



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
МЕГАПОЛИС

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



МЕДИАКЛАСС
В МОСКОВСКОЙ ШКОЛЕ

НАПРАВЛЕНИЕ
МЕДИА

ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭТАП



МОСКВА
2025



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
МЕГАПОЛИС

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ РАЗРАБОТАНЫ:

Милкус Александр Борисович, советник президента РАО, заведующий проектно-учебной лабораторией медиакоммуникаций в образовании Факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ, автор учебников по медиаграмотности

Бирюкова Екатерина Анатольевна, заместитель заведующего проектно-учебной лабораторией медиакоммуникаций в образовании Факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ, преподаватель Института образования НИУ ВШЭ

МОСКВА
2025



Содержание

Введение	4
Цели и задачи	5
Тематическое содержание.....	6
Регламент проведения практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс»	11
Разбор демонстрационного варианта №1 и методика оценивания конкурсных заданий	12
Возможные трудности при подготовке и разбор типичных ошибок	24
Рекомендации для участников конкурса	26



Введение

Конкурс проводится Государственным автономным образовательным учреждением дополнительного профессионального образования города Москвы «Московский центр качества образования» в целях диагностики уровня сформированности функциональной грамотности и межпредметных связей у обучающихся, осваивающих основные образовательные программы среднего общего образования, а также независимой оценки качества подготовки обучающихся 11-х классов, освоивших программы предпрофессионального образования.

Задачи Конкурса:

1. Создание возможностей для личностного роста и профессионального самоопределения обучающихся, а также для практического применения знаний, полученных в процессе обучения по образовательным программам среднего общего образования.

2. Выявление уровня сформированности у обучающихся универсальных учебных действий при решении задач, поиске, обработке и анализе информации из различных источников.

Официальными информационными ресурсами Конкурса являются: официальный сайт ГАОУ ДПО МЦКО (mcko.ru), официальный сайт проектов предпрофессионального образования (profil.mos.ru), информационный портал столичного образования «Школа Большого города» (shkolamoskva.ru), портал проведения Конкурса (my.mcko.ru).

Информация о сроках, условиях и порядке проведения Конкурса публикуется на сайте im.mcko.ru. Регистрация участников осуществляется по адресу my.mcko.ru. Регистрация проводится однократно.

Конкурс проводится в 2 этапа: теоретический и практический. Настоящий документ посвящен рассмотрению конкурсных заданий практического этапа в номинации «Медиакласс» по направлению «Технологии медиапроизводства».

Данные методические рекомендации предназначены как для учителей, так и для учащихся. В документе представлены разбор пяти заданий демонстрационного варианта по курсу «Технологии медиапроизводства», критерии их оценивания, типовые ошибки и практические советы. Методические рекомендации не являются учебным пособием.



Цели и задачи

Цель практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс» (задания 1-5.2) — проверить знания и навыки, сформированные у учащихся в ходе освоения курса «Технологии медиапроизводства».

Задачи:

1. Оценка знаний основных производственных процессов, ключевых этапов технологического развития и особенностей функционирования современной медиасферы.
2. Проверка умений ориентироваться в тенденциях развития медиаиндустрии, технологического производства и продвижении контента.
3. Оценка навыков анализа контента в социальных сетях, а также аудитории медиапродукта, их применения к планированию коммуникационной деятельности и созданию своих медиапроектов.

Для выполнения поставленных задач учащийся должен:

Знать:

- основные процессы функционирования современной медиасферы;
- историю развития технологий в медиасфере;
- ключевые термины, связанные с медиапроизводством и деятельностью медиаорганизаций;
- основные этапы создания различного медиаконтента;
- особенности функционирования современных медиаорганизаций;
- методы исследования целевой аудитории и ее описания, в том числе метод составления портрета типичного представителя целевой аудитории;
- основные профессии медиаиндустрии;
- инструменты продвижения медиапродуктов на различных цифровых платформах, в том числе в социальных сетях.

Уметь:

- адаптировать контент и формат под разные сегменты пользователей;
- адаптировать контент и формат для различных интернет-платформ;
- анализировать медиаконтент с точки зрения соответствия различным сегментам целевой аудитории и интернет-платформам;
- различать типы журналистских вопросов (открытые, уточняющие, провокационные и др.) и анализировать их с позиции журналистской этики, задач интервью и интересов аудитории;
- анализировать медиатексты;
- определять цели коммуникации и подбирать соответствующий формат и тематику контента;
- формулировать цель, формат, уникальность и аудиторию медиапроекта, отвечающего конкретной проблеме;
- сегментировать аудиторию и учитывать ее характеристики при создании медиапродукта.

Владеть:

- навыками критического анализа медиаконтента (текстовый и визуальный);
- базовыми методами анализа и описания целевой аудитории;
- способностью разрабатывать концепции медиапроектов под конкретные задачи;
- навыками генерации креативных решений в ограниченных условиях.



