

УТВЕРЖДАЮ
Начальник отдела
по делам молодежи
Администрации города Таганрога



Э.Э. Новик
26.10.2026 г.

**Положение
о проведении городского конкурса социальных рекламных проектов
«Я -ЗА! здоровый образ жизни»**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует статус и порядок проведения городского конкурса социальных рекламных проектов «Я-ЗА! здоровый образ жизни» (далее - Конкурс), требования к участникам и работам, порядок их предоставления, сроки проведения Конкурса и действует до завершения конкурсных мероприятий.

1.2. Организаторами Конкурса выступает отдел по делам молодежи Администрации города Таганрога (далее - Оргкомитет).

1.3. Конкурс проводится с целью пропаганды активного и здорового образа жизни и формирования в подростково-молодежной среде моды на здоровый образ жизни.

1.4. Задачи конкурса:

- сформировать у молодых людей мировоззрение, основанное на понятии ценностей человеческого существования, базирующихся на культурно-исторических и духовных традициях общества; творческое отношение к окружающему миру, собственной судьбе и самому себе; ответственное отношение к бесценному дару – жизни своей и близких; умение принимать и преодолевать встречающиеся на жизненном пути трудности, помогающие формированию жизнестойкости и оптимистичной установки; психологические умения и навыки преодолевать соблазны и самостоятельно строить свой жизненный путь.
- способствовать пропаганде системы ценностей «Достоинство», «Ответственность», «Благополучие», мировоззрения и идеологии «достойный человек», «ответственный человек», «благополучный человек»;
- развитие творческих инициатив молодых людей;
- активизация гражданской позиции молодежи города;
- вовлечение молодежи в сферу социального творчества, нравственного и гражданского воспитания;
- пропаганда здорового образа жизни;
- популяризация социальной рекламы среди молодежи посредством размещения работ участников конкурса в образовательных учреждениях, в средствах массовой информации города и области, а также при проведении

социальных информационных и рекламных кампаний по пропаганде активного и здорового образа жизни.

1.5. Под понятием «социальный рекламный проект» организаторы конкурса понимают информацию, направленную на решение острых социальных проблем, наиболее волнующих молодежь города Таганрога, а также на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, представленную в виде комплексного сочетания различных видов рекламной продукции (или нескольких вариантов одного вида), который впоследствии может стать основой информационной и рекламной кампании по пропаганде здорового образа жизни на территории муниципального образования.

2. Условия участия

2.1. В конкурсе имеют право принимать участие молодые люди (отдельные авторы и авторские коллективы) в возрасте от 14 до 35 лет, предоставившие все документы в соответствии с условиями Конкурса.

2.2. Для участия в Конкурсе необходимо подготовить рекламный материал социального характера по одной или нескольким из установленных организаторами Конкурса номинациям, отвечающим целям и задачам Конкурса.

2.3. К каждой конкурсной работе должна быть приложена заявка установленного образца (приложение 1). Заявка является необходимым условием участия в Конкурсе.

2.4. Заявка и конкурсная работа предоставляются участниками Конкурса в Оргкомитет в электронном виде на адрес электронной почты **odm_tgn@mail.ru**, либо в личные сообщения официальной группы отдела по делам молодежи в сети Вконтакте **<https://vk.com/odm61>** с пометкой «Конкурс я за ЗОЖ».

2.5. Участие в конкурсе осуществляется на безвозмездной основе.

2.6. Конкурс проводится в 3 номинациях:

- «Социальный видеоролик»
- «Социальный плакат»
- «Наружная реклама»

2.7. **Технические требования к работам:**

Социальный видеоролик - предоставляется в формате AVI, FLV, MP4 хронометраж не более 90 секунд, размер не более 300 мБ каждый ролик или Flash-видео предоставляется на адрес электронной почты. В начале ролика должна быть указана следующая информация: название Конкурса, название конкурсной работы.

Социальный плакат. Номинация по двум направлениям: графический рисунок и цифровое изображение.

Графический рисунок – должен быть выполнен на формате А4 либо А3. Работа предоставляется в цифровом виде (на адрес электронной почты – фото работы или отсканированное изображение).

Цифровое изображение - макет плаката должен быть создан в масштабе 1:1 и расширением не менее 300 dpi, в цветовом режиме CMYK, в формате JPG/TIFF.

Рисунок, фотография, коллаж, компьютерная графика, используемые для создания плаката должны быть авторские. Работа должна сопровождаться лозунгом или иным авторским текстом.

