

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор ГБУ ДО ДДТ
Кронштадтского района Санкт-Петербурга
«Град чудес»

И.Ю. Черникова

«_____» _____ 2022 г.



**ПОЛОЖЕНИЕ
О КОНКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
В ОБЛАСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ
ЗДОРОВОГО И БЕЗОПАСНОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ УЧАЩИХСЯ
«СТИЛЬ ЖИЗНИ - ЗДОРОВЬЕ! 2022»**

2. Организаторы конкурса

Государственной бюджетной организацией дополнительного образования Дом детского творчества Кронштадтского района Санкт-Петербурга «Град чудес».

3. Порядок и сроки проведения Конкурса

- 3.1. Конкурс проводится 14 октября 2022 года в заочной форме.
- 3.2. Заявка на участие в конкурсе и работы представляются до 10 октября 2022 года в электронном виде на эл. почту otkrytye@gradchudes.ru, делаясь организатор Астраханцев Ярослав Станиславович или по адресу: г. Санкт-Петербург, Кронштадтский район, д. 10, директор Александрова Альбина Валентиновна.
- 3.3. Для участия в Конкурсе помимо заявки необходимо подать следующие документы, в электронном виде - заявку на участие в конкурсе (Приложение 1);
- конкурсную работу, подготовленную с учетом требований (Приложение 2).
- 3.4. Конкурс проводится в три этапа:
 - 3.4.1. I этап - сбор заявок на участие в Конкурсе и материалы проводятся до 10 октября 2022 года.
 - 3.4.2. II этап - оценка работ членами жюри проводится до 14 октября 2022 года.
 - 3.4.3. III этап - работы победителей Конкурса выставляются на региональный этап в срок до 28 октября 2022 года.

Санкт-Петербург
2022

1. Общие положения

1.1. Положение о конкурсе социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни учащихся «Стиль жизни - здоровье! 2022» (далее - Положение) определяет порядок организации и проведения конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни учащихся ГБУ ДО ДДТ Кронштадтского района Санкт-Петербурга «град чудес» «Стиль жизни - здоровье! 2022» (далее - Конкурс).

1.2. Конкурс направлен на повышение эффективности формирования и распространения культуры здорового и безопасного образа жизни в среде детей и подростков; профилактику аддиктивного и аутодеструктивного поведения обучающихся в образовательной организации; внедрение современных форм и методов просвещения с целью популяризации здорового и безопасного образа жизни; обновление наглядно-методического инструментария профилактической деятельности; повышение воспитательного потенциала образовательной организации.

1.3. Основные задачи Конкурса:

1.3.1. Привлечение внимания учащихся к социально значимым проблемам общества;

1.3.2. Пропаганда культуры безопасного и здорового образа жизни;

1.3.3. Просвещение детей и подростков в вопросах ведения здорового и безопасного образа жизни;

1.3.4. Создание условий для открытого, доверительного общения, возможностей самопроявления, учащихся в процессе творческой работы над проектом;

1.3.5. Развитие социальной инициативы на основе сотрудничества учащихся и их педагогов, родителей (законных представителей) в процессе подготовки конкурсной работы;

1.3.6. Обеспечение социальной поддержки творческой активности учащихся, предоставление возможности выразить свое отношение к наиболее значимым социальным проблемам современного общества и предложить оптимальный способ их решения;

1.3.7. Распространение лучшего опыта по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактики аддиктивного поведения учащихся в образовательной организации;

1.3.8. Пополнение банка социально ориентированной рекламной продукции.

2. Организаторы конкурса

- Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования Дом детского творчества Кронштадтского района Санкт-Петербурга «Град чудес».

3. Порядок и сроки проведения Конкурса

3.1. Конкурс проводится 14 октября 2022 года в заочной форме.

3.2. Заявка на участие в Конкурсе и работы представляются до 10 октября 2022 года в электронном виде на эл. почту drakonays@mail.ru. педагог-организатор Астраханцев Ярослав Станиславович или markiza_sun2@mail.ru заместитель директора Астраханцева Альбина Ивановна.

