учреждения, молодежной организации, 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), номер телефона для связи.

3.5. Конкурс проводится по трем номинациям:

- социальный плакат;
- социальный видеоролик;
- социальный аудиоролик.

4. Технические требования к работам участников

4.1. Конкурс проводится по каждой теме отдельно, в каждой по 3 номинации:

Номинация – «Социальный плакат» – авторский макет плаката. Работа должна сопровождаться слоганом, лозунгом или иным авторским текстом, работа предоставляется в электронном виде. Рисунки не принимаются.

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

Номинация «Социальный аудиоролик» - в формате MP3. Хронометраж не должен превышать 15 секунд.

4.2. Работы, поданные в формате презентации (Microsoft Power Point), не принимаются. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не рассматриваются.

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 (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, 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 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. Участник обязан за свой счет снять или удовлетворить все такие претензии.

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.

7. Порядок организации и проведения конкурса

7.1. Объявление конкурса – до «15» января 2025 года проводят организаторы конкурса путём размещения информации о конкурсе и положения на интернет-сайтах и в СМИ, устного информирования об организации проведения и условиях конкурса и др.

7.2. Подготовка участниками конкурса работ – с «15» января 2025 года по «20» марта 2025 года.

7.3. Приём работ в электронном варианте с пометкой «На конкурс» – с «15» января 2025 года по «20» марта 2025 года осуществляется в городских и районных прокуратурах, прокуратуре Омской области. Горрайпрокуроры предоставляют полученные от участников конкурса работы в управление по надзору за следствием, дознанием и оперативно-розыскной деятельностью на электронном носителе.

7.4. Определение соответствия представленных работ критериям конкурса – «28» марта 2025 года.

На заседании жюри проводится отбор работ в соответствии с положением конкурса по следующим критериям:

- соответствие теме конкурса;
- способы выражения темы;
- 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»; соответствие требованиям Положения о конкурсе и техническим требованиям к работам.

8. Порядок определения победителей конкурса

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 нарушения 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.

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 3 призовых места.

9.2. Все победители конкурса награждаются благодарственными письмами (грамотами победителей и призеров) с указанием призового места, темы конкурса и названия работы.

Соорганизаторами конкурса могут быть учреждены награды победителям.

9.3. Дата награждения победителей будет определена по итогам заседания Экспертного совета.

9.4. Итоги конкурса размещаются на официальном сайте прокуратуры Омской 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:

- размещения в СМИ (телевидение, радио, печатная пресса, сеть «Интернет» и др.);
- размещения в общественном транспорте, образовательных учреждениях, местах массового скопления людей и др.