Наружная реклама - макет наружной рекламы (рекламный щит 6х3 или др.) должен быть выполнен в масштабе 1:1 и расширением не менее 300 dpi, в цветовом режиме CMYK, в формате JPG/TIFF. Рисунок, фотография, коллаж, компьютерная графика, используемые для создания макета должны быть авторские. Работа должна сопровождаться лозунгом или иным авторским текстом.

2.8. Предоставляемая на Конкурс работа должна отвечать следующим требованиям при создании социальной рекламы:

- работа, ее содержание, сюжет, действие сценических лиц и персонажей не должны противоречить законодательству Российской Федерации (Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»);
- текст рекламы должен быть кратким, лаконичным, оригинальным;
- наличие в рекламе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.;
- отсутствие в рекламе сведений, не соответствующих действительности (недостоверных сведений).

2.9. Рекламный материал должен соответствовать законодательству Российской Федерации и тематике Конкурса.

2.10. В работах, представляемых на Конкурс, не должно быть:

- имен авторов, указания адресов и телефонов, информации о религиозных движениях, в том числе религиозной символики, названий и упоминания о конкретных марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания, о физических и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления; упоминания имен политических деятелей и лидеров, партий, политических лозунгов, высказываний, несущих антигосударственный и антиконституционный смысл;
- изображений: интимных сцен, информации в любой форме унижающей достоинство человека или группы людей.

Категорически запрещается использовать чужие тексты или идеи дизайна (полностью или частично). В случае несоблюдения данного условия работа отстраняется от участия в Конкурсе.

2.11. К участию в Конкурсе допускаются поданные в срок работы, содержание которых соответствует утвержденным номинациям Конкурса в соответствии с настоящим Положением.

2.12. В конкурсной работе возможно использование официальных слоганов городских информационной и рекламной кампаний по пропаганде здорового образа жизни:

«Я – ЗА! здоровый образ жизни»

«Быть здоровым – это стильно!»

«Мое здоровье – мой стиль жизни!»
«К духовному и физическому благополучию через достоинство и ответственность»
«К благополучию - через достоинство и ответственность!»
«Созидать - мой достойный выбор!»
«Делать себя, свою жизнь - это достойно!»
«Достойный человек - созидает!»

2.13. Работы, представленные с нарушением сроков и других условий настоящего Положения, не рассматриваются.

3. Порядок проведения Конкурса

3.1. Конкурсные работы, рисунки в отсканированном виде вместе с заявкой принимаются до 20 ноября 2026 года на электронную почту **odm_tgn@mail.ru**, либо в личные сообщения официальной группы отдела по делам молодежи в сети Вконтакте **<https://vk.com/odm61>**

3.2. Конкурсные работы, поданные после окончания срока приема, указанного в п. 3.1., не рассматриваются и к участию в Конкурсе не допускаются.

4. Порядок экспертной оценки

4.1. Жюри конкурса формируется из представителей Администрации г. Таганрога, Таганрогского филиала ГБУ «Наркологический диспансер» по РО, Управления образования г. Таганрога, компетентных специалистов в области рекламы.

4.2. Каждая конкурсная работа оценивается по следующим критериям:

- соответствие работы заявленной теме конкурса и поставленным задачам;
- грамотность, профессионализм решения, эффективность рекламных, социальных методик и технологий;
- социальная значимость, позитивность и креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления) конкурсной работы;
- точность и доходчивость языка и стиля изложения.

4.3. Муниципальный оргкомитет Конкурса вправе отклонить присланные работы, если они не соответствуют условиям настоящего Положения.

5. Использование конкурсных работ

5.1. Работы победителей получают организационную, информационную поддержку, рекомендуются для практической реализации на территории города и могут быть использованы с целью:

- размещения в СМИ (телевидение, печатная пресса, интернет);
- размещения на наружных рекламных носителях;
- проведения социальных информационных и рекламных кампаний на территории города;
- размещения на сайтах и в социальных сетях;

- использования в учебных целях, а также в методических и информационных изданиях.

5.2. Организаторы Конкурса оставляют за собой право: использовать конкурсные работы в некоммерческих целях и без выплаты денежного вознаграждения автору (авторскому коллективу), но с обязательным указанием имени автора (соавторов).

7. Прочие условия

7.1. Передача участником конкурсной работы в соответствии с настоящим Положением означает полное и безоговорочное согласие участника с условиями проведения Конкурса.

7.2. В случае предъявления требований, претензий и исков третьих лиц, в том числе правообладателей авторских и смежных прав на представленную работу, участник обязуется разрешать их от своего имени и за свой счет.

8. Контактная информация

Оргкомитет находится по адресу: ул. Петровская, 73, ком. 512. Контактный телефон: 8 (8634) 312-813.