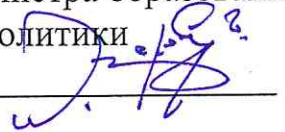


УТВЕРЖДАЮ

Заместитель министра образования  
и молодежной политики

Ю.Н. Зеленов



## ПОЛОЖЕНИЕ

### о региональном этапе Всероссийского конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни - здоровье!» 2024

#### I. Общие положения

1. Региональный этап Всероссийского конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни - здоровье!» (далее - Конкурс) проводится Федеральным государственным бюджетным научным учреждением «Центр защиты прав и интересов детей» при поддержке Министерства образования и молодежной политики Свердловской области в целях повышения эффективности профилактики аддиктивного поведения среди обучающихся образовательных организаций; внедрения современных форм и методов просвещения, обновления наглядно - методического инструментария профилактической деятельности по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни и повышения воспитательного потенциала образовательных организаций.

2. Конкурс проводится в два этапа:

- региональный этап – 10 июня по 31 октября 2024 года;
- федеральный этап - с 01 по 29 ноября 2024 года.

3. Конкурсные работы представляются по следующим номинациям:

3.1. «Социальный видеоролик по пропаганде здорового и безопасного образа жизни, профилактике зависимого поведения обучающихся»;

3.2. «Наглядный раздаточный материал по пропаганде здорового и безопасного образа жизни, профилактике зависимого поведения обучающихся» (буклет, плакат).

4. Основными задачами проведения Конкурса являются:

- привлечение внимания обучающихся к социально значимым проблемам общества;
- пропаганда культуры здорового и безопасного образа жизни;
- просвещение детей и подростков в вопросах ведения здорового и безопасного образа жизни;
- создание условий для открытого, доверительного общения, возможностей самопроявления обучающихся в процессе творческой работы над проектом;
- развитие социальной инициативы на основе сотрудничества обучающихся и их педагогов, родителей (законных представителей) в процессе подготовки конкурсной работы;
- обеспечение социальной поддержки творческой активности обучающихся, предоставление возможности выразить свое отношение к наиболее значимым социальным проблемам современного общества и предложить оптимальный способ их решения;
- распространение опыта по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактики аддиктивного поведения обучающихся в образовательных организациях;
- пополнение банка социально ориентированной рекламной продукции.

5. Участниками Конкурса являются обучающиеся образовательных организаций, расположенных на территории Свердловской области, двух возрастных групп: от 8 до 12 лет и от 13 до 18 лет.

6. Ответственным исполнителем (региональным оператором) за проведение регионального этапа Конкурса является государственное бюджетное учреждение Свердловской области «Центр психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи «Ладо» (далее - Центр «Ладо»).

## **II. Порядок организации и проведения регионального этапа Конкурса**

7. Региональный этап Конкурса на территории Свердловской области проводится в период с 10 июня по 31 октября 2024 года.

8. Для участия в региональном этапе Конкурса, необходимо в срок **до 10 октября 2024 года** заполнить регистрационную форму участника Конкурса по ссылке <https://centerlado.com/zdorove/>, а также прикрепить следующие материалы:

- согласие на участие во Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни - здоровье! 2024» (приложение № 1,2);

- краткую аннотацию работы в выбранной номинации (представление на работу) за подписью руководителя образовательной организации.

9. Для проведения предварительного конкурсного отбора на региональном уровне создается отборочная комиссия.

10. На региональный этап Конкурса от каждой образовательной организации подведомственной Министерству образования и молодежной политики Свердловской области, допускается представление не более двух работ в каждой номинации (по одной от каждой возрастной группы).

11. Отборочная комиссия осуществляет оценку конкурсных работ **с 14 по 28 октября 2024 года** оценивает поступившие конкурсные работы, определяет работы победителей регионального этапа Конкурса в обеих номинациях в каждой возрастной группе и формирует список участников федерального этапа Конкурса (от одного субъекта Российской Федерации на федеральный этап может поступить не более четырех работ - по одной работе в каждой из двух номинации и двух возрастных групп).

12. Решение отборочной комиссии оформляется протоколом.

13. Итоги регионального этапа Конкурса будут размещены **31 октября 2024 года** на официальном сайте Регионального оператора по ссылке <https://centerlado.ru/konkursy-1/>

14. Отобранные для участия в федеральном этапе Конкурса конкурсные работы в срок **до 28 октября 2024 года** оформляются и направляются региональным оператором на участие в Федеральном этапе Конкурса.

15. Федеральный этап проводится в период с 1 по 29 ноября 2024 года, в ходе которого осуществляется оценка поступивших конкурсных работ, определение победителей и призеров Конкурса.