Тематическое содержание

№ задания	Выбор задания для решения	Уровень сложности	Уникальные кодификаторы Конкурса	Контролируемые требования к проверяемым умениям	Балл
1	-	Базовый (тест, установление соответствия)	1.1 Специфика технологий в медиасфере 1.2 Основные понятия медиасферы 1.3 Эволюция технологий медиапроизводства 1.4 Влияние ИТ-индустрии на медиатехнологии 1.9 Журналистика и другие медиапрофессии 1.10 Управление технологическими процессами в медиапроизводстве 2.1 Новые медиа и развитие цифровых платформ 2.2 Мессенджеры как инструмент для размещения медиаконтента 4.2 Применение искусственного интеллекта в медиа 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства	Знать основные процессы производства контента и функционирования современной медиасферы. Понимать специфику производства контента в медиасфере. Знать и корректно использовать базовые термины медиасферы. Знать историю развития технологий медиапроизводства, которые повлияли на текущее состояние медиасферы. Устанавливать причинно-следственные связи между этапами развития медиа. Анализировать влияние информационных технологий на процессы медиапроизводства. Знать спектр современных профессий в медиаиндустрии и специфику профессиональных обязанностей медиаспециалистов. Понимать особенности новых медиа и их отличие от традиционных.	5



2	-	Базовый (тест, установление соответствия)	3.1 Понятие аудитории и методы ее определения 3.2 Как измеряется аудитория 3.3 Продвижение контента	Знать и уметь определять методы исследования аудитории. Знать основные понятия медиаисследований и работы с аудиторией медиа. Знать и уметь выбирать соответствующие различным сегментам аудитории инструменты продвижения. Применять методы определения и сегментирования аудитории.	4
3	-	Базовый (тест, множественный выбор)	1.6 Звукозапись. Технологии радиовещания 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства 1.2 Работа с текстом 1.3 Аудио: звуковые записи, подкасты, создание звуковых эффектов 1.9 Журналистика и другие медиапрофессии	Понимать особенности аудиоформатов в медиафере: подкасты, радиопередачи и т.п. Знать ключевые этапы производства аудиоконтента в различных форматах. Понимать специфику проведения интервью в аудиоформатах. Понимать этапы подготовки медиапродукта — от идеи до реализации, включая этап подготовки интервью. Различать типы журналистских вопросов (открытые, уточняющие, провокационные и др.). Анализировать вопросы для интервью с точки зрения соответствия нормам журналистской этики и задачам интервью.	5



4	-	Повышенный (открытый ответ)	2.1 Новые медиа и развитие цифровых платформ 2.2 Мессенджеры как инструмент для размещения медиаконтента 3.1 Понятие аудитории и методы ее определения 3.3 Продвижение контента 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства 1.2 Работа с текстом	Понимать особенности новых медиа и отличия их от традиционных. Анализировать функционал и специфику цифровых платформ. Определять специфику размещения медиаконтента в мессенджерах и социальных сетях с учетом визуальных и технических характеристик платформ. Знать соответствующие различным платформам форматы публикаций. Применять методы определения и сегментирования аудитории. Уметь определять соответствующий характеристикам аудитории формат контента. Оценивать соответствие контента медиапроекта потребностям и интересам аудитории. Выявлять и исправлять смысловые, стилистические, логические и типографические ошибки в медиатексте. Адаптировать текст под особенности различных цифровых платформ.	7
---	---	-----------------------------------	--	--	---



5.1	На выбор одно из 5.1., 5.2	Повышенный (открытый ответ)	1.8 Особенности производства видеоконтента для социальных сетей, видеохостингов, стриминговых сервисов и мессенджеров 1.10 Управление технологическими процессами в медиапроизводстве 2.1 Новые медиа и развитие цифровых платформ 2.2 Мессенджеры как инструмент для размещения медиаконтента 3.3 Продвижение контента 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства	Понимать особенности новых медиа и отличия их от традиционных. Анализировать функционал и специфику цифровых платформ. Определять специфику размещения медиаконтента в мессенджерах и социальных сетях с учетом визуальных и технических характеристик платформ. Знать соответствующие различным платформам форматы публикаций. Знать и уметь выбирать соответствующие различным сегментам аудитории инструменты продвижения. Учитывать форматные и функциональные особенности мессенджеров и социальных сетей при продвижении контента. Определять форматные особенности видеоконтента для различных цифровых платформ. Уметь определять соответствующий характеристикам аудитории формат контента.	9
-----	----------------------------	-----------------------------	---	--	---



5.2	На выбор одно из 5.1., 5.2	Повышенный (открытый ответ)	1.5 Производство современной печатной продукции: газеты, книги и журналы 1.6 Звукозапись. Технологии радиовещания 1.7 Производственные процессы видеоиндустрии 1.8 Особенности производства видеоконтента для социальных сетей, видеохостингов, стриминговых сервисов и мессенджеров 3.1 Понятие аудитории и методы ее определения 1.1 Основные технологические процессы современного медиапроизводства 1.2 Работа с текстом 1.3 Аудио: звуковые записи, подкасты, создание звуковых эффектов 1.4 Видео: фильмы, телепередачи, видеоклипы, видеоблоги и онлайн-трансляции	Знать основные технологические процессы и форматы производства и распространения современной печатной продукции: газеты, книги и журналы. Знать основные технологические процессы и форматы производства и распространения видеоконтента. Понимать особенности аудиоформатов в медиафере: подкасты, радиопередачи и т.д. Знать ключевые этапы производства аудиоконтента в различных форматах. Знать основные понятия медиаисследований и работы с аудиторией медиа. Применять методы определения и сегментирования аудитории. Знать основные инструменты, используемые при производстве различных типов контента.	9
Сумма баллов:					30



Регламент проведения практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс»

Практический этап конкурса в номинации «Медиакласс» проводится в очной дистанционной форме. Участники проходят конкурсное испытание на компьютерах с использованием технологий прокторинга и/или постпрокторинга. Во время выполнения конкурсных заданий строго соблюдается регламент проведения конкурса, с которым можно ознакомиться в Положении о Московском конкурсе межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» на сайте Конкурса. Обратите внимание, что отсутствие необходимого оборудования (компьютер/ноутбук, смартфон/планшет) для осуществления видео- и аудиозаписей, а также их неисправность (в том числе – снижение чувствительности) являются основанием для отклонения работы участника и аннулирования результатов. Рекомендуется заранее настроить оборудование для прокторинга (proctoring.mcko.ru/check.html).

