

ПОЛОЖЕНИЕ
о Международном Фестивале социальной рекламы и медиаволонтерства
#ДоброМедиа

1. Общие положения

1.1. Международный Фестиваль социальной рекламы и медиаволонтерства «#ДоброМедиа» (далее – Фестиваль) – ежегодный некоммерческий фестиваль творческой молодежи в области социальной рекламы. Фестиваль представляет собой творческий некоммерческий проект, носит просветительский характер, утверждает гуманистические идеалы и привлекает внимание молодежи к решению общезначимых социальных проблем российского общества через создание социальной рекламы и проектов.

1.2. Цели и задачи Фестиваля.

Целями Фестиваля являются:

– привлечение внимания широких кругов общественности и институтов государственной власти к проблеме социальной адаптации молодых людей с ограниченными возможностями;

– преодоление социальных стереотипов в сфере инклюзии;

– формирование в общественном мнении положительного отношения к безбарьерной образовательной среде;

– воспитание молодежи в ценностях толерантности, эмпатии и социальной активности.

Задачи:

– развитие творческих способностей школьников и профессиональных навыков студентов в сфере креативных индустрий;

– поиск талантливых специалистов в сфере рекламы и дизайна, эффективно работающих в социальной проблематике;

– поощрение стремления творческой молодежи к деятельности в сфере социальной рекламы;

– поиск оригинальных идей и эффективных решений по созданию социальной рекламы в сфере социальной инклюзии;

– привлечение внимания средств массовой информации к творчеству молодых авторов в сфере креативных индустрий;

– распространение эффективного опыта социального проектирования в молодежной среде;



- развитие у студентов навыков разработки и реализации социальных проектов;
- поддержка лучших проектов в сфере социальной инклюзии.

2. Организация и руководство Фестивалем

2.1. Учредителем Фестиваля является ФГАОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», на базе которого проводится Фестиваль.

2.2. Для организации и проведения Фестиваля учредителем создается оргкомитет, состоящий из сотрудников и обучающихся РГГУ.

2.3. Функции Оргкомитета:

- определение тематики и номинаций Фестиваля;
- разработка единых критериев оценки представленных на Фестиваль материалов;
- прием конкурсных материалов;
- организация и проведение информационной кампании в социальных сетях и СМИ;
- работа с потенциальными партнерами и спонсорами Фестиваля;
- утверждение состава жюри;
- организация всех мероприятий Фестиваля.

3. Сроки и этапы проведения Фестиваля

3.1. Фестиваль проходит ежегодно по следующему графику:

Этап	Сроки проведения*	
Приём заявок	25 марта – 7 мая 2026 г.	
Оценка конкурсных работ Оргкомитетом Фестиваля	8 мая – 11 мая 2026 г.	
Публикация шорт-листа	12 мая 2026 г.	
Подведение итогов и награждение победителей	19 мая 2026 г.	
*Сроки проведения этапов определены на 2026 год и могут быть скорректированы Оргкомитетом. Далее сроки ежегодно определяются учредителем Фестиваля.		



4. Условия участия в Фестивале

4.1. География проведения Фестиваля – Российская Федерация и другие государства.

4.2. В Фестивале могут участвовать:

- школьники и студенты колледжей и высших учебных заведений (в том числе и в составе авторских коллективов не более 5 человек);
- студенческие СМИ и молодежные медиа (газеты, журналы, телевидение, радио, паблики и т.д.);
- блогеры, журналисты, фотографы и другие отдельные представители медиасферы в возрасте от 14 до 35 лет, которые освещают социально значимые темы на своих страницах в социальных сетях.

4.3. Участники должны представить конкурсную работу в соответствии с техническими требованиями и критериями выполнения работ не позднее сроков, указанных в Положении.

4.4. Участник вправе обращаться в Оргкомитет Фестиваля за помощью по оформлению работы на конкурс. Соблюдение авторских прав осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.5. Участники имеют право бесплатно посещать все мероприятия, проводимые в рамках Фестиваля (в том числе мастер-классы и практические занятия).

4.6. Победители и призеры имеют право использовать дипломы, награды и призы Фестиваля в рекламных целях.

4.7. Работы призеров могут входить в рекламно-информационные материалы Фестиваля (видеоролики, каталоги и буклеты Фестиваля и т.п.), а также быть опубликованными на различных интернет-ресурсах со ссылкой на Фестиваль. Участие в Фестивале – бесплатное, регистрационный взнос отсутствует.

5. Формат проведения и тематика Фестиваля

5.1. Фестиваль включает в себя:

- Конкурс социальных проектов и рекламы в сфере инклюзии «Продвижение жизни»;
- Всероссийскую Премию медиаволонтерства #ДоброМедиа.

