

## **ПОЛОЖЕНИЕ**

### **о Международном студенческом фестивале социальной рекламы и социальной журналистики МедиаФест HUMANI FUTURE**

#### **I. Общие положения**

##### 1.1. Миссия фестиваля

HUMANI FUTURE (*Человек будущего – лат.*). Фестиваль посвящен человеку. Тому, кто не пройдет мимо чужой беды, кто всегда подставит свое плечо оступившемуся, кто неравнодушен к острым социальным проблемам. Человек будущего – в каждом из нас, и задача социальной рекламы и социальной журналистики – помочь ему заявить о себе, сделать наше общество более гуманным и справедливым. Начинающие свой путь в профессии молодые люди готовы идти в авангарде этого движения, нужно лишь дать им возможность во весь голос говорить о социальных проблемах и предлагать пути их решения. Первый в России студенческий фестиваль социальной рекламы и социальной журналистики должен стать эффективным инструментом обновления общества руками творческой молодежи.

Настоящее Положение определяет порядок проведения МедиаФеста HUMANI FUTURE 2019, критерии отбора конкурсных материалов Фестиваля, порядок подведения итогов.

##### 1.2. Цель фестиваля

Обратить внимание молодёжи на мир вокруг себя, призвать к созидательной деятельности на благо общества.

##### 1.3. Задачи фестиваля

- Выявление и поддержка творческой молодёжи;
- Популяризация социальной активности в молодёжной среде;
- Профилактика антисоциальных явлений;
- Создание условий для проявления гражданской позиции молодёжи.

##### 1.4. Структура фестиваля

В рамках фестиваля проводится Конкурс студенческих работ (далее - Конкурс), мастер-классы, «круглые столы», презентации и другие мероприятия.

#### **II. Учредители и организаторы фестиваля**

2.1. Учредитель фестиваля – Санкт-Петербургский государственный университет;

2.2. Организаторы фестиваля – Медиацентр СПбГУ, кафедра телерадио журналистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ»;

### **III. Порядок организации и проведения фестиваля**

3.1. Общее руководство по организации и проведению фестиваля осуществляется Оргкомитетом и Программным комитетом;

3.2. Конкурс журналистских работ и работ по социальной рекламе проводится в рамках фестиваля по направлениям, указанным в разделе V настоящего Положения.

3.3. Фестиваль проводится в два этапа:

**Заочный этап.** Сроки представления конкурсных работ – с 17 июня по 20 октября 2019 года. Конкурсная заявка (см. Приложение 1) присылается по адресу: [humani\\_future@mail.ru](mailto:humani_future@mail.ru). Публикация шорт-листа – до 1 ноября 2019 года.

**Очный этап.** Проводится в Санкт-Петербурге 28-30 ноября 2019 года (программа публикуется дополнительно). Место проведения – Институт Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ.

3.4. Участников, чьи работы вошли в шорт-лист, Программный комитет Фестиваля уведомляет о решении жюри электронным письмом на адрес, указанный в заявке на участие в конкурсе.

3.5. Программу фестиваля очного тура и проживание участников обеспечивает принимающая сторона. Проезд до места проведения Фестиваля и обратно осуществляет направляющая сторона.

3.6. Программа финала представляет собой просмотр лучших работ из шорт-листа, церемонию награждения победителей конкурса, лекции и мастер-классы от профессиональных журналистов региональных и федеральных СМИ. Подробная программа очного этапа будет опубликована не позднее 1 ноября 2019 года.

3.7. Материалы, предоставленные в оргкомитет Фестиваля позднее 20 октября 2019 года, к рассмотрению и участию не принимаются.

### **IV. Участники фестиваля**

4.1. Участниками Конкурса являются студенты среднеспециальных профессиональных образовательных организаций и обучающиеся по направлениям бакалавриата и магистратуры отделений и кафедр различных вузов России и зарубежья, являющиеся авторами работ, соответствующих тематике фестиваля. Участие в фестивале могут принимать как творческие коллективы, так и отдельные авторы в возрасте от 16 до 25 лет.

4.2. Работы школьников старших классов, будущих абитуриентов Университета также могут быть приняты к участию в Фестивале и рассмотрены в рамках дополнительных специальных номинаций.

## **V. Требования к работам**

5.1. Конкурс проводится по двум направлениям – журналистские работы и работы по социальной рекламе.