Во время прохождения испытания конкурсантам запрещено пользоваться справочными материалами, в том числе подготовленными самостоятельно или найденными в сети Интернет во время прохождения испытания. Использование черновиков в виде тетрадей, блокнотов, электронных устройств запрещено.

На выполнение заданий практического этапа конкурса отводится 120 минут. Во время проведения мероприятия участник может выйти из зоны проведения мероприятия не более чем на 5 минут, **предупредив проктора на камеру**. Мероприятие не продлевается на время отсутствия участника. Задания можно решать в любом порядке, к вопросам, которые вызывают затруднения, есть возможность вернуться. Для сохранения ответа участнику нужно нажать «Ответить» в каждом вопросе. При необходимости участник также может вносить корректировки в ответы как на закрытые вопросы, так и на открытые.

Конкурсный вариант участника состоит из 10 заданий, включая вопросы с возможностью выбора и вопросы с открытым ответом. Вопросы №1, №2, №3, №4, №5.1 и №5.2 базируются на содержании курса «Технологии медиапроизводства». Индивидуальный вариант участника формируется системой автоматически и включает 3 задания базового уровня и 2 повышенного уровня. Задание 5 состоит из двух равноценных по количеству баллов заданий: №5.1 и №5.2. Участник может решить одно из двух заданий на выбор. Также участник вправе решить оба задания (и №5.1, и №5.2), в таком случае в зачет идет только одно — то, за которое он получает **максимальный балл**.

Консультации по техническим и организационным вопросам, касающиеся регистрации, загрузки паспорта, подключения камер для прокторинга, работы в системе и т.п., осуществляет Московский центр качества образования Департамента образования и науки г. Москвы (ГАОУ ДПО МЦКО).



Разбор демонстрационного варианта №1 и методика оценивания конкурсных заданий

Максимальный балл за выполнение 10 заданий — 60 баллов. За выполнение 5 заданий по курсу «Технологии медиапроизводства» максимально участник может получить 30 баллов. Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Рассмотрим более подробно решение демонстрационного варианта №1 (задания 1–5.2) и систему оценивания каждого задания.

Порядок заданий в конкурсных вариантах может отличаться, однако их структура остается идентична и соответствует демонстрационному варианту.

Задание 1.

Прочитайте каждое утверждение. Определите, верно оно или неверно. В выпадающем списке выберите правильный ответ.

1 — Верно. 2 — Неверно.

А. Первая книга, которая была напечатана в Московском государстве, называется «Куранты»

Б. В переводе с латинского «медиа» означает посредник

В. Авторские права на видеозапись, сделанную вами на мобильный телефон друга, принадлежат владельцу устройства

Г. Лонгриды, как правило, сочетают в себе несколько медиа, например: фотографии, видео, аудиозаписи, инфографику и т.п.

Д. Искусственный интеллект производит большинство сюжетов для новостных лент отраслевых СМИ

Ответ: А-2, Б-1, В-2, Г-1, Д-2.

Базовый уровень. В Задании 1 даны 5 утверждений. Напротив каждого утверждения будет выпадающий список с двумя вариантами: верно и неверно. Задача участника — определить, какие из утверждений являются верными, а какие — неверными. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Всего максимальный балл за задание — 5. Задание оценивается системой автоматически.

Первое задание направлено на проверку знаний истории развития технологий медиапроизводства, основных терминов в сфере медиакоммуникаций, специфики современной медиаиндустрии и тенденций. Проверяется, знает ли участник ключевые события в истории развития технологий печати, радио, кино и видеопроизводства, фотопроизводства, интернет-технологий. Особое внимание уделяется значимым технологическим открытиям, таким как появление типографского станка, первых фотоаппаратов, организация первого кинопоказа, изобретение радио, видеоманитофона, цифровых камер, интернета и возникновение социальных сетей. Данное задание также оценивает, как конкурсант ориентируется в хронологии развития



медиаиндустрии и умеет ли участник соотносить ключевые изобретения в сфере медиа с именами их авторов и историческим периодом.

Задание 2.

Используя предложенные слова и словосочетания, заполните пропуски в тексте. На месте каждого пропуска впишите одну цифру.

1. Медиапотребление
2. Социально-демографический
3. Ценности
4. Лояльность
5. Географические характеристики

При описании целевой аудитории медиапродукта важно учитывать несколько основных характеристик. В первую очередь а) _____ характеристики: возраст, пол, образование и социальный статус; б) _____: место проживания — регион или город. Также необходимо использовать психографические критерии, в которые входят интересы аудитории, образ жизни и в) _____ — важные жизненные принципы и убеждения, поведенческие характеристики: активность аудитории в интернете и г) _____ — как часто и в каком контексте пользователи потребляют контент.

Ответ: а-2, б-5, в-3, г-1.

Базовый уровень. Данное задание закрытого типа предполагает установление соответствия. Участнику необходимо заполнить пропуски в тексте, вставив на месте каждого пропуска подходящую цифру из предложенных. В тексте приводится 4 пропуск. За каждый правильно заполненный пропуск начисляется 1 балл. Всего максимальный балл за задание — 4. Задание оценивается системой автоматически.

Второе задание проверяет, насколько участник ориентируется в методах и инструментах исследования аудитории и основных характеристиках, используемых для описания целевой аудитории и составления портрета пользователя. Для успешного прохождения задания конкурсанту необходимо понимать, что из себя представляют методы исследования аудитории (панельные исследования, цифровые методы, в том числе веб-аналитика, анализ данных) и их различия. Данное задание также требует от участника знаний основных показателей измерения аудитории (рейтинг, охват, доля, частота, среднее время просмотра/прослушивания), методов продвижения контента через различные каналы, в том числе цифровые платформы. Участнику необходимо ориентироваться в выборе подходящих инструментов продвижения под различные сегменты аудитории.

