

**Спецификация конкурсных материалов для проведения практического этапа
Московского конкурса межпредметных навыков и знаний
«Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс» для
направления «Медиа»**

1. Назначение конкурсных материалов

Материалы практического этапа Московского конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» (далее – Конкурс) предназначены для оценки уровня практической подготовки участников Конкурса.

2. Условия проведения

Практический этап Конкурса проводится в очной дистанционной. При выполнении работы обеспечивается строгое соблюдение порядка организации и проведения Конкурса.

Этап проводится в очном дистанционном формате с использованием технологии прокторинга. Участникам необходимо иметь компьютер (ПК или ноутбук; прохождение диагностики на мобильных устройствах — невозможно) с выходом в Интернет, веб-камерой и микрофоном, а также смартфон (или планшет) со стабильным интернетом и приложением для считывания QR-кодов. Требуется предварительная настройка оборудования:
https://im.mcko.ru/docs/Инструкция_для_участника_конкурса_Интеллектуальный_мегаполис_Потенциал.pdf. Браузер разрешается использовать только для прохождения заданий этапа и процедуры прокторинга. Участники Конкурса не могут пользоваться справочными материалами, подготовленными самостоятельно или найденными в сети Интернет во время прохождения испытания.

3. Продолжительность выполнения

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.

4. Содержание и структура

Индивидуальный вариант участника включает 10 заданий, базирующихся на содержании программ двух курсов: «Технологии медиапроизводства» и «Журналистика и медиа». Задания 5 и 8 предусматривают решение одного задания из списка на выбор. Если участник выполняет оба задания из предложенных, то в зачет идет только одно — то, за которое он получает максимальный балл.

5. Система оценивания

Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном. Максимальный балл за выполнение всех заданий — 60 баллов.

6. Приложения

1. План конкурсных материалов для проведения практического этапа Конкурса.

2. Демонстрационный вариант конкурсных заданий 6–10 практического этапа Конкурса.
3. Критерии оценивания.

План конкурсных материалов для проведения практического этапа Конкурса

№ 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 медиатеchnологии 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 медиасфере: подкасты, радиопередачи и т.п. Знать ключевые этапы производства аудиоконтента в различных форматах. Понимать специфику проведения интервью в аудиоформатах. Понимать этапы подготовки медиaproдукта — 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	2.1 Новые медиа и развитие цифровых платформ	Понимать особенности новых медиа и отличия их от традиционных.	7



		(открытый ответ)	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	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.	
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	Понимать особенности новых медиа и отличия их от традиционных. Анализировать функционал и специфику цифровых платформ. Определять специфику размещения медиаконтента в мессенджерах и	9



			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	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.	
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	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 медиасфере: подкасты, радиопередачи и т.д. Знать ключевые этапы производства	9



			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	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.	
6	-	Базовый (тест 1 выбор)	2.1. Профессия — журналист 2.2. Работа современной редакции 2.3. Классическая журналистика и новые медиапрофессии	Знать основные термины сферы журналистики, уметь давать им определения. Понимать функции журналистики и ее роль в обществе, особенности работы журналиста и организации работы редакции. Знать спектр современных специализаций сферы журналистики и специфику профессиональной деятельности современного журналиста. Ориентироваться в типологии жанров журналистики. Знать признаки текста, его структуру, виды информации в тексте	2
7	-	Базовый (тест 1 выбор)	2.2. Работа современной редакции 2.3. Классическая журналистика и новые медиапрофессии 3.1. Жанровая система современной печатной и цифровой периодики 3.2. Понятие «повестка дня»	Знать основные термины сферы журналистики, функции журналистики и ее роль в обществе, особенности работы журналиста и организации работы редакции, профессиональные навыки и личные качества журналиста,	2