16. Вся информация о Федеральном этапе Конкурсе публикуется на его официальном сайте в сети Интернет: <http://2024.social.edu-contests.ru>

17. Конкурсные работы могут быть использованы организаторами Конкурса в целях размещения в эфире федеральных и региональных телевизионных каналов, на

видео - и рекламных установках на территории городов Российской Федерации, в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

18. Конкурсные работы, не принимавшие участие в региональном этапе Конкурса, не могут быть допущены к участию в федеральном этапе Конкурса.

### **III. Требования, предъявляемые к конкурсным работам**

19. Конкурсная работа должна соответствовать требованиям, предъявляемым к проектам социальной рекламы:

- текст социальной рекламы должен быть кратким, оригинальным и отражать социальную тематику Всероссийского конкурса;
- видеоряд должен транслировать положительные образы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни;
- содержание и сюжет конкурсной работы не должен противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе Федеральному закону от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38 -ФЗ «О рекламе».

20. В конкурсной работе не допускается:

- употребление ненормативной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, недостоверных сведений, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей;
- наличие скрытой рекламы;
- демонстрация процесса курения, употребления алкогольных напитков, наркотических средств и других психотропных веществ;
- использование объектов интеллектуальных прав третьих лиц (текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.д.).

21. Каждый участник гарантирует, что при подготовке и направлении его работы на Конкурс, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме не были и не будут нарушены авторские и/или иные права третьих лиц.

22. Направленные для участия в Конкурсе работы должны быть оригинальными и подготовленными для участия исключительно в данном Конкурсе, наличие в конкурсной работе логотипов и слоганов других конкурсов является основанием для исключения работы из участия в Конкурсе.

23. Рекомендации по подготовке работ для Конкурса представлены в Положении о Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни - здоровье! 2024» представлены в приложении № 3.

### **IV. Оценка конкурсных работ и порядок награждения победителей и призеров Конкурса**

24. Представленные на Конкурс работы оцениваются членами отборочной комиссии по каждой номинации по пятибалльной системе (от 1 до 5 баллов) по следующим критериям:

- соответствие работы тематике Всероссийского конкурса, его целям и задачам;

- проявление индивидуальных творческих способностей, оригинальность идеи и исполнения, в том числе эмоциональное и цветовое воплощение;
- содержание и логика построения работы;
- содержание слогана, сопровождающего конкурсную работу: ясность, понятность и убедительность созидательного посыла;
- качество оформления конкурсной работы (техническое качество выполнения, профессионализм решения, эффективность рекламных технологий).

25. Конкурсные работы оцениваются в каждой номинации.

26. По итогам Конкурса конкурсная комиссия определяет победителей в каждой номинации по наибольшему количеству набранных баллов.

27. Работы победителей Конкурса направляются на участие в Федеральном этапе.

28. Порядок награждения победителей и участников Конкурса:

- всем участникам Конкурса вручаются сертификаты;
- победители Регионального этапа Конкурса награждаются ценными призами (о времени и месте награждения победителям будет сообщено дополнительно).

**Согласие**  
**на участие во Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области**  
**формирования культуры здорового и безопасного образа жизни**  
**«Сталь жизни - здоровье! 2024»**

Я. \_\_\_\_\_,  
*/фамилия, имя, отчество полностью/*

являясь родителем (законным представителем) моего сына дочери

\_\_\_\_\_  
*/фамилия, имя, отчество полностью/*

обучающегося \_\_\_\_\_ класса группы \_\_\_\_\_

школы (иной образовательной организации), ознакомившись с Положением о Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Сталь жизни - здоровье! 2024», даю свое согласие:

- на участие моего ребенка во Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактики зависимого поведения обучающихся «Стиль жизни - здоровье! 2024»:

- на публикацию работы моего ребенка на сайте [http: fcprc.ru](http://fcprc.ru). а также в других печатных изданиях и СМИ с обязательной ссылкой на авторство.

Дата \_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_

Расшифровка подписи \_\_\_\_\_

**Согласие**  
**на участие во Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области**  
**формирования культуры здорового и безопасного образа жизни**  
**«Стиль жизни - здоровье! 2024»**

Я, \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество обучающегося старше 18 лет полностью) (дата рождения)

являясь обучающимся (-щейся) \_\_\_\_\_ класса/группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ школы (иной образовательной организации).

ознакомившись с Положением о Всероссийском конкурсе, даю свое согласие:

- на участие во Всероссийском конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактики зависимого поведения обучающихся «Стиль жизни - здоровье! 2024»:

- на публикацию моих работ на сайте <http://fcrpc.ni>, а также в других печатных изданиях и СМИ с обязательной ссылкой на авторство.