Задание 3.

Прочитайте текст и выполните задания.

Вы — автор популярного подкаста «Стоп кадр». В выпусках вы рассказываете о новинках проката, тенденциях современного отечественного кино, обсуждаете с именитыми кинокритиками культовые фильмы и новости индустрии. Ваша аудитория — люди, которые любят кино, интересуются искусством. Часто гостями вашего подкаста становятся известные кинодеятели, актеры и режиссеры.



Для записи ближайшего подкаста вы решили пригласить актера Юру Борисова. Вы планируете сделать выпуск в формате интервью.

Из предложенных ниже вопросов выберите 5, которые наиболее релевантны для подкаста с данным героем. Ориентируйтесь на:

- профессиональные задачи;
- интерес целевой аудитории;
- соответствие тематике подкаста;
- перспективы продвижения подкаста на информационных площадках, рассказывающих о кинопроизводстве.

В ответе запишите номера вопросов в порядке возрастания цифр, без пробелов и знаков препинания. Пример: 12345.

1. Расскажи о себе. Каковы твои ближайшие творческие планы?
2. Исполнение роли Пушкина в фильме «Пророк» вызвало неоднозначные отзывы. Пересматривал ли ты эту картину после выхода на экраны и как ты оцениваешь в целом это произведение?
3. Какова была твоя первая реакция, когда поступило предложение сняться в фильме американского режиссера?
4. Где ты так хорошо выучил английский язык?
5. Известные актеры говорят о том, что им порой бывает нелегко вжиться в роль. Какая роль для тебя была внутренне менее комфортна?
6. Какой новый опыт ты приобрел, работая за границей?
7. Как ты познакомился с женой?
8. Ты получил несколько престижных кинонаград и был номинирован на «Оскар». Как изменился теперь твой гонорар?
9. Расскажи о своем агенте, как вы нашли друг друга?

Ответ: 23568

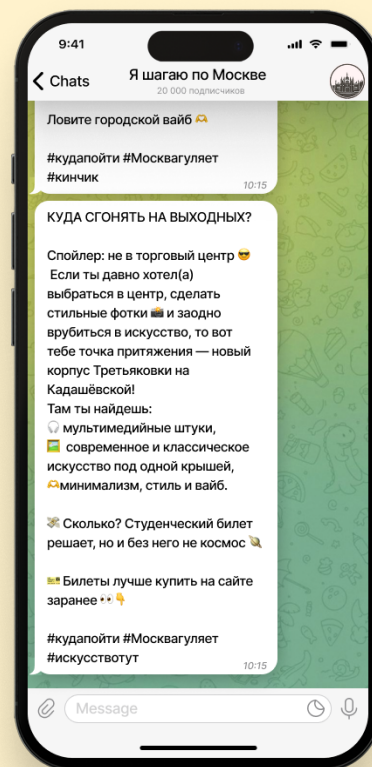
Базовый уровень. Данное задание предполагает множественный выбор. Участнику необходимо выбрать ВСЕ правильные варианты и записать цифры **в порядке возрастания**. Пример: 12345. Если участник указывает в ответе все правильные варианты, он получает 5 баллов. В случае наличия хотя бы одной ошибки баллы не начисляются. Если участник допустил ошибку при внесении ответа в систему (например, записал цифры в порядке убывания), баллы не начисляются. Задание оценивается системой автоматически.

В этом задании участнику необходимо выбрать 5 вопросов из 9, которые подходят к обсуждаемой в примере ситуации. При выполнении данного задания участнику нужно проявить умение отбирать содержательные, профессионально и тематически релевантные вопросы, которые соотносятся с информацией ситуации и соответствуют журналистской этике. Проверяется критическое мышление, понимание соотношения формата медиапроекта и его целевой аудитории с содержанием, умение ориентироваться в специфике аудиопроектов.

Задание 4.

Перед вами скриншот поста, опубликованного в одном из социальных медиа. В описании указано следующее: «Го с нами изучать столицу!» Проанализируйте содержание и оформление контента и опишите его по следующим пунктам .

1. Определите платформу, на которой сделана публикация, и тематику медиа. Обоснуйте свой выбор.
2. Предположите, кто является целевой аудиторией медиа. Опишите ее в свободной форме, обязательно учитывая следующие характеристики: пол, возраст, образование, род деятельности, ценности и интересы. Ответ обоснуйте.
3. Найдите не менее 3-х ошибок в содержании и оформлении поста, которые допустил автор. **Опишите каждую из них и дайте аргументированное пояснение, почему это является ошибкой; предложите рекомендации по ее исправлению.** Ошибки могут быть любого характера, в том числе смысловые, грамматические, стилистические, логические, типографические, ошибки в дизайне и интерфейсе и т.д.



Возможный ответ:

1. Telegram (телеграм-канал). Тематика канала — путеводитель по Москве для молодежи. Можно предположить, что в канале публикуются анонсы интересных мероприятий, необычные локаций города, которые понравятся представителям поколения Z. Данное предположение строится на основе названия канала «Я шагаю по Москве» и заголовка поста «Куда сгонять на выходных».
2. Судя по tone of voice и сленгу, используемым в посте, аудитория телеграм-канала — молодые люди в возрасте 15–25 лет, студенты и школьники старших классов, которые хотят узнавать город, небанально проводить свое



свободное время, следить за трендами, быть в курсе городских мероприятий.
Ценности — учеба и саморазвитие.

3. Ошибка 1. Название и оформление канала не вполне соответствуют аудитории. Для молодежи стоит выбрать более короткое и цепляющее название без отсылки к фильму, так как, скорее всего, аудитория канала не смотрела одноименный советский фильм. Также для привлечения внимания молодежной аудитории следует выбрать более яркую фотографию с уникальным, запоминающимся дизайном.

