

## **Положение о фестивале социальной рекламы «В здоровом теле – здоровый дух»**

**Цель:** Пропаганда духовно-нравственных ценностей и престижа здорового образа жизни

### **Задачи:**

1. Сформировать позитивное отношение обучающихся к здоровому образу жизни;
2. Активизировать творческий потенциал детей и подростков;
3. Сформировать у учащихся ценность здорового образа жизни.

**Организаторы:** члены ШУСа отделов спорта и ЗОЖ, пресс-центра  
Парамонова А., Соловьева М., Гребенюк И., Беняминова Т.

**Участники:** учащиеся 2 – 11 класс

**Сроки проведения:** 20 – 28 ноября 2014г.

### **Этапы проведения:**

1. **Заочный этап (21 – 27.11)** - подготовка в классе или дома. (5-11 классы)
2. **Очный «Коллаж» 25.11** в 13:15 для редколлегии 2 – 4-ых кл.

*При себе иметь: печатные материалы (фотографии, стихи, афоризмы, пословицы и т. д. о здоровом образе жизни, спорте и т. д., а также фломастеры, маркеры, клей, ножницы)*

### **3. Конкурс-выставка 27,28 ноября**

На 2 и 3 этажах проходит выставка работ. Работы выкладываются в группу школьного ученического совета социальной сети «В контакте» (<http://vk.com/wyc1262>) для общественного голосования. Информация о результатах голосования и работы-победители выкладываются на сайт школы

### **На конкурс принимаются работы по 4 номинациям:**

- Мотиваторы (2 – 11 класс)
- Плакаты (5 – 11 класс, 2 – 4 класс по желанию)
- Коллажи (2 – 4 класс)
- Видеоролики социальной рекламы (5 – 11 класс)

### **Требования к конкурсным работам:**

#### **1. Мотиваторы и демотиваторы (2 – 11 класс)**

**Мотиватор** - изображение, состоящее из картинки в рамке и комментирующей её надписи.

1.1. Содержание мотиватора должно быть направлено на побуждение обучающихся к позитивному профессиональному выбору:

- Надпись и изображение должны иметь смысловую связь.
- Поля рамки должны быть от трёх четвертей до полутора дюймов.
- Слоган должен быть кратким. Печатается засеченным шрифтом (PalatinoLinotype, Georgia, Constanta).
- Ниже слогана располагается вторая часть мотиватора. Она также должна быть краткой. Печатается рубленым шрифтом (Myraid, Grande, Calibri).

➤ Тематика мотиватора должна определяться узким кругом содержаний, связанных здоровым образом жизни, пропагандой спорта

1.2. Работы, не отвечающие техническим требованиям, не принимаются.

1.3. Конкурсная работа должна отвечать следующим требованиям при создании мотиваторов: работа, ее содержание, сюжет, действия сценических лиц и персонажей не должны противоречить Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», редакция от 28.07.2012 с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2013:

➤ текст слогана должен быть лаконичным и оригинальным;

➤ наличие в мотиваторе эмоциональной окраски, носителями которой являются цвет, свет, шрифт, рисунок, графические элементы и т.п.;

➤ отсутствие в мотиваторе сведений, несоответствующих действительности (недостоверных сведений).

1.4. Мотиватор должен соответствовать тематике Конкурса.

1.5. 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 упоминаний 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 всех видов свастики, насилия, дискриминации, вандализма, крови, отражающих телесные страдания людей и животных, 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.

1.6. Работа оформляется на электронном носителе в виде картинка с текстом в формате Рисунок JPEG (.jpg) минимальным размером 1024 X 768. 159 kb

1.7. Работы должны быть оригинальны и уникальны.

## **2. Плакаты (5 – 11 класс, 2 – 4 класс по желанию)**

**Плакат** (нем. Plakat от фр. placard — объявление, афиша, от plaquer — наклеить, приклеивать) — броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях.

2.1. К особенностям жанра можно отнести следующее:

➤ плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем.

➤ В плакате часто используется художественная метафора, разномасштабные фигуры, изображение событий, происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов.

➤ Для текста важным является шрифт, расположение, цвет.

➤ В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью.

2.2. Плакат выполняется на листе ватмана (формат: А1), по горизонтали.

2.3. Работа выполняется красками (гуашь, акварель, масло), фломастерами, маркерами

2.4. Вверху работы размещается слоган. Работу можно выполнять: красками, фломастерами, масляной пастелью.

2.5. В оформлении плаката допускается использование печатного текста, фотографий.

### **3. Коллажи (2 – 4 класс)**

3.1. **Коллаж** (от фр. collage — приклеивание) — технический приём в изобразительном искусстве, заключающийся в создании живописных или графических произведений путём наклеивания на какую-либо основу предметов и материалов, отличающихся от основы по цвету и фактуре.

4. Ролики социальной рекламы (5 – 11 класс)

4.1. Работа оформляется на электронном носителе в виде видеофайла формата (MP4)

4.2. Хронометраж ролика не более 3 минут.

### **Номинации конкурса:**

1) «Здоровье и его ценность в жизни человека»;

2) «Мы за чистые лёгкие»;

3) «Поиск интересов и важных ценностей»;

4) «Весёлый позитив!» (позитивные мотиваторы, демонстрирующие радость от наслаждения природой, увлечениями, искусством, культурой и т.д.).

### **Критерии оценки:**

1) соответствие работы выбранной теме;

2) глубина раскрытия темы;

3) наличие таких приоритетов эффективной профилактики, как позитивные установки, избегание запугивания, запретов, право на информационную безопасность;

4) соответствие характера информации возрасту и психологическим особенностям целевой аудитории;

5) оригинальность замысла;

6) эстетически приемлемое художественно-композиционное решение;

7) оригинальность и выразительность слогана (для мотиваторов).

### **Результаты:**

Победители примут участие в городском туре фестиваля, также получат призы.

**Члены жюри:** Зубарева А. К., педагог-организатор, Милоградова Е. Г., учитель ИЗО, члены школьного ученического совета