

### **Рекомендации**

#### **по подготовке работ для регионального этапа Всероссийского конкурса социальной рекламы в области профилактики зависимого поведения, формирования культуры здорового и безопасного образа жизни обучающихся «Стиль жизни – здоровье! 2026»**

Меры первичной профилактики раннего вовлечения обучающихся в незаконное потребление наркотических средств, психотропных и иных психоактивных веществ, участия в их незаконном обороте являются приоритетным направлением превентивной деятельности в образовательной среде и реализуются преимущественно в рамках профилактической 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, принятие паттернов законопослушного поведения. 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 раннего вовлечения в употребление психоактивных веществ, участия в их незаконном обороте на основе активной включенности самого обучающегося в социально значимую деятельность и имеет существенный формирующий эффект, основанный на реализации методологических принципов ресурсного и системно-деятельностного подходов в педагогике, включая методы 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 ограничить использование технологий искусственного интеллекта*** в процессе выполнения конкурсных работ, поскольку это не соответствует целям конкурса в части оказания формирующего воздействия на принятие обучающимися ценностей и культуры здорового и безопасного образа жизни. Интериоризация формируемых ценностей происходит при прямом приложении интеллектуальных и творческих усилий обучающихся в процессе работы над конкурсным проектом.

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, протокол № 55).

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 2026 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 облачных хранилищ (Яндекс.Диск, Облако Mail.ru и др.). 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.**