Ошибка 2. Текст поста перегружен эмодзи. Следует оставить 2-3 эмодзи. Так читателям будет легче воспринимать информацию из поста.

Ошибка 3. В структуре текста допущено несколько ошибок. Стоит разбить текст на большее количество абзацев, чтобы пост было легче читать. Также при упоминании конкретного места и рекомендации его посетить следует добавить точный адрес и ссылку на сайт, где пользователь может купить билеты.

Повышенный уровень. Задание открытого типа. Участнику будет дан скрин поста в социальном медиа. На основе его анализа нужно будет ответить на три вопроса. Данное задание проверяет навыки анализа медиаконтента в социальных медиа, понимание принципов оформления и распространения публикаций в цифровой среде. Участнику предлагается проанализировать скриншот поста и выполнить комплексную работу. В первую очередь необходимо определить платформу размещения и тематику медиа. Обратите внимание, что вопросы требуют обоснования. Например, при описании тематики телеграм-канала сделать отсылки к фактам, которые помогли участнику сделать такое заключение: обложка канала, его описание и название, содержание постов. Далее конкурсанту необходимо описать целевую аудиторию медиа и обосновать, то есть объяснить, на основе каких факторов строится его предположение. В третьем пункте участнику нужно описать не менее 3-х ошибок в содержании и оформлении поста, которые допустил автор, обосновать и предложить рекомендации по исправлению. Среди ошибок, которые могут встретиться в этом задании, могут быть ошибки в визуальном оформлении: отсутствие или избыток абзацев и форматирования текста, отсутствие или избыток эмодзи, несоблюдение tone of voice, речевые, грамматические и пунктуационные ошибки, а также ошибки, связанные с настройками канала, временем публикаций, визуальным сопровождением поста и т.д.

При написании ответов рекомендуется использовать нумерацию, чтобы указать, на какой вопрос дан конкретный ответ. Будьте внимательны в написании ответов, не забывайте приводить релевантные аргументы, так как в противном случае балл за задание будет снижен. Подробнее с оценкой и распределением баллов за вопросы можно ознакомиться в таблице ниже.

Оценка выставляется по 3-м критериям:

Пункт № 1 — максимально 2 балла;

Пункт № 2 — максимально 2 балла;

Пункт № 3 — максимально 3 балла.

Кол-во баллов	3	2	1	0



Пункт № 1		Указана корректная платформа и правильно определена тематика медиа. Ответ обоснован, снабжен релевантными аргументами на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	Указана корректная платформа и правильно определена тематика медиа. В ответе отсутствует обоснование или приведено не в полной мере, отсутствуют или приведены не в полной мере релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	Платформа и тематика определены неверно или не определены. Обоснование отсутствует или не имеет логики.
Пункт № 2		Целевая аудитория описана полно и логично: учтены пол, возраст, образование, род деятельности, ценности и интересы. Ответ обоснован, снабжен релевантными аргументами на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	Целевая аудитория описана частично: указано менее половины характеристик и/или описание поверхностное. В ответе отсутствует обоснование или приведено не в полной мере, отсутствуют или приведены не в полной мере релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	Целевая аудитория не описана или описание крайне общо. Обоснование отсутствует или не имеет логики.



Пункт № 3	<p>В ответе приведены 3 или более различные релевантные ошибки, для которых:</p> <p>1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации;</p> <p>2) приведены реалистичные рекомендации по решению.</p>	<p>В ответе приведены 2 различные релевантные ошибки, для которых:</p> <p>1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации;</p> <p>2) приведены реалистичные рекомендации по решению.</p>	<p>В ответе приведена 1 релевантная ошибка, для которой:</p> <p>1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации;</p> <p>2) приведены реалистичные рекомендации по решению.</p>	<p>Ошибки не выявлены или приведены примеры, не относящиеся к содержанию задания.</p>
-----------	---	---	---	---

Задание 5.1.

Перед вами контент-план сообщества в социальной сети «ВКонтакте» школьного спортивного клуба. Авторы создают контент, который помогает поддерживать интерес к школьному спорту и активнее вовлекать в него учеников и родителей. В сообществе освещается спортивная жизнь школы N: публикуются фотографии соревнований по разным видам спорта (волейболу, баскетболу, легкой атлетике, футболу, настольному теннису), освещаются различные спортивные мероприятия и успехи учеников. Также есть отдельная рубрика — «Тренируйся с нами», в рамках которой публикуются клипы со съемок тренировочного процесса. В формате клипов также в сообществе публикуется развлекательный контент — адаптация современных трендов вертикальных видео в соответствии с тематикой сообщества. Аудитория сообщества: ученики и родители школы N. Периодичность публикаций — 2-3 поста в неделю.



АПРЕЛЬ

ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
30	31	1 Фотоотчет с субботнего школьного турнира по настольному теннису. Краткий текст об итогах, победителях и атмосфере. 17:00	2	3	4 Короткое видео с тренировки по легкой атлетике: разминка, техника старта, советы от тренера. 16:00	5
6	7	8 Анонс школьного мероприятия "Мама, папа, я — спортивная семья" 20:00	9	10	11	12
13	14 Вертикальное видео, тренд "Я доверяю своему сыну" 14:00	15	16	17	18 Пост с результатами районных соревнований по легкой атлетике 20:00	19
20	21	22	23 Фотоотчет "Тропа здоровья" 11:00	24	25	26
27	28	29 Пост с фотографией об участии школьной команды по баскетболу в городском турнире 17:00	30	31	1	2

Дополните контент-план: предложите не менее 3-х идей для новых публикаций, которые помогут увеличить вовлеченность аудитории. Для каждой укажите:

1. Дату и время публикации (обоснуйте свой выбор).
2. Тему и формат(ы) контента.
3. Краткое содержание публикации (сценарий видео, содержание текстового поста или визуальных объектов).

