

Рекомендации

по подготовке работ для регионального этапа Всероссийского конкурса социальной рекламы в области формирования культуры здорового и безопасного образа жизни «СТИЛЬ ЖИЗНИ – ЗДОРОВЬЕ! 2025»

В соответствии с Концепцией профилактики употребления психоактивных веществ в образовательной среде (утв. 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;
- 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 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».

Недопустимо 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.

Рекомендуется осуществлять подготовку творческого проекта в формате социальной рекламы с учетом ограничений, предъявляемых к содержанию профилактической деятельности в соответствии с Межведомственным стандартом антинаркотической профилактической деятельности, утвержденным решением Государственного антинаркотического комитета 19 декабря 2024 года (https://fcprc.ru/media/media/behavior/Межведомственный_стандарт_профилактики_2025.pdf).

При подготовке творческого проекта в формате социальной рекламы недопустимо:

- использование эмоционально-негативного содержания, элементов запугивания (например, страшные картины последствий, к которым приводит употребление алкоголя, табака, наркотических средств, психотропных и иных психоактивных веществ);

- демонстрация атрибутов, связанных с зависимым поведением и угрозой для жизни (иглы, сигареты, бутылки, кровь и т. д.);
- демонстрация атрибутики криминальных субкультур;
- 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 отклоняющимся поведением, предоставление ложной информации;
- изображение или описание жестокости, физического или психического насилия, изображение и детальное описание различных видов наркотических средств и психотропных веществ;
- изображение и детальное описание преступлений, а также действий, связанных с преступной деятельностью;
- демонстрация работы распространителей наркотических средств и психотропных веществ;
- имитация потребления наркотических средств, психотропных и иных психоактивных веществ;
- изложение в запелляционной форме, необоснованные обобщения, использование неуточненной статистики.

Социальная реклама не должна вызывать депрессивные чувства, наоборот, ее задача состоит в создании позитивного образа, которому хочется следовать.

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 2025 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.