				права и обязанности журналиста. Ориентироваться в типологии жанров журналистики.	
8	На выбор одно из 8, 8a	Повышенный (открытый ответ)	3.1. Жанровая система современной печатной и цифровой периодики 3.2. Понятие «повестка дня» 3.3. Подготовка новостных заметок 3.4. Подготовка репортажа 3.5. Работа в жанре интервью 3.6. Рецензия 3.7. Авторская колонка 3.8. Зарисовка 3.9. Портрет 3.10. Журналист в социальных сетях	Уметь определить журналистский текст, ориентироваться в типологии жанров журналистики, знать основные жанры и особенности подготовки текстов в жанре авторской колонки, зарисовки, рецензии, уметь выбирать наиболее подходящий жанр для изложения выбранной темы.	8
8a	На выбор одно из 8, 8a	Повышенный (открытый ответ)	3.1. Жанровая система современной печатной и цифровой периодики 3.2. Понятие «повестка дня» 3.3. Подготовка новостных заметок 3.4. Подготовка репортажа 3.5. Работа в жанре интервью 3.6. Рецензия 3.7. Авторская колонка 3.8. Зарисовка 3.9. Портрет 3.10. Журналист в социальных сетях	Уметь определять форматы и жанры материалов, адаптировать контент под специфику различных платформ. Знать спектр современных специализаций сферы журналистики и специфику профессиональной деятельности современного журналиста. Знать признаки текста, его структуру, виды информации в тексте.	8
9	-	Повышенный (открытый ответ)	2.1. Профессия — журналист 2.2. Работа современной редакции 2.3. Классическая журналистика и новые медиапрофессии	Знать профессиональные качества и умения журналистов, уметь применять профессиональные правила работы: правовые нормы, этические	12



				обязательства. Различать авторские и редакционные типы медиа, понимать особенности работы журналиста на различных платформах, разбираться в специфике освещения инфоповода в зависимости от типа и формата публикации, понимать основные стадии производства материалов. Уметь составлять план публикации, определять структуру будущего материала, знать определение медиапроекта и основные этапы работы над ним.	
10	-	Базовый (тест, множественный выбор)	2.1. Профессия — журналист 2.2. Работа современной редакции 2.3. Классическая журналистика и новые медиапрофессии	Иметь представление о правах и обязанностях журналистов, о требованиях к личным качествам журналиста, разбираться в организации работы редакции периодических изданий и информационных сайтов, порядке подготовки и написания журналистских материалов, знать правовые и этические принципы работы журналиста.	6
Сумма баллов:					60



**Демонстрационный вариант № 1 конкурсных заданий практического этапа
Конкурса**

Пример состава заданий практического этапа Конкурса

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.

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.

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?

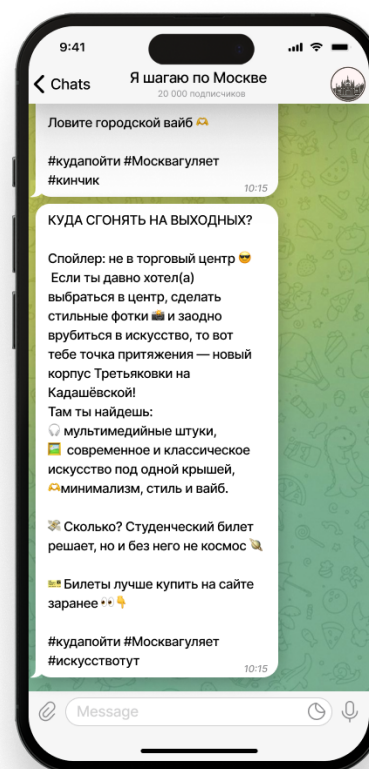
Ответ: 23568



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 локации города, которые понравятся представителям поколения Z. Данное предположение строится на основе



названия канала «Я шагаю по Москве» и заголовок 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.

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.

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.

Задание 6. Прочитайте текст и выберите подходящее понятие из списка, которое должно быть на месте пропуска:

Известный спортсмен с большей вероятностью станет _____, чем тренер небольшого футбольного клуба.

1. интервьюером
2. ньюсмейкером
3. инфоповодом
4. хедлайнером

Ответ: 2. ньюсмейкером



**Задание 7. Выберите один подходящий вариант из перечисленных.
Какое из перечисленных СМИ выходит также на французском языке?**

1. Первый канал
2. sports.ru
3. RT
4. Life.ru

Ответ: 3. RT

Задание 8. Прочитайте текст и выполните задания.

1. Определите жанр журналистского текста по представленному отрывку.
2. Обоснуйте свой выбор.

Беседа президента России Владимира