Возможный ответ:

Публикация 1.

Дата и время: 11 апреля, так как необходимо соблюдать определенную периодичность в публикациях (до этого пост выходил также в пятницу). Время — 16:00, так как к этому времени заканчиваются занятия в школе и ученики возвращаются домой, у них есть свободное время, чтобы проверить соцсети.

Формат: вертикальное видео в формате VK clips.

Содержание: видео тренировок школьных спортивных команд, кадры, на которых ребята делают упражнения (подтягиваются, отжимаются и т.д.), а также кадры, на которых они играют в футбол, баскетбол и т.д. За кадром должна звучать динамичная музыка, для придания юмористического эффекта можно



использовать мемы (аудио). При наложении на определенные видеофрагменты получается комический эффект. В описании к видео подпись: «Тренируемся и активно готовимся к соревнованиям. А как проходит ваша пятница? Пишите в комментариях».

Публикация 2.

Дата и время: 16 апреля — на этой неделе можно добавить еще один пост, так как получается большой люфт между 14 и 18 апреля. Время 20:00, так как пост могут посмотреть после рабочего дня родители.

Формат: фотографии и текст.

Содержание: фотоотчет и итоги школьного праздника «Мама, папа, я — спортивная семья». В публикации должна быть карусель из фотографий с яркими моментами соревнований. На фотографиях должны быть как ученики, так и родители. Текст поста должен быть максимально лаконичным. Первое сообщение о том, что в школе прошло данное мероприятие. Второе сообщение — результаты соревнований, поздравления команд победителей.

Публикация 3.

Дата и время: 21 апреля, так как необходимо соблюдать регулярность публикаций и делать посты по расписанию. Это увеличивает вовлеченность аудитории. Время 20:00, так как пост будет потенциально интересен родителям, представители данного сегмента аудитории обычно проверяют социальные сети в конце рабочего дня.

Формат: текстовый пост с яркой обложкой (афишей).

Содержание: новость о том, что на следующей неделе школьная команда примет участие в городском турнире по баскетболу. Изображение в стилистике турнира с анонсом предстоящих соревнований. В тексте должны быть дата соревнований и ссылка на онлайн-трансляцию.

Повышенный уровень. Задание открытого типа. В задании будет описана ситуация и дано изображение — неполный контент-план. Задача участника, исходя из представленных данных, описать не менее 3-х идей для новых публикаций. Перед выполнением задания рекомендуется внимательно прочитать текст с условиями к контент-плану и проанализировать цели социального медиа (например, страница в социальной сети «ВКонтакте», телеграм-канал, блог в «Дзене» и т.п.), о котором идет речь, его задачи, особенности и интересы целевой аудитории. При описании концепций публикаций нужно обязательно описать три пункта:

1. Дату и время публикации (обоснуйте свой выбор).
2. Тему и формат(ы) контента.
3. Краткое содержание публикации (сценарий видео, содержание текстового поста или визуальных объектов).

Рекомендуется предлагать разнообразный контент, сочетающий развлекательные, познавательные и вовлекающие элементы. Оценивается логичность и уместность идей, соответствие стилистике, миссии и другим изначально заданным характеристикам социального медиа. В задании может быть описана тематика и форматы, а также периодичность публикаций. Если участник не учитывает эти данные в своем ответе, то балл может быть снижен. Например, в задании демонстрационного варианта говорится о том, что периодичность публикаций — 2-3 поста в неделю. В случае если участник предлагает сделать две публикации на неделе с 13 по 19 апреля, это считается ошибкой, так как из изображения следует, что две публикации в этот



промежуток времени уже запланированы. В итоге будет оценена лишь одна идея для публикации, и участник потеряет баллы.

Обратите также внимание, что в пунктах 1 и 3 ответ необходимо обосновать, в противном случае балл за задание будет снижен. Подробнее с оценкой и распределением баллов за вопросы можно ознакомиться в таблице ниже.

Кол-во баллов	3	2	1	0
Публикация 1–3	<p>В ответе приведено полное описание публикации, которое соответствует пунктам.</p> <p>1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы с опорой на информацию в содержании задания.</p> <p>2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания.</p> <p>3. Дано исчерпывающее описание идеи публикации, из которого понятна ее суть, сценарий и визуальный стиль. В описании учтена информация из содержания задания, а также целевая аудитория медиа.</p>	<p>В ответе приведено неполное описание публикации.</p> <p>Соблюдены только 2 пункта из 3-х.</p> <p>1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы с опорой на информацию в содержании задания.</p> <p>2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания.</p> <p>3. Дано исчерпывающее описание идеи публикации, из которого понятна ее суть, сценарий и визуальный стиль. В описании учтена информация из содержания задания, а также целевая аудитория медиа.</p>	<p>В ответе приведено неполное описание публикации.</p> <p>Соблюден только 1 пункт из 3-х.</p> <p>1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы с опорой на информацию в содержании задания.</p> <p>2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания.</p> <p>3. Дано исчерпывающее описание идеи публикации, из которого понятна ее суть, сценарий и визуальный стиль. В описании учтена информация из содержания задания, а также целевая аудитория медиа.</p>	<p>Описание публикации не приведено или не соответствует требованиям задания.</p>

Задание 5.2.

Прочитайте новость и выполните задания.

Мошенники массово рассылают поддельные письма якобы от Госуслуг. Название сервиса написано с ошибкой - Gos uslugi. В сообщениях говорится о попытках входа в аккаунт с других устройств и указан поддельный номер службы поддержки. Если на него позвонить, то попадаешь в ловушку мошенников.



