

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ КАЗЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ
БАЛАГАНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОКРУГА
ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ
ПРИКАЗ**

ОТ 10 АВГУСТА 2026 ГОДА

№25

**О ПРОВЕДЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ЭТАПА
ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
«СТИЛЬ ЖИЗНИ – ЗДОРОВЬЕ! 2026»**

Согласно распоряжения министерства образования Иркутской области от 7 мая 2026 г. №55-592-мр «О проведении регионального этапа Всероссийского конкурса социальной рекламы «Стили жизни – здоровье! 2026» и в соответствии с письмом Государственного казенного учреждения Иркутской области «Центр психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи, профилактики, реабилитации и коррекции» от 26 мая 2026 г. №55-103-61/26

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Провести муниципальный этап Всероссийского конкурса социальной рекламы «Стиль жизни – здоровье! 2026» (далее – Конкурс) с 10 августа 2026 г. по 21 сентября 2026 г.
2. Утвердить положение о Конкурсе (Приложение 1).
3. Подать заявки до 11 сентября 2026 г. (Приложение 2).
4. Утвердить состав жюри (Приложение 3).
5. Утвердить смету расходов Конкурса (Приложение 4).
6. Контроль исполнения приказа оставляю за собой.

Начальник МКУ Методический центр
Балаганского муниципального округа



С. Слободчикова

УТВЕРЖДЕНО
приказом начальника
МКУ Методический центр
от 10.08.2026 г. №25

ПОЛОЖЕНИЕ о муниципальном этапе Всероссийского конкурса социальной рекламы «Стиль жизни – здоровье! 2026»

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение определяет порядок, регламент и критерии отбора победителей муниципального этапа Всероссийского конкурса социальной рекламы «Стиль жизни – здоровье! 2026», далее – Конкурс.

1.2. Организатором Конкурса является муниципальное казенное учреждение Методический центр Управления образования Балаганского муниципального округа Иркутской области (далее – МКУ Методический центр).

2. Цели и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса:

- повышение эффективности формирования и распространения культуры здорового и безопасного образа жизни в среде детей и подростков;
- профилактика аддиктивного и аутодеструктивного поведения обучающихся;
- внедрение современных форм и методов просвещения с целью популяризации здорового и безопасного образа жизни;
- обновление наглядно-методического инструментария профилактической деятельности;
- повышение воспитательного потенциала образовательных организаций.

2.2. Задачи Конференции:

- привлечение внимания обучающихся к социально значимым проблемам общества;
- пропаганда культуры безопасного и здорового 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 лучшего опыта по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни, профилактики аддиктивного поведения обучающихся в образовательных организациях.

4. Участники Конкурса

4.1. Участником Конкурса может стать обучающийся (творческие коллектив обучающихся) общеобразовательных организаций, в возрасте от 8 до 18 лет.

4.2. Возрастные группы участников Конкурса:

– 1 группа: 8-12 лет;

– 2 группа: 13-18 лет.

5. Порядок и сроки проведения Конкурса

5.1. Муниципальный этап Конкурса проводится в **заочной форме** в период **с 10 августа по 21 сентября 2026 г.**

5.2. Для участия в Конкурсе общеобразовательные организации:

– направляют заявки (от общеобразовательной организации может поступить не более 2-х заявок) **не позднее 11 сентября 2026 г.**, согласно форме (см. Приложение);

– направляют конкурсные работы (согласно требованиям) **до 21 сентября 2026 г.** на электронную почту slobodchikova.elena.1994@mail.ru.

Работы победителей Конкурса направляются на участие в региональном этапе Всероссийского конкурса социальной рекламы «Стиль жизни – здоровье! 2026» (положение прилагается).

5.3. Жюри **до 25 сентября 2025 г.** оценить конкурсные работы участников.

6. Номинации Конкурса

6.1. Конкурс проводится по следующим номинациям:

1) «Социальный видеоролик по пропаганде здорового и безопасного образа жизни»;

2) «Наглядный раздаточный материал по пропаганде здорового и безопасного образа жизни» (буклет, плакат).

7. Требования к конкурсным работам

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

– текст социальной рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным и отражать социальную тематику Всероссийского конкурса;

– видеоряд должен транслировать положительные образцы поведения, ориентированные на безопасный и здоровый образ жизни, законопослушное поведение;

– 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».

7.2. В конкурсной работе не допускается:

- употребление ненормативной лексики, слов и фраз, уничтожающих человеческое достоинство, недостоверных сведений, а также информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей;
- наличие скрытой рекламы (названий и упоминаний о конкретных марках товаров, товарных знаках);
- 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.).

При подготовке конкурсных работ рекомендуется ограничить использование технологий генеративных моделей: текста, кода, музыки, изображения и иного (далее – искусственный интеллект).

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.

7.3. Направленные на участие 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.

7.5. Организаторы Конкурса имеют право на публикацию, а также иное распространение и тиражирование материалов, поступивших на муниципальный этап Всероссийского конкурса, в том числе, на размещение в сети Интернет с обязательной ссылкой на авторство.

8. Процедура оценки конкурсных работ и определение победителей

8.1. Жюри на основе изучения и оценки конкурсных работ определяет победителей (в каждой номинации) Конкурса.

8.2. Работы участников Конкурса по каждой номинации оцениваются по пятибалльной системе (от 1 до 5 баллов) на основе следующих **критерий**:

- 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).

8.3. Оценка конкурсных работ членами жюри осуществляется с учетом возраста участника(-ов), подготовившего(-их) конкурсную работу.

8.4. Победители муниципального этапа в каждой номинации Всероссийского конкурса определяются решением жюри на основании рейтинга работ. При равенстве баллов решающим является голос председателя жюри. Решение жюри оформляется протоколом.

9. Подведение итогов и награждение

9.1. Победители (по номинациям и возрастным категориям) (количество победителей определяется исходя из поступивших заявок участников) муниципального этапа Всероссийского конкурса награждаются грамотами и памятными призами. Участникам вручается сертификат.

9.2. Руководители конкурсных работ победителей и участников отмечаются благодарностями.

УТВЕРЖДЕНО
приказом начальника
МКУ Методический центр
от 10.08.2026 г. №25

**Заявка на участие
в муниципальном этапе
Всероссийского конкурса социальной рекламы
«Стиль жизни – здоровье! 2026»**

1.	Наименование образовательной организации	
2.	ФИО участника (-ов)	
3.	Возраст	
4.	Номинация	
5.	Название работы	

«___» _____ 2026 г.

Подпись _____/_____/

УТВЕРЖДЕНО
приказом начальника
МКУ Методический центр
от 10.08.2026 г. №25

**Состав жюри
муниципального этапа
Всероссийского конкурса социальной рекламы
«Стиль жизни – здоровье! 2026»**

1. Слободчикова Елена Сергеевна – начальник МКУ Методический центр.
2. Метляева Татьяна Юрьевна – методист по общеобразовательной деятельности МКУ Методический центр.
3. Мартыненко Алена Юрьевна – методист по инклюзивному образованию МКУ Методический центр.
4. Степутенко Тамара Сергеевна – методист по дошкольному образованию МКУ Методический центр.

к Положению о проведении муниципального
этапа Всероссийского конкурса социальной рекламы
«Стиль жизни – здоровье! 2026»,
утвержденного приказом начальника
МКУ Методический центр
от 10.08.2026 г. №25

Рекомендации по подготовке работ для регионального этапа 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 безапелляционной 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 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**.