Тематика Фестиваля:

5.1.1. Тематика Конкурса социальных проектов и рекламы в сфере инклюзии «Продвижение жизни»:

- проблемы инклюзии в среднем и высшем образовании;
- создание безбарьерной среды;



- организация участия людей с ограниченными возможностями в культурных, образовательных и спортивных мероприятиях;
- организация возможностей для самореализации, трудоустройства и карьерного роста для людей с ограниченными возможностями;
- организация продвижения социальных проектов с помощью интегрированных коммуникаций (рекламы, связей с общественностью и т.д.).

5.1.2. Тематика Премии:

- сохранение культурного и исторического наследия;
- традиционные семейные ценности;
- экологическое просвещение;
- развитие территорий;
- использование искусственного интеллекта в образовании и медиа;
- здоровый образ жизни;
- развитие молодежного предпринимательства;
- социальная инклюзия.

5.2. Номинации и требования к проектам Фестиваля:

5.2.1. Номинации Конкурса социальных проектов и рекламы в сфере инклюзии Продвижение жизни:

- Социальный проект;
- Продвижение проекта;
- Ивент - проект;
- Социальная реклама;
- Специальная номинация «Мастер практики программы «Обучение служением»».

5.2.2. В специальной номинации представляются к конкурсу проекты, выполненные в рамках Федеральной программы «Обучение служением» (реализуемой в образовательных организациях высшего и среднего профессионального образования по поручению Президента РФ от 29 января 2023 года № ПР-173ГС).

5.2.3. Требования к работам Конкурса: проект (в том числе и по специальной номинации) представляется в форме презентации (PowerPoint, не более 15 слайдов, размер шрифта не менее 28, заголовков не менее 6). В презентации должны быть отражены цели, задачи, целевая аудитория, предлагаемый план действий и способы реализации проекта). Работа должна сопровождаться аннотацией.

Требования к работам, представленным на номинацию «Социальная реклама»:



– видеоконтент в вертикальном или горизонтальном формате, без ограничений по длительности и количеству серий, съёмка горизонтальная в формате AVI, MOV, MPEG, MP4, разрешение видео не менее HD 720p);

– тексты, имеющие социальное значение (в том числе статьи и сценарии): количество знаков суммарное по всем текстовым блокам – не менее 6 000 знаков; инфографика по теме материала – графическое визуальное представление информации, выполнено в любом редакторе);

– плакат или серия плакатов, объединенная общей мыслью и социальной темой: только авторские работы, представляющие оригинальную разработку идеи, композиции и художественных образов; плакаты в электронном виде – размер не менее формата A1, масштаб 1:1 с расширением не менее 300 dpi);

– макет наружной социальной рекламы» представляется на оптических носителях (CD и DVD) или на облачном сервисе (Яндекс Диск, Облако Mail.ru, Сбер Диск). Форматы файла: JPG, разрешение 1920x1080 p (формат 16x9), не более 10 МБ.

5.2.4. Номинации Премии:

– «Видеопроект» (принимается видеоконтент в вертикальном или горизонтальном формате, без ограничений по длительности и количеству серий, съёмка горизонтальная в формате AVI, MOV, MPEG, MP4, разрешение видео не менее HD 720p);

– «Фотопроект» (принимаются фотоработы, объединенные общей мыслью и социальной темой; фотографии в электронном виде, в формате JPG, JPEG; фотография должна быть резкой);

– «Медиатекст» (принимаются статьи, созданные для некоммерческих целей и имеющие социальное значение; количество знаков суммарное по всем текстовым блокам – не менее 6 000 знаков; инфографика по теме материала – графическое визуальное представление информации, выполнено в любом редакторе);

– «Плакат» (принимаются плакат или серия плакатов, объединенная общей мыслью и социальной темой; только авторские работы, представляющие оригинальную разработку идеи, композиции и художественных образов; плакаты в электронном виде – размер не менее формата A1, масштаб 1:1 с расширением не менее 300 dpi);

– «Подкаст» (принимаются подкасты в форматах аудио и видео, объединенные общей мыслью и социальной темой; на конкурс принимаются выложенные в интернет радиоэфирные; регулярность подкаста не реже одного раза в месяц; должно быть сформулировано тематическое направление);



– «Сообщество/блог» (принимаются ссылки на блоги/сообщества в социальных сетях и мессенджерах, созданные для некоммерческих целей и имеющее социальное значение);

– «Медиацентр учебного заведения» (принимаются ссылки на презентации деятельности медиацентра);

– Специальная номинация «Медиаволонтер года».

По каждой номинации предполагается специальный приз лучшей работе по социальной инклюзии.

К участию в Премии принимаются оригинальные и опубликованные работы, созданные не позднее 1 февраля 2026 г. (года проведения Фестиваля).

5.2.5. Презентация деятельности медиацентра в номинации «Лучший медиацентр учебного заведения» создается в формате портфолио (PowerPoint, конечный файл должен иметь расширение pdf, не более 30 слайдов). В презентации должны быть отражены цели медиацентра, основные направления деятельности, форматы работы с информацией, реализуемые проекты в период с 1 января 2024 г. (года предшествующему проведению Фестиваля) по настоящее время, команда (с фотографиями каждого представителя и указанием должности), год основания, лучшие достижения и иная дополнительная информация.