Источник: Новости Москвы

Проанализируйте новость и выделите одну из возможных проблем, затрагиваемых в тексте. Придумайте медиапроект, который будет решать выделенную вами проблему. Вы можете выбрать любой формат, например лонгрид, телеграм-бот, мобильное приложение, компьютерную игру, мультимедийную выставку, видеоблог и т.д. Опишите ваш медиапроект по следующим пунктам.

1. **Название и идея медиапроекта.** Дайте развернутое описание.
2. **Проблематика.** Опишите одну из затрагиваемых в сообщении проблем и способ(ы) ее решения посредством вашего медиапроекта.
3. **Формат(ы) медиапроекта.**
4. **Целевая аудитория.** В свободной форме опишите целевую аудиторию, включая следующие характеристики: пол, возраст, образование, род деятельности, ценности, интересы, потребности.
5. **Уникальность.** Объясните, в чем заключается уникальность вашего проекта и что его отличает от аналогичных.

Возможный ответ:

1. «На крючке» — чат-бот в Telegram, который помогает пользователям распознать фейковые сообщения, письма, а также сайты. Бот с помощью технологий ИИ может проанализировать текст сообщения, проверить ссылку на сайт, дать советы о том, как распознать фишинг. Бот работает следующим образом: сначала пользователь выбирает категорию того, что он хочет проверить: письмо, сообщение, номер телефона, сайт. Затем загружает скрин и ссылку, после чего бот дает аргументированный ответ: фейк или нет.
2. Проблема: низкий уровень цифровой грамотности у пользователей, вследствие чего люди не отличают официальные сообщения от фейковых и становятся жертвами мошенников. Бот помогает отличить официальные сообщения от фейковых, так как он не приводит аргументы, почему тот или иной ресурс является мошенническим.
3. Формат: телеграм-бот.
4. 25–45 лет — молодые специалисты, часто сталкивающиеся с цифровыми сервисами и рассылками. Среднее, среднее профессиональное, высшее образование. Главная ценность — цифровая безопасность. Интересы: активно пользуются интернет-ресурсами, мессенджерами и приложениями. Потребности: простое и быстрое средство проверки подозрительных сообщений, повышение уровня цифровой грамотности. Пользователи хотят научиться распознавать сообщения от мошенников.
5. Пользователи не только получают ответ, но и с помощью бота обучаются цифровой грамотности. В таком формате знания усваиваются легко и непринужденно.



Повышенный уровень. Задание открытого типа. Данное задание представляет собой альтернативу Заданию 5.1. Участник может выполнить одно из двух заданий на выбор. Оба оцениваются максимально в 9 баллов. Конкурсант также вправе решить оба задания (и №5.1, и №5.2), в таком случае в зачет идет только одно — то, за которое он получает **максимальный балл**.

Задание моделирует реальную профессиональную задачу: создание медиапроекта, направленного на решение актуальной проблемы с учетом потребностей целевой аудитории. В нем участнику необходимо проявить навыки анализа медиатекста и планирования медиапроекта. Участнику предлагается ознакомиться с новостью, проанализировать ее, выделить проблему(ы) и придумать медиапроект, который поспособствует решению данной проблемы. Формат медиапроекта может быть любым. Далее участнику необходимо описать идею медиапроекта по представленным пунктам.

При проектировании медиапроекта важно подробно и логично описать все пункты, из ответа участника должна быть понятна общая идея проекта. Также в описании должна прослеживаться взаимосвязь между форматом, проблематикой, целевой аудиторией и в целом идеей медиапроекта. Рекомендуется сопровождать ответ релевантными комментариями. Стоит упомянуть, что новости в данном задании могут затрагивать серьезные проблемы, которые не имеют однозначного решения (фейковые новости, климатические изменения и т.д.). Это не означает, что участнику необходимо придумать решение проблемы на глобальном уровне. Достаточно сузить проблему, предложить частный способ ее предотвращения или смягчения для конкретной аудитории в конкретном контексте.

Среди типичных ошибок, с которыми может столкнуться конкурсант в данном задании, можно выделить слишком широкие формулировки и отсутствие конкретики, повтор существующих проектов без элементов уникальности, выбор формата, не соответствующего целевой аудитории.

Критерии оценивания данного задания представлены в таблице ниже.

Кол-во баллов	7–9	4–6	0–3
	Участник верно определил проблему, предложил идею медиапроекта, которая отвечает заявленной проблеме. Описание медиапроекта исчерпывающее, все пункты задания раскрыты в полной мере, описаны ясно и аргументированно. Проект представляется оригинальным. Структура ответа логически выстроена. Автор демонстрирует высокий уровень владения понятийным аппаратом.	Участник в целом верно определил проблему, предложил связанный с ней медиапроект. Участник достаточно полно раскрывает один или несколько обязательных пунктов в описании медиапроекта, но не уделяет внимание или минимально уделяет внимание другим аспектам. Структура ответа логична и в основном соблюдена. Проект представляется частично оригинальным. Автор демонстрирует низкий уровень владения понятийным аппаратом.	Идея медиапроекта слабо связана с заявленной проблемой, не имеет ясной цели или логики. Описание медиапроекта неполное, большинство обязательных пунктов задания не раскрыты или раскрыты не в полном объеме. Отсутствует оригинальность, наблюдаются логические ошибки в построении ответа. Автор демонстрирует низкий уровень владения понятийным аппаратом или не владеет понятийным аппаратом.



Возможные трудности при подготовке и разбор типичных ошибок

1. Невнимательное прочтение заданий.

