*ПОЛОЖЕНИЕ*

*о фестивале-конкурсе журналистов, рекламистов и пиарменов*

*«Жизнь в творческом полёте!»*

1. **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
	1. Фестиваль-конкурс журналистов, рекламистов и пиарменов *«Жизнь в творческом полёте!»* учрежден факультетом журналистики Воронежского государственного университета.
	2. Фестиваль-конкурс представляет собой смотр творческих работ, выполненных в различных формах и на различные темы, указанные в данном положении, студентами вузов и представителями иных молодежных формирований в Российской Федерации, ближнего и дальнего зарубежья.
	3. В Фестивале-конкурсе могут принимать участие студенты всех учебных заведений РФ, ближнего и дальнего зарубежья независимо от получаемой специальности, а также представители иных молодежных формирований. К участию допускаются как индивидуальные участники, так и команды (количество участников в команде не ограничено).
	4. Фестиваль-конкурс проходит на базе Воронежского государственного университета *(далее – ВГУ).*
	5. Фестиваль-конкурс включает направления деятельности, в рамках которых предполагается проведение конкурсов, мастер-классов, выставок и др. мероприятий, связанных с практикой журналистики, рекламы и PR.
	6. Организаторами Фестиваля-конкурса журналистов, рекламистов и пиарменов *«Жизнь в творческом полёте!»* являются выпускающие кафедры факультета журналистики ВГУ: журналистики и литературы; электронных СМИ и речевой коммуникации; связей с общественностью, рекламы и дизайна.
	7. Оргкомитет формируется из представителей всех кафедр факультета журналистики. Председателем жюри, имеющим решающее право голоса, является декан факультета.
	8. Оргкомитет вправе дополнительно выдвигать представленные работы на спецпризы, которые вручаются помимо основных номинаций.
2. **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФЕСТИВАЛЯ-КОНКУРСА**
	1. Общая цель Фестиваля-конкурса – дать возможность участникам продемонстрировать свои профессиональные навыки и творческий потенциал в области журналистики, рекламы и связей с общественностью, тем самым приняв участие в социальной, культурной и экономической сферах жизни общества.
	2. Повышение уровня соответствия образования в области журналистики, рекламы и связей с общественностью требованиям, предъявляемым медиаотраслью.
	3. Выявление творческого потенциала студентов профильных направлений и вузов, в том числе направлений высшего образования «Журналистика», «Телевидение», «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации», «Издательское дело», специальности «Военная журналистика», и обмен опытом специалистов различных отраслей коммуникации.
	4. Развитие и реализация профессиональных способностей, исследовательских и организаторских навыков студентов.
	5. Профессиональная социализация студентов, налаживание деловых контактов и привлечение внимания к молодежным инициативам в области социального проектирования и межсекторного взаимодействия в России.
	6. Укрепление качественного и регулярного взаимодействия органов власти, бизнеса, гражданского общества и медиа путем повышения профессионального уровня студентов профильных направлений вузов.
	7. Развитие инновационной, эффективно действующей молодёжной площадки для разработки и реализации перспективных молодёжных социально-экономических проектов, на которой отдельный участник или команда могут получить общественную и государственную поддержку, продемонстрировать свой талант, найти единомышленников.
3. **КОНКУРС**

Фестиваль состоит из трех профильных конкурсов для текстовых и визуальных, аудио– и видеоматериалов и рекламных работ.

* 1. **«Мass Media Master»** – конкурс журналистских публикаций, видео- и аудиоматериалов, опубликованных или вышедших в эфир в СМИ, а также размещенных на официальных площадках (сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей) вузов.
		1. *Номинации «***Мass Media Master***»*

**Категория «Телевидение и радиовещание» (видео– и аудиоматериалы)\*:**

**ВИДЕО**

* **Аналитик *( аналитические телепрограммы, авторские рубрики аналитического содержания, в которых затрагивается обсуждение конкретных проблем, анализируются социальные и общественные явления (не более одной программы, передачи).*** В оргкомитет могут быть представлены аналитические телепрограммы, авторские рубрики аналитического содержания, в которых затрагивается обсуждение конкретных проблем, анализируются социальные и общественные явления (не более одной программы, передачи. Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, кафедры, вуза. Все работы должны выходить в эфир или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей факультета, кафедры, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).
* **Публицист *( портретные и путевые телеочерки).***