3.3. Для участия в Конкурсе помимо заявки необходимо подать следующие документы: в электронном виде - заявку на участие в конкурсе (Приложение 1);
- конкурсную работу, подготовленную с учетом требований (Приложении 2).

3.4. Конкурс проводится в три этапа:

3.4.1. I этап: сбор заявок на участие в Конкурсе и материалов проводится до 10 октября 2022 года.

3.4.2. II этап: оценка работ членами жюри проводится по 14 октября 2022 года.

3.4.3. III этап: работы победителей Конкурса направляются на региональный этап в срок до 28 октября 2022 года.

3.5. Работы, поступившие после окончания сроков проведения соответствующих этапов, а также конкурсные работы, оформленные с нарушением требований Положения, к участию в Конкурсе приниматься не будут.

4. Жюри Конкурса

4.1. В целях определения победителей формируется Жюри Конкурса.

4.2. Члены Жюри обязаны соблюдать Положение.

4.3. Результатом работы Жюри является оценочная ведомость, подписанная всеми членами Жюри.

4.4. Итоги работы Жюри обсуждению и пересмотру не подлежат.

5. Участника Конкурса

5.1. Участниками Конкурса являются учащиеся (коллектив учащихся) ДДТ «Град чудес».

5.2. Возрастные категории участников конкурса:

- категория А - от 8 до 12 лет;
- категория В - от 13 до 17 лет.

5.3. Отправка заявки и материалов для участия в Конкурсе означает принятие участниками всех условий Положения, в том числе права обработки персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 №52-ФЗ «О персональных данных».

6. Номинации Конкурса

6.1. Конкурс проводится по следующим номинациям:

6.1.1. Номинация «Социальный видеоролик по пропаганде здорового и безопасного образа жизни, направленный на профилактику зависимого поведения учащихся».

6.1.2. Номинация «Наглядный раздаточный материал по пропаганде здорового и безопасного образа жизни, направленный на профилактику зависимого поведения обучающихся» (буклет, плакат).

6.2 Общее число номинаций — 4, с учетом возрастных групп.

7. Требования к конкурсным работам

7.1. Все присланные материалы должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации.

7.2. За авторство представленных материалов ответственность несет лицо, приславшее работу на Конкурс. Авторское право сохраняется за исполнителем. Конкурсные материалы должны являться собственными разработками участников. При использовании в работе идей и текстов, не принадлежащих участникам, обязательна ссылка на источник информации. Ответственность за некорректное использование «чужих» материалов несет автор работы, представленной на Конкурс.

7.3. Организатор конкурса оставляет за собой право отказать в участии в Конкурсе, если представленные материалы не будут соответствовать требованиям Положения.

7.4. Заявки и материалы, не представленные в срок, указанный в Положении, к участию в Конкурсе не принимаются.

7.5. Основанием для участия в Конкурсе является представление заявки участника(-ов) Конкурса.

7.6. Прием заявок проводится в электронном виде в заочной форме, прием материалов - в электронном виде.

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

- 7.7.1. Текст социальной рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным и отражать социальную тематику Всероссийского конкурса;
- 7.7.2. Видеоряд должен транслировать положительные образцы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни;
- 7.7.3. Содержание и сюжет конкурсной работы не должны противоречить законодательству Российской Федерации, в том числе федеральным законам от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
- 7.8. В конкурсной работе не допускается:
- 7.8.1. Содержание ненормативной лексики, слов и фраз, унижающих человеческое достоинство, недостоверных сведений, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей;
- 7.8.2. Наличие скрытой рекламы;
- 7.8.3. Демонстрация процесса курения, употребления алкогольных напитков, наркотических средств и других психотропных веществ;
- 7.8.4. Использование в работе объектов интеллектуальных прав третьих лиц (текстов, музыки, фотографий, видеоряда и т.п.). 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.
- 7.9. Направленные для участия в Конкурсе работы должны быть оригинальными и подготовленными для участия исключительно в данном Конкурсе, наличие в работе логотипов и лозунгов других конкурсов является основанием для исключения работы из участия в Конкурсе. Рекомендации по подготовке конкурсных работ представлены в Приложении 2 к Положению.
- 7.10. Организатор Конкурса имеет право на публикацию, а также иное распространение и тиражирование материалов, поступивших на Конкурс, в том числе на размещение в сети Интернет с обязательной ссылкой на авторство.
- 7.11. Все конкурсные работы, поданные на Конкурс, не рецензируются.