5.2.6. Для участия в специальной номинации «Медиаволонтер года» (номинация направлена на выявление, признание и поощрение отдельных представителей медиасферы в возрасте от 14 до 35 лет, чьи медиапроекты имеют особое социальное значение) необходимо снять и отправить видеовизитку.

5.2.7. Видеовизитка должна содержать следующую информацию:

– представление номинанта;

– демонстрация выдающихся заслуг номинанта в период с 1 января 2024 года (года предшествующему проведению Фестиваля) по настоящее время. Требование к видеовизитке:

– съёмка горизонтальная в формате AVI, MOV, MPEG, MP4, разрешение видео не менее HD 720p;

– хронометраж ролика – 1 минута;

– жанр видеовизитки и художественное исполнение определяется по усмотрению номинанта;

– при монтаже видеовизитки могут использоваться фотографии и архивные материалы.

Десять номинантов, которых определит комиссия Оргкомитета, смогут побороться за победу в народном голосовании, которое пройдет на сайте Фестиваля.



5.2.8. Общие требования, предъявляемые к конкурсным работам Фестиваля:

– представленные на Фестиваль материалы не должны противоречить законодательству Российской Федерации – авторские права, персональные данные и т.д.;

– творческие работы не должны содержать политические лозунги, высказывания, несущие антигосударственный и антиконституционный смысл;

– творческие работы не должны содержать грамматические, стилистические ошибки;

– оргкомитет не ограничивает фантазию авторов с учетом вышеизложенных требований.

5.3. Подать заявку можно сразу по нескольким номинациям (не более одной на каждую) и на разные Конкурсы Фестиваля.

5.4. Конкурсы Фестиваля проводятся в двух возрастных категориях:

– от 14 до 23 лет – школьники и студенты колледжей и высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура и аспирантура);

– от 24 до 35 лет – молодые специалисты креативных индустрий.

6. Порядок регистрации участников и авторские права

6.1. Информация о сроках, условиях, порядке проведения Фестиваля публикуется на интернет-странице Фестиваля на сайте в информационно-коммуникационной сети «Интернет» по адресу: добромедиа.рф <https://доброемедиа.рф/> (далее – страница Фестиваля). Официальный адрес электронной почты Фестиваля: Dobromedia@rggu.ru. Регистрация участников и размещение работ осуществляется на сайте Фестиваля до 7 мая 2026 г.

6.2. Оргкомитет Фестиваля оставляет за собой право использовать представленные работы; для этого случая авторы подписывают договор о передаче неисключительных авторских прав.

6.3. Соблюдение Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» при выполнении работ является обязательным.

6.4. Ответственность за соблюдение авторских и смежных прав несут участники Фестиваля в соответствии с законодательством Российской Федерации.

6.5. В случае передачи прав на объект авторского права третьей стороне получатель обязуется соблюдать требования действующего законодательства Российской Федерации в области охраны интеллектуальной собственности.



7. Награды Фестиваля

7.1. Наградами Фестиваля являются: Гран-при, призы по номинациям, дипломы по номинациям, специальные призы.

7.2. Все участники, представившие свои работы на Фестиваль, получают сертификаты участника Фестиваля.

7.3. Все возникающие в ходе работы Фестиваля спорные вопросы разрешаются оргкомитетом совместно с автором конкурсной работы и в соответствии с законодательством Российской Федерации. Проект, ставший предметом спора, до принятия решения временно исключается из конкурсных программ Фестиваля.

8. Работа жюри

8.1. Оргкомитет Фестиваля формирует состав жюри.

8.2. В состав жюри Фестиваля входят специалисты – практики креативных индустрий и преподаватели вузов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций, представители государственных учреждений и общественных фондов.

8.3. Работы представляются на рассмотрение жюри – под кодами.

8.4. Призовые места распределяются в соответствии с наибольшим количеством набранных баллов, что закрепляется протоколом заседания жюри. Решение жюри является окончательным и пересмотру не подлежит.

8.5. Жюри обеспечивает профессиональный анализ и оценку Конкурсных работ по следующим критериям:

- соответствие работы тематике Фестиваля;
- оригинальность творческих работ;
- качество и сложность технического исполнения;
- степень раскрытия темы;
- общее эмоциональное восприятие работы;
- грамотность, логичность, наглядность.

9. Дополнительная информация

9.1. В случае объявления в г. Москве обстоятельств непреодолимой силы и запрета на проведение мероприятий оргкомитет Фестиваля имеет право отказаться от проведения массовых онлайн мероприятий Фестиваля.

Расходы, связанные с проездом до места проведения мероприятий участники несут самостоятельно, либо расходы осуществляются за счет направляющих участников лиц.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат:
Владелец: 06ЕС00СС06ВВ3САЕ42FF0602D037A5E3
Бобров Дмитрий Викторович

Действителен: с 03.10.2025 по 03.10.2026