В оргкомитет могут быть представлены видеоработы, интернет-работы со значительным объемом видеоконтента– портретные и путевые очерки (не более 1 материала). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, видеоканалах (хостингах), страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Диалог *(лучшие телеинтервью, ток-шоу, беседы, «круглые столы»).***

В оргкомитет могут быть представлены видеоинтервью (в том числе интернет-проекты со значительным объемом видеоконтента), а также беседы, ток-шоу, «круглые столы» хронометражем не более 40 минут, которые раскрывают возможности интервьюера, а также всесторонне представляют героя/героев материала (не более 1 материала). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, видеоканалах (хостингах), страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Репортёр *(телерепортажи).***

В оргкомитет могут быть представлены новостные сюжеты (не менее трех, но не более пяти), телерепортажи (не более трех), выдвигаемые автором, группой авторов или представленные от имени факультета, кафедры, вуза, выходившие в эфир (или размещенные на официальных площадках: сайтах, видеоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **НЕФОРМАТ (зарисовки, эссе, видеообзоры, другие неформатные видеоматериалы ).** В оргкомитет могут быть представлены зарисовки, эссе, видеообзоры, другие неформатные видеоматериалы (не более 1 материала или цикла из 3 материалов общим хронометражем не более 40 минут). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).
* **КОРОТКИЙ МЕТР (короткометражные фильмы).**

В оргкомитет могут быть представлены короткометражные фильмы (не более 1 материала общим хронометражем не более 40 минут). Тематика фильмов может быть любая. Фильмы НЕ должны содержать ненормативную лексику, сцены насилия, суицида, призывы к экстремизму, терроризму, запрещается наглядно показывать проявления антиобщественного поведения, использовать антипатриотические высказывания.

Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, видеоканалах (хостингах), страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

**АУДИО**

* **Аналитик** В оргкомитет могут быть представлены аналитические радиопрограммы, авторские рубрики аналитического содержания, в которых затрагивается обсуждение конкретных проблем, анализируются социальные и общественные явления (не более одной программы, передачи). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, кафедры, вуза. Все работы должны выходить в эфир или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудиоканалах, страницах социальных сетей факультета, кафедры, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).
* **Публицист *(лучшие портретные и путевые аудиоочерки).***

В оргкомитет могут быть представлены аудиоработы, интернет-работы со значительным объемом аудиоконтента – портретные и путевые очерки (не более 1 материала). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудиоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Диалог *(лучшие аудиоинтервью, ток-шоу, беседы, «круглые столы», подкасты).***

В оргкомитет могут быть представлены аудиоинтервью (в том числе интернет-проекты со значительным объемом аудиоконтента), а также беседы, ток-шоу, «круглые столы» хронометражем не более 40 минут, которые раскрывают возможности интервьюера, а также всесторонне представляют героя/героев материала (не более 1 материала). Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Художественное аудио (зарисовки, монологи, радиоспектакли, другие неформатные программы).** Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудиоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).
* **Репортёр *(аудиорепортажи).***

В оргкомитет могут быть представлены новостные сюжеты (не менее трех, но не более пяти), аудиорепортажи, выдвигаемые автором, группой авторов или представленные от имени факультета, кафедры, вуза, выходившие в эфир (или размещенные на официальных площадках: сайтах, аудиоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Лучшее радио вуза.**

В номинации «Лучшее радио вуза» необходимо представить разножанровые аудиоработы (информационные, аналитические, художественно-публицистические, проекты неформатных направлений) одного учебного заведения, которые выходят регулярно (не менее одного раза в месяц) на постоянной основе. В качестве примера могут быть представлены по 3 работы каждого из жанров. В номинации «Лучшее радио вуза» могут участвовать представители любого вуза РФ, ближнего и дальнего зарубежья. Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени кафедры, факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Лучшее телевидение вуза.**

В номинации «Лучшее телевидение вуза» необходимо представить разножанровые видеоработы (информационные, аналитические, художественно-публицистические, проекты неформатных направлений) одного учебного заведения, которые выходят регулярно (не менее одного раза в месяц) на постоянной основе. В качестве примера могут быть представлены по 3 работы каждого из жанров. В номинации «Лучшее телевидение вуза» могут участвовать представители любого вуза РФ, ближнего и дальнего зарубежья. Работы могут быть выдвинуты автором, группой авторов или представлены от имени факультета, вуза. Все работы должны выходить в эфир (или быть размещенными на официальных площадках: сайтах, аудио- и видеоканалах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

