


УТВЕРЖДАЮ  
Прокурор Амурской области



Р.Ф. Медведев  
2018 года

УТВЕРЖДАЮ  
Председатель Совета  
молодых юристов  
регионального отделения  
«Ассоциации юристов  
России»



С.В. Тюкалова  
2018 года

## ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении конкурса среди несовершеннолетних и молодёжи «На лучшую социальную рекламу по теме: «Дети и молодёжь против коррупции»

### 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 коррупции».

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 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

1.2. Организаторами конкурса выступают: Прокуратура Амурской области и Совет молодых юристов регионального отделения «Ассоциации юристов России».

В качестве соорганизаторов конкурса привлекаются специалисты в области журналистики, лингвистики, представители общественных молодёжных организаций, ведущих СМИ.

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

Соорганизаторы конкурса (по согласованию):

- ГТРК «Амур»;
- ГБУ «Агентство «Амурмедиа» (Амурское областное телевидение);
- ООО «Издательский Дом Дважды Два»;
- МБУ Центр развития молодёжных и общественных инициатив «Выбор»;

Организаторы и соорганизаторы конкурса обеспечивают:

- подготовку организационных документов;

2

- 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.

### 2. Цели и задачи конкурса:

- воспитание активной гражданской позиции молодёжи путём привлечения несовершеннолетних и молодых людей в возрасте до 30 лет, в том числе учащихся и студентов образовательных, воспитанников социальных учреждений и учреждений культуры области к участию в конкурсе; возможность проявить творческие способности;
- привлечение внимания детей, их родителей и молодёжи к социально значимой проблеме общества: коррупционным правонарушениям, их причинам и пути устранения;
- 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, в том числе в средствах массовой информации и в общественных местах;
- 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, воспитанников 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 антикоррупционного 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 учебного, социального учреждения или учреждения культуры, наименования работы.

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 60 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, в т.ч. авторские права. 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 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 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. Экспертный совет имеет право исключить из конкурса работу без объяснения причин.



### **7. Порядок организации и проведения конкурса:**

7.1. Объявление конкурса – до 05 сентября 2018 года проводят организаторы и соорганизаторы конкурса 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 участниками конкурса работ – с 05 октября 2018 года по 15 ноября 2018 года.

7.3. Приём работ в электронном варианте с пометкой «На конкурс» – с 01 ноября 2018 г. по 15 ноября 2018 г. осуществляется в Совете молодых юристов регионального отделения «Ассоциации юристов России» 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 антикоррупционной социальной рекламы» с паспортом работы с соблюдением обязательных требований согласно настоящему Положению.

### **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 нарушений авторских прав; отсутствие скрытой коммерческой рекламы в работе; соответствие работы Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 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. Все победители конкурса награждаются Дипломами прокурора области и председателя Совета молодых юристов с указанием призового места, темы конкурса и названия работы. Соорганизаторами конкурса также могут быть учреждены награды победителям.

9.3. Награждение победителей проводится до 05 декабря 2018 года.

9.4. Итоги конкурса размещаются на официальном сайте прокуратуры Амурской области, Совета молодых юристов, 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 скопления людей; проведения социальных информационных кампаний министерств, ведомств и общественных объединений, поддержавших проведение конкурса.