5.2. К участию в Конкурсе принимаются как опубликованные, так и ранее не публиковавшиеся работы, созданные в период с 1 января 2018 года по 20 октября 2019 года.

5.3. Количество работ, представленных на Конкурс одним участником, ограничено числом номинаций (по одной в каждой номинации). На каждую работу подается отдельная заявка.

5.4. Содержание работ. Конкурсные работы должны быть посвящены актуальным общественным проблемам. В них должны быть представлены способы профилактики антисоциальных явлений и предложены пути решения острых социальных проблем. Это могут быть темы, посвященные волонтерству, сильным духом людям, не сдающим в разных жизненных обстоятельствах, а также людям, созидающим мир вокруг себя. В то же время, материалы могут быть направлены на популяризацию важнейших общечеловеческих ценностей: дружбы, семьи, здорового образа жизни, верности своему слову, культуры общения и т.д.

5.5. Номинации конкурса по социальной рекламе:

- Видеореклама
- Аудиореклама
- Плакат/рекламный принт

5.6. Номинации конкурса журналистских работ:

- Событийный репортаж в аудиовизуальных форматах
- Специальный репортаж в аудиовизуальных форматах
- Документальный фильм
- Мультимедийные медиапроекты
- Фотография (репортаж и одиночная фотография)

5.7. Специальные номинации:

- Десятилетие детства в России (2018 – 2027 годы);
- Международный год языков коренных народов (2019 год, ООН).

Материалы, участвующие в основных номинациях, а также посвящённые темам специальных номинаций, рассматриваются в качестве участников специальных номинаций автоматически. Оргкомитет и жюри фестиваля оставляют за собой право учреждать и другие специальные номинации дополнительно.

#### 5.8. Требования к материалам в номинации «Видеореклама»

- Видеоматериалы подаются в форматах AVI или MP4, а также в виде открытой ссылки на YouTube, действительной до 20.10.2019г;
- Хронометраж видеоролика - от 30 секунд до 3 минут.

#### 5.9. Требования к материалам в номинации «Аудиореклама»

- Аудиоматериалы подаются в виде звуковой дорожки в MP4;
- Хронометраж рекламного аудиоролика – от 15 секунд до 1 минуты.

#### 5.10. Требования к материалам в номинации «Плакат/рекламный принт»

- На конкурс может быть предоставлен плакат или серия плакатов, объединенных общей темой;
- Плакаты подаются в формате JPEG;
- Максимальное количество принтов (6 штук).

#### 5.11. Требования к материалам в номинации «Событийный репортаж»

- Видеоматериалы подаются в форматах AVI или MP4, а также в виде открытой ссылки на YouTube, действительной до 20.10.2019г;
- Хронометраж событийного репортажа – от 30 секунд до 3 минут.

#### 5.12. Требования к материалам в номинации «Специальный репортаж»

- Видеоматериалы подаются в форматах AVI или MP4, а также в виде открытой ссылки на YouTube, действительной до 20.10.2019г;
- Хронометраж специального репортажа – от 3 до 7 минут.

#### 5.13. Требования к материалам в номинации «Документальный фильм»

- Видеоматериалы подаются в форматах AVI или MP4, а также в виде открытой ссылки на YouTube, действительной до 20.10.2019г;
- Хронометраж документального фильма – от 10 до 26 минут.

#### 5.14. Требования к материалам в номинации «Мультимедийные медиапроекты»

- Мультимедийный медиапроект может быть выполнен в жанре лонгрида, интерактивной инфографики, веб-дока;

- Мультимедийный проект представляется на конкурс в виде гиперссылки на публикацию мультимедийной истории;
- В заявке необходимо дать краткое описание работы (основная идея, цели и задачи).
- Материалы в номинации «Документальные веб-проекты» могут быть представлены в двух формах:
- на внешнем флэш-носителе в виде локальной версии веб-сайта - в формате HTML-документов, объединяющих текстовые, графические и видеоматериалы системой гиперссылок. Стартовая страница такого HTML-проекта должна носить название «Index»;
- URL-ссылкой на функционирующий в сети проект – в этом случае обязательным является предоставление жюри доступа к системе управления контентом данного проекта или к аккаунту он-лайн-сервиса, на котором размещен проект.