Дата \_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_

Расшифровка подписи \_\_\_\_\_

**Рекомендации**  
**по подготовке работ для Всероссийского конкурса социальной рекламы**  
**в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни**  
**«СТИЛЬ ЖИЗНИ – ЗДОРОВЬЕ! 2024»**

В соответствии с Концепцией профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде на период до 2025 года, утвержденной Минпросвещения России 15 июня 2021 года, первичная профилактика является приоритетным направлением превентивной деятельности в образовательной среде и реализуется преимущественно в рамках работы образовательных организаций. Основой содержания первичной профилактики является формирование и развитие у обучающихся личностных ресурсов, повышающих их устойчивость к негативным влияниям среды.

Одним из действенных инструментов профилактической деятельности выступает реализация творческих проектов посредством подготовки работ в формате социальной рекламы. Такая деятельность обладает мощным потенциалом (ресурсом) и влиянием на формирование ценностных установок, культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактику зависимого поведения обучающихся. Творческие проекты в формате социальной рекламы в доступной, эмоционально насыщенной, краткой по времени, но содержательной форме отражает не только социальные проблемы общества, но и возможные пути их решения.

Участие обучающихся в Конкурсе является средством реализации педагогических технологий профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде на основе активной включенности ребенка в социально значимую деятельность, и имеет существенный формирующий эффект, основанный на реализации методологических принципов системно-деятельностного подхода в педагогике и методов педагогики сотрудничества в образовании.

Под понятием «социальная реклама» понимается информация, распространяемая 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»).

При создании творческого проекта в формате социальной рекламы важно учитывать следующие **рекомендации** относительно видеоряда, текста, художественного решения и эмоционального воплощения:

- текст социальной рекламы должен быть кратким, мотивирующим, оригинальным и отражать социальную тематику Всероссийского конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «Стиль жизни – здоровье! 2024»;

- социальная реклама достигнет своей цели, если она будет максимально достоверной, убедительной и предельно адресной с учетом ориентации на определенную целевую аудиторию (возрастную группу);

- видеоряд социальной рекламы должен транслировать положительные образцы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни обучающихся, использовать позитивный и созидательный посыл. В социальной

рекламе необходимо отражать идею решения той или иной социальной проблемы, предлагать альтернативные способы самореализации обучающихся. Важно наглядно продемонстрировать нормативную модель поведения, которая пропагандируется средствами социальной рекламы;

- делать акцент не на проблему и последствия зависимого поведения, а на воспитание, развитие личностных качеств обучающегося, которые помогут ему самостоятельно справиться с возможными психологическими проблемами и трудностями в жизненных ситуациях;

- содержание и сюжет конкурсной работы не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе Федеральным законам: от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

При подготовке творческого проекта в формате социальной рекламы **недопустимо:**

- использование элементов запугивания, поскольку эта информация может причинить вред здоровью и развитию детей (например, страшные картины последствий, к которым приводит употребление алкоголя, табака, наркотических средств и других психотропных веществ);

- демонстрация атрибутов, связанных с зависимым поведением и угрозой для жизни (иглы, сигареты, бутылки, кровь и т.д.);

- использование нецензурной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, нравоучительных и менторских призывов с частицей НЕ;

- преувеличение негативных последствий тех или иных действий, связанных с зависимым поведением, предоставление ложной информации;

- использование неоднозначных образов или смысловых частей, которые можно по-разному интерпретировать. Социальная реклама не должна вызывать депрессивные чувства, наоборот, ее задача состоит в создании позитивного образа, которому хочется следовать;

- использование в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц (текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.д.). При подготовке конкурсной работы, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме следует соблюдать авторские и/или иные права третьих лиц.

При подготовке конкурсной работы необходимо делать упор на развитие социальных и личностных навыков обучающихся, на пропаганду культуры безопасного и здорового образа жизни.

#### **Технические требования к содержанию конкурсной работы:**

1. Видеоролики, макеты печатной и наглядной продукции должны быть созданы не ранее 2024 года.

2. Видеоролик должен иметь свое название, быть продолжительностью не более 2-х минут.

3. Видеоролик предоставляется на Конкурс в виде ссылки в сети Интернет на загруженный файл видеоролика с использованием видеохостингов или облачных хранилищ. Видеоматериалы, представленные на Конкурс не в виде ссылки сети Интернет, **не принимаются.**

4. Макеты наглядной продукции (буклет, плакат) могут быть направлены только в форматах pdf, jpg, png, tiff, размером не более 15 Мб. Работы, предоставленные в формате презентации (Microsoft PowerPoint) **не принимаются.**