Процедура оценки конкурсных работ и определение победителей

- 8.1. Работы участников конкурса по каждой номинации оцениваются по пятибалльной системе (от 1 до 5 баллов) на основании следующих критериев:
- 8.1.1. Соответствие работы тематике конкурса, его целям и задачам;
- 8.1.2. Проявление индивидуальных творческих способностей, оригинальность идеи и исполнения, в том числе эмоциональное и цветовое воплощение;
- 8.1.3. Содержание и логика построения работы;
- 8.1.4. Содержание слогана, сопровождающего конкурсную работу, ясность, понятность и убедительность созидательного посыла;
- 8.1.5. Качество оформления конкурсной работы (техническое качество выполнения, профессионализм решения, эффективность рекламных технологий).
- 8.1. Оценка конкурсных работ членами Жюри осуществляется с учетом возраста участника(-ов), подготовившего(-их) конкурсную работу.
- 8.3. Победители в каждой номинации конкурса определяются решением Жюри на основании рейтинга работ. Решение Жюри оформляется протоколом.
- 8.4. В период с 10 по 14 октября 2022 года Жюри изучает и оценивает конкурсные работы, определяет победителей и дипломантов конкурса в обеих номинациях в каждой возрастной группе и формирует список участников регионального этапа конкурса.

9 Подведение итогов Конкурса и награждение победителей

- 9.1. Награждение предусматривается по итогам конкурса за 1, 2, 3 места в каждой из номинаций;
- 9.2. Оргкомитет вправе учредить специальные призы по отдельным номинациям;

9.3. Оргкомитет Конкурса оставляет за собой право не присуждать призовые места в отдельных номинациях при отсутствии работ, заслуживающих поощрения, или в случае нарушения конкурсантами требований Конкурса и настоящего Положения.

9.4. Решение жюри о результатах участников Конкурса не оспариваются.

**Заявка
на участие в конкурсе
«Стиль жизни - здоровье! 2022»**

(наименование творческого объединения)

№ п/п	Ф.И.О., участника (ов)	Дата рождения участника (ов)	Ф.И.О руководителя коллектива, должность,	Номинация	Название работы/ ссылка на видео

РЕКОМЕНДАЦИИ
по подготовке работ для конкурса социальной рекламы
в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни
«Стиль жизни - здоровье! 2022»

В соответствии с Концепцией профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде (утверждена Министерством образования и науки Российской Федерации 05.09.2011) первичная профилактика является приоритетным направлением превентивной деятельности в образовательной среде и реализуется преимущественно в рамках работы общеобразовательных 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 социальная реклама, обладающая мощным информационным потенциалом (ресурсом) и влиянием на формирование ценностных установок, культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактику зависимого поведения обучающихся. Социальная реклама в доступной, эмоционально насыщенной, краткой по времени, но содержательной форме отражает не только социальные проблемы общества, но и возможные пути их решения.

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 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

При создании социальной рекламы важно учитывать следующие рекомендации относительно видеоряда, текста, художественного и эмоционального исполнения:

- 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! 2022»;
- 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 справляться 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 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», от 13.09.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

При подготовке 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.п.);
- 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 интерпретировать по-разному. 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.п.). Каждый участник Всероссийского конкурса берет на себя ответственность за то, что при подготовке его конкурсной работы, а также при ее публикации и/или распространении в любой форме не были и не будут нарушены 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 2022 года.
2. Видеоролик должен иметь свое название, быть продолжительностью не более трех минут.
3. Видеоролик предоставляется на Конкурс в виде ссылки 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 .pptx (Microsoft PowerPoint), не принимаются.