Ошибки часто возникают из-за невнимательного отношения к формулировке задания. Участники, заметив сходство с демонстрационным вариантом, могут поспешно дать ответ, не вчитываясь в суть. Однако каждое задание содержит уникальные условия, вопросы и требования, которые необходимо учитывать для получения высокого балла. Рекомендуется вдумчиво вчитываться в условия задания, **читать задание целиком**.

2. Отсутствие логики и связности в ответах.

Для достижения высоких результатов важна не только корректность ответа, но и его логическая структура. Ответы, не подкрепленные аргументами или примерами, выглядят неубедительно. Задания не требуют написания эссе по строгим правилам, но должны демонстрировать логичность, аргументированность и релевантность. Следует избегать голословных утверждений и субъективных суждений, не подкрепленных фактами. Также важно **давать полные развернутые ответы**, поскольку в кратких ответах сложно уловить мысль, которую стремился изложить конкурсант.

3. Игнорирование требований задания.

Выполняя задания, следует **отвечать на все поставленные вопросы**. К сожалению, зачастую конкурсанты упускают из внимания часть требований и дают неполные ответы, например, забывают давать пояснение. Вследствие этого снижаются баллы.

4. Отсутствие аргументации.

Многие участники ограничиваются простым утверждением или мнением, не приводя обоснований. В результате теряются баллы, так как во многих вопросах для получения максимально балла необходимо **приводить обоснования**.

5. Использование шаблонных фраз.

Некоторые участники, опираясь на демонстрационный вариант, воспроизводят готовые заученные ответы без адаптации к новому заданию. Это снижает качество ответа, делая его шаблонным и малосодержательным. Конкурсные задания направлены на проверку способности анализировать различные ситуации и применять знания, а не воспроизводить заученный материал. В открытых заданиях важно **продемонстрировать оригинальность мышления** и умение аргументировать свою позицию.

6. Неправильное использование терминологии.

Еще одна ошибка, которая прослеживается в ответах участников, заключается в неправильном использовании терминов, их подменой или вовсе отсутствием. Из ответов участников прослеживается непонимание базовых терминов курса «Технологии медиапроизводства». Рекомендуется **изучить глоссарий по курсу**.

7. Страх «ошибиться» и дать неправильный ответ.

Специфика медиадисциплин предполагает широту возможных решений. Конкурсные задания направлены на раскрытие творческого потенциала участников в том числе. В открытых вопросах нет единственно верного ответа. Обратите внимание, что в демонстрационных вариантах приводятся *возможные* ответы на задания. Более того, приветствуется **креативность и оригинальность** в заданиях с открытым ответом. Идеи, предложенные участниками, могут отличаться от предполагаемых ответов разработчиков, но если они подходят под требования задания и обоснованы, эксперты оценят их высоко.



8. Орфографические и пунктуационные ошибки.

В ответах участников часто встречаются не только стилистические и речевые ошибки, но и грамматические, и пунктуационные. При проверке эксперты смотрят в первую очередь на содержание ответа. Грамматические и пунктуационные ошибки не влияют на оценку, но тем не менее их большое количество в ответе участника может сказаться на восприятии общего уровня работы. **Перечитывайте ваши ответы**, чтобы избежать орфографических и пунктуационных ошибок и опечаток.



Рекомендации для участников конкурса

1. Выполняйте задания самостоятельно.

Не прибегайте к помощи посторонних лиц при написании конкурсного варианта, не используйте шпаргалки. Помните, что вы выполняете испытание с использованием технологий прокторинга и/или постпрокторинга. Конкурс нацелен на проверку ваших личных знаний, умений и понимания материала. Самостоятельное выполнение заданий позволяет не только честно оценить свой уровень, но и выявить области для дальнейшего роста.

2. Изучите задания прошлых лет.

На сайте конкурса вы найдете задачник прошлых лет. Рекомендуется с ним ознакомиться. Более того, при подготовке к конкурсу участникам будет полезно потренироваться в составлении портрета бренда-чемпиона. Попрактиковаться в этом можно с использованием заданий прошлого года. Навыки описания целевой аудитории помогут участникам при выполнении конкурсного варианта.

4. Развивайте насмотренность.

Когда вы потребляете медиаконтент, например, смотрите социальные сети, блогеров или читаете новости, обращайте внимание на то, как выстроены сообщения, кто является целевой аудиторией, какие визуальные и текстовые приемы используются. Следите за тем, как работают инструменты продвижения, как различные бренды и блогеры адаптируют контент, продвигают его на различных площадках и работают с целевой аудиторией. Делайте пометки, ведите дневник наблюдений. К тому же, знания медиарынка и успешных проектов помогут не только в разработке своего продукта, но и в выполнении аналитических задач.

5. Изучите критерии оценивания.

При подготовке к конкурсу внимательно изучите критерии оценивания открытых вопросов. Это поможет вам понять, на что эксперты обращают внимание и как избежать недочетов.

6. Используйте логику.

При ответе на конкурсные задания используйте логическое мышление. В большинстве заданий от вас не требуется знаний точных дат и определений из словаря. В основном задания проверяют ваше умение размышлять, анализировать и делать выводы, — ключевые качества для будущих специалистов медиасферы. При оценке учитываются то, насколько последовательно и обоснованно вы излагаете свои мысли, как вы рассуждаете и решаете реальные задачи, с которыми сталкиваются медиаспециалисты в креативных индустриях.

7. Повторите содержание курса.

Чтобы успешно пройти конкурс, стоит начать подготовку заблаговременно. Освежите в памяти содержание курсов «Технологии медиапроизводства» и «Журналистика и медиа». Для этого можно воспользоваться учебными программами и методическими материалами, доступными для скачивания на сайте проекта «Медиакласс в московской школе».

Желаем удачи в учебе и подготовке к Конкурсу!