#### 5.15 Требования к материалам в номинации «Фотография»

- Максимальное количество фотографий в фоторепортаже – от 5 до 10 штук;
- В заявке необходимо дать краткое описание работы (основная идея, цели и задачи, условия появления).

5.16. Материалы, не соответствующие требованиям, указанным в настоящем разделе положения о Фестивале, к участию не допускаются.

5.17. Авторы конкурсных работ предоставляют Оргкомитету эксклюзивное право использования творческих работ в материалах, созданных в целях популяризации Фестиваля для размещения на ресурсах СПбГУ, а также в социальных сетях.

## **VI. Жюри Конкурса**

6.1. Жюри в своей деятельности руководствуется настоящим Положением.

6.2. В состав жюри входят профессиональные зарубежные и российские журналисты, преподаватели медийных дисциплин, государственные деятели, а также представители общественных организаций.

6.3. Жюри осуществляет оценку работ, отобранных оргкомитетом, определяет победителей и оглашает результаты конкурса в присутствии участников очного этапа.

## **VII. Порядок отбора участников и победителей**

7.1. Отбор участников очного тура Конкурса производится оргкомитетом, на основании пунктов V и VIII настоящего Положения.

7.2. Оценка работ участников конкурса осуществляется по пятибальной шкале (от 1 до 5). В шорт-лист попадают лучшие работы, набравшие наибольшее количество баллов на заочном этапе.

7.2. Выбор победителей и призеров основных и специальных номинаций осуществляется профессиональным жюри на очном этапе на основании критериев, указанных в пункте VIII настоящего Положения.

7.3. Победитель и призеры Конкурса определяются, исходя из наибольшего количества набранных баллов.

7.4. Параллельно с отбором работ Оргкомитет проводит зрительское голосование с целью выявления обладателя «Приза зрительских симпатий» по одному в каждой номинации и спецноминации – по наибольшему количеству «лайков» на момент завершения голосования.

7.5. Всем участникам выдаются сертификаты участия.

7.6. В каждой номинации присуждаются три призовых места. Участники-победители Конкурса награждаются дипломами и призами. Работы победителей размещаются на сайтах учредителя и организаторов с указанием имени, фамилии автора и вуза.

7.7. По решению жюри Конкурса могут быть определены дополнительные, специальные и поощрительные призы.

### **VIII. Критерии оценки работ**

8.1. Работы по социальной журналистике оцениваются по следующим критериям:

- соответствие заявленной номинации;
- полнота раскрытия темы;
- соблюдение профессиональных требований к тексту и видео;
- оригинальность идеи;
- воплощение авторского замысла;
- целостность восприятия произведения.

8.2. Работы по социальной рекламе оцениваются по следующим критериям:

- соответствие заявленной номинации;
- актуальность/общественная значимость;
- острая проблемность;
- оригинальность идеи и ее воплощения;
- степень психологического воздействия;

- соблюдение профессиональных требований (техническое качество);

8.3. Работы по социальной фотографии оцениваются по следующим критериям:

- соответствие заявленной номинации;
- актуальность/общественная значимость;
- острая проблемность;
- степень психологического воздействия;
- соблюдение профессиональных требований (техническое качество);
- выразительность художественного решения.

#### **IX. Адрес оргкомитета Фестиваля**

Адрес: Санкт-Петербург, Васильевский остров, СПбГУ, 10-я линия В.О. 33-35

Официальный электронный адрес: [humani\\_future@mail.ru](mailto:humani_future@mail.ru)

По вопросам участия в Фестивале: Марина Игоревна Маевская 8 (812) 3636 111 (доб. 3435 и 3436), [m.maevskaya@spbu.ru](mailto:m.maevskaya@spbu.ru), Наталья Александровна Орехова 8 (812) 328-12-62, [n.orekhova@spbu.ru](mailto:n.orekhova@spbu.ru)

**Приложение 1**

1	<b>ФИО участника/ авторского коллектива</b>	
2	<b>ФИО руководителя/преподавателя</b>	
3	<b>Наименование учебного заведения</b>	
4	<b>Факультет / Институт</b>	
5	<b>Номинация</b>	
6	<b>Ссылка на конкурсную работу</b>	
7	<b>Степень обучения (студент/магистрант/аспирант)</b>	
8	<b>Номер телефона</b>	
9	<b>Электронная почта</b>	