**\*Важно: в категорию «Телевидение и радиовещание» принимают только аудио– и аудиовизуальные работы. Если в сетевом издании был опубликован текст, который сопровождают аудиоэпизоды, синхроны, видеофрагменты и т.п., то он должен быть отправлен в категорию «Пресса и интернет-издания».**

**P.S. Члены жюри конкурса вправе перенести работу в другую номинацию конкурса или снять работу с конкурсного участия без объяснения причин.**

**Категория «Пресса и интернет-издания» (текстовые и мультимедийные материалы)\*:**

* **Репортаж *(лучшие репортажи в прессе и интернет-изданиях).***

В оргкомитет от автора или соавторов может быть представлен репортаж, опубликованный в газете, журнале, интернет-издании или размещенный на интернет-площадках кафедры, факультета, вуза в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Аналитика *(лучшие аналитические материалы в прессе и интернет-изданиях).***

В оргкомитет может быть представлен аналитический материал, в котором автор поднимает конкретные проблемы, анализирует социальные и общественные явления. Работа может быть выдвинута автором или соавторами. Она должна быть опубликована в газете, журнале, интернет-издании или размещена на интернет-площадках кафедры, факультета, вуза в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Публицистика *(лучшие очерки, эссе, фельетоны в прессе и интернет-изданиях).***

В оргкомитет могут быть представлены зарисовка, портретный, проблемный или путевый очерк, материал сатирической направленности, авторский материал, в которых авторское начало и создание образной картины мира может быть раскрыто через художественно-публицистический жанр. Работа может быть выдвинута автором или соавторами. Конкурсный материал должен быть опубликован в газете, журнале, интернет-издании или размещен на интернет-площадках кафедры, факультета, вуза в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Интервью *(лучшие интервью в прессе и интернет-изданиях).***

В оргкомитет может быть представлено интервью, которое раскрывает возможности интервьюера, а также многосторонне представляет героя/героев материала. Работа может быть выдвинута автором или соавторами. Конкурсный материал должен быть опубликован в газете, журнале, интернет-издании или размещен на интернет-площадках кафедры, факультета, вуза в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).

* **Визуал и мультимедиа *(лучшие фото- и мультимедийные материалы, инфографика в прессе и интернет-изданиях).*** В оргкомитет могут быть представлены фотографии, карикатуры, инфографика, графические иллюстрации, интерактивные карты, 3D–графика, игры и иные формы визуального контента печатных и интернет-изданий, которые раскрывают творческий потенциал конкурсанта как фотожурналиста, мультимедийного журналиста или дизайнера. Работа может быть выдвинута автором или соавторами. Конкурсный материал должен быть опубликован в газете, журнале, интернет-издании или размещен на интернет-площадках кафедры, факультета, вуза в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ).
* **Лучшее студенческое СМИ**

В оргкомитет могут быть представлены студенческие печатные и интернет-издания, которые выходят регулярно (не менее одного раза в месяц) на постоянной основе. В качестве примера могут быть представлены по 3 номера каждого издания или активная ссылка на постоянно обновляющийся интернет-ресурс. В номинации могут участвовать студенческие объединения любого вуза РФ, ближнего и дальнего зарубежья. Издания могут быть выдвинуты редакцией или представлены от имени кафедры, факультета, вуза. Это должны быть издания, вышедшие в свет (или размещенные на официальных площадках: сайтах, страницах социальных сетей кафедры, факультета, вуза) в течение года, предшествующего году проведения фестиваля (до дня объявления начала приема работ). Обращаем внимание, что в номинации могут участвовать только студенческие СМИ. Корпоративные издания вузов, сайты и официальные страницы в соцсетях к ним не относятся.

**\*Важно:Одна работа может быть представлена на конкурс только в одной номинации (нельзя отправлять одну и ту же работу в две номинации и более). Один участник (индивидуальный или коллективный) может представлять свои работы в разные номинации, однако при этом в каждую из номинаций можно представить не более двух работ.**

**3.1.2 Порядок предоставления материалов на конкурс**

1. Участники категорий «Пресса и интернет-СМИ» и «Телевидение и радиовещание» самостоятельно заполняют электронную заявку. После объявления о начале фестиваля-конкурса активная ссылка на заявку будет доступна в официальной группе фестиваля-конкурса во «ВКонтакте» (<https://vk.com/jourvsu_fest>). Информационное письмо, которое организаторы ежегодно рассылают иногородним вузам, также содержит активную ссылку на форму заявки. Отправка конкурсных работ на почту организатора, в личные сообщения в социальных сетях, в мессенджерах не допускается.
2. Участники прикрепляют ссылку на конкурсный материал в заявке в специально созданной для этого графе. Если конкурсный материал не имеет электронной версии (например, видеоработа не была выложена на интернет-ресурсе или текст был опубликован в газете без дублирования на сайте), конкурсант должен заранее загрузить работу на сторонний ресурс (disk.yandex.ru, cloud.mail.ru, drive.google.com). Обращаем ваше внимание на то, что ссылка на сторонний ресурс должна быть активна и доступна для членов жюри. Просим заранее проверить возможность доступа к папке с материалом на облачном хранилище. Название папки с конкурсным материалом должно содержать наименование номинации, СМИ, Ф. И. О. конкурсанта(ов), название учреждения.
3. При возникновении проблем с отправкой заявки конкурсанту нужно написать сообщение в официальной группе во «ВКонтакте», чтобы специалисты техподдержки могли помочь загрузить работу.

**3.2 «FROG»** – конкурс развития и реализации творческих способностей будущих специалистов в области рекламы, PR и смежных сфер деятельности.

**3.2.1. НОМИНАЦИИ «FROG»:**

* **Видеореклама**

*-* ***рекламный видеоролик***

 (на конкурс могут быть представлены рекламные видеоматериалы, предназначенные для трансляции в телевизионном эфире, длительностью не более 90 секунд)

***- рекламный фильм / рекламная передача***

(на конкурс могут быть представлены рекламные видеоматериалы, предназначенные для трансляции в телевизионном эфире, длительностью от 2 до 40 минут)

* **Радиореклама**

**- *рекламный радиоролик***

(на конкурс могут быть представлены аудиоматериалы рекламного характера длительностью не более 90 секунд)

***- рекламная радиопередача***

(на конкурс могут быть представлены аудиоматериалы рекламного характера длительностью от 2 до 40 минут).

* **Печатная и полиграфическая реклама**

(на конкурс могут бытьпредставлены работы, выполненные в форме рекламных объявлений для прессы, а также плакатов, афиш, листовок, буклетов, календарей и других полиграфических материалов).

Участник присылает макет работы в формате PDF.

* **Интернет-реклама**

(на конкурс могут быть представлены работы, выполненные в виде корпоративных сайтов, баннеров и игр рекламного характера).

 Участник присылает в письме URL сайта и по желанию скриншоты в формате .jpg; баннер предоставляется в форматах .gif, .jpg, .swf (flash), html и пр.

* **Рекламная фотография**

(на конкурс могут быть представлены оригинальные авторские фотоработы, созданные для продвижения товара, услуги, идеи и пр.).

Участник присылает в письме макет конкурсной работы в формате .tif размером не менее А4.

* **Фирменный стиль**

(на конкурс могут быть представлены товарный знак и другие составляющие фирменного стиля организации, товара или услуги, гайдлайны или брендбук).

Участник присылает в письме макет работы в формате PDF.

* **Коммуникационный проект**

(в номинации рассматриваются работы, являющие собой комплекс материалов, выполненных для одного заказчика в едином стиле и подлежащих распространению при помощи различных коммуникационных каналов. Работа представляется в виде набора материалов и сопровождающего описания общей концепции проекта)

Помимо макетов, участник присылает в письме электронную версию описания проекта в формате .doc и файл презентации в формате PDF.

* **Специальная номинация «Коммерческий/Социальный заказ»**

В 2024 году куратором Специальной номинации является оптическая группа «Точка зрения». Участникам конкурса предлагается разработать оригинальную, креативную, по-весеннему свежую наружную рекламу для оптической группы «Точка Зрения». Оцениваться будет в первую очередь именно креативность макета, оригинальная подача рекламного посыла и визуального наполнения.

При разработке наружной рекламы нужно выбрать **одно** из двух основных направлений компании:

***1. Продвижение услуги детского офтальмолога как заботу о будущем своего ребенка.***

    С посылом, что зрение — наше всё. Плохо видит – плохо учится. Пока ребенок растет (до 15-18 лет), своевременно выявленное отклонение от нормы при правильной коррекции современными методами (физиотерапия, очки, контактные линзы, ортокератологические линзы) дает возможность сохранить хорошее зрение ребенку в будущем.

***2. Продвижение сети мультибрендовых салонов оптики с 30 летней историей и широким ассортиментом ведущих мировых брендов.***

     Предоставленные  в специальную номинацию  работы будут оцениваться заказчиком совместно с  членами жюри фестиваля «FROG». Представители компании «Точка зрения» в мае подведут итоги конкурса и объявят победителей. Авторы  лучшей наружной рекламы, удостоившиеся 1,2 и 3 места, получат призы от компании. Также возможен «Приз зрительских симпатий».

    Информация о компании «Точка зрения» содержится на следующих ресурсах:

    Cайт компании <https://t-zr.ru/>

    Телеграм <https://t.me/tochka_zreniya_vrn>

    ВКонтакте <https://vk.com/optica_tochka_zreniya>

    Instagram <https://www.instagram.com/tochka_zreniya_vrn/>

    Прилагается логотип кампании в двух форматах для размещения на макетах (скачать можно по ссылке: <https://drive.google.com/drive/folders/1UGpB5A4ctz5_wkwyMmIkZTJgqb9OyzF_?usp=sharing> ).

**3.2.2. РЕГЛАМЕНТ КОНКУРСА**

* + - 1. Координация проведения возлагается на Оргкомитет конкурса, который формируется из преподавателей факультета журналистики ВГУ и студентов, выступающих в качестве волонтеров фестиваля.
			2. Сроки выполнения конкурсной работы по «Специальной номинации» не входят в основной регламент конкурса и устанавливаются организаторами фестиваля и кураторами номинации.
			3. Оценка работ составом жюри проходит в конце апреля на специальном мероприятии.
			4. Итоги конкурсов подводятся на ежегодной майской Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации».

**3.2.3 ПОРЯДОК ПРИЕМА РАБОТ**

1. Участники категории «**FROG**» самостоятельно заполняют электронную заявку. После объявления о начале фестиваля-конкурса активная ссылка на заявку будет доступна в официальной группе фестиваля-конкурса во «ВКонтакте» (<https://vk.com/jourvsu_fest>). Информационное письмо, которое организаторы ежегодно рассылают иногородним вузам, также содержит активную ссылку на форму заявки. Отправка конкурсных работ на почту организатора, в личные сообщения в социальных сетях, в мессенджерах не допускается.
2. Для участия в конкурсе участник обязан предоставить в оргкомитет следующий пакет документов:

**● заявку на участие в конкурсе (см. Приложение);**

**● конкурсную работу, выполненную в соответствии с содержательными и техническими требованиями фестиваля.**

1. Участники прикрепляют ссылку на конкурсный пакет документов в заявке в специально созданной для этого графе. Конкурсант должен заранее загрузить работу на сторонний ресурс (disk.yandex.ru, cloud.mail.ru, drive.google.com). Обращаем ваше внимание на то, что ссылка на сторонний ресурс должна быть активна и доступна для членов жюри. Просим заранее проверить возможность доступа к папке с материалом на облачном хранилище. Название папки с конкурсным материалом должно содержать наименование номинации, Ф. И. О. конкурсанта(ов), название учреждения.
2. При возникновении проблем с отправкой заявки конкурсанту нужно написать сообщение в официальной группе во «ВКонтакте», чтобы специалисты техподдержки могли помочь загрузить работу.
3. Одна работа может быть представлена лишь в одной номинации.
4. Общее количество работ, которые может предоставить участник на конкурс, не может быть больше 3. Разрешается отправка не более 2 работ в одну номинацию.
5. Заполненная и переданная в оргкомитет заявка на участие в конкурсе дает организаторам право использовать работы в рамках мероприятий фестиваля.
6. Работы должны соответствовать требованиям Гражданского кодекса РФ, а также ФЗ РФ «О рекламе».
7. Работы в номинации «Рекламная фотография» должны быть оригинальные, авторские. При необходимости должны быть подтверждены архивом исходников.
8. Не разрешается использование платных и бесплатных шаблонов.
9. Использование заимствованных разработок должно сопровождаться ссылкой на автора или его разрешением на пользование авторским правом, указанным в паспорте работы.
10. Факт подачи работы на фестиваль означает согласие с вышеперечисленными правилами.

**3.2.4 ПОРЯДОК ОЦЕНКИ РАБОТ**

1. Присланные работы участников конкурса проверяются составом оргкомитета на плагиат. После проверки конкурсная работа допускается к оценке жюри.
2. При выявлении оргкомитетом или представителями жюри случаев плагиата, работа будет выведена из участия, а участник конкурса будет извещен о результатах проверки.
3. Жюри конкурса состоит из представителей выпускающих кафедр факультета журналистики ВГУ, а также практикующих специалистов в сфере массмедиа. Председатель жюри – декан факультета журналистики ВГУ.
4. Жюри оценивают допущенные к конкурсу работы на специальном собрании.
5. Оценка работ осуществляется по следующим критериям:
* актуальность темы;
* наличие четко сформулированной идеи;
* профессионализм;
* жизнеспособность проекта;
* грамотность заявки;
* оригинальность идеи/исполнения/подачи.
1. Каждый критерий оценивается экспертами по пятибалльной шкале в рамках заочного тура. В очном туре жюри выставляют итоговую оценку работы.
2. Члены жюри могут при желании оставить комментарий к представленной на конкурс работе.

**3.2.5 ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ И УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА**

1. В конкурсе могут принимать участие студенты вузов и колледжей Российской Федерации, ближнего и дальнего зарубежья.
2. К участию допускаются как индивидуальные участники, так и команды (количество участников в команде не более 5 человек).
3. Участник имеет право получать всю необходимую информацию, касающуюся проведения фестиваля
4. Итоговое количество работ, которые может предоставить участник конкурса, не должно превышать 3. Разрешается отправка не более 2 работ на одну номинацию.
5. Участники имеют право предоставлять работы, ранее участвовавшие в любых конкурсах.
6. Представленные на конкурс работы не возвращаются.
7. На конкурс допускаются только **собственные работы** участников. Работы, автором которых не является участник, или работы, частично являющиеся плагиатом, дисквалифицируются.
8. Участник несет полную ответственность за содержание и оформление работ, представленных на конкурс, также участник несет ответственность за нарушение авторских и смежных прав.
9. В случае вынесения решения компетентными органами о наложении штрафных санкций на организатора в результате размещения видеороликов, содержащих плагиат, или нарушающих другие законы РФ, участник, представивший данный ролик, на основании письменного требования организатора выплачивает последнему сумму наложенных штрафных санкций, если иная договоренность не достигнута сторонами дополнительно.
10. Факт подачи работ на Конкурс означает согласие с вышеперечисленными правилами.

**3.2.6 ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ И ОРГАНИЗАТОРОВ КОНКУРСА**

1. Оргкомитет оставляет за собой право поместить присланную работу в другую номинацию конкурса.
2. Оргкомитет конкурсов имеет право не допускать к оценке жюри работы, признанные не самостоятельными и авторскими, не отвечающие этическим, моральным и правовым требованиям, а также отклонять работы, не соответствующие критериям конкурса, без объяснения причин.
3. Оргкомитет оставляет за собой право не разглашать имена победителей до дня официального подведения итогов конкурсов.
4. Оргкомитет обязан обеспечить равные условия для всех участников конкурса.
5. Оргкомитет обязан своевременно информировать участников об изменениях в порядке проведения конкурса и настоящем положении.

**3.2.7 ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНКУРСА**

1. Подведение итогов конкурса состоится в дни проведения майской научно-практической конференции (даты будут объявлены участникам заблаговременно). Итоги будут размещены на официальном сайте факультета журналистики ВГУ <http://jour.vsu.ru> и в официальной группе ВКонтакте <https://vk.com/frogfest>
2. По итогам конкурса участники награждаются дипломами и памятными призами.
3. Победители «Специальной номинации» будут награждены в соответствии с условиями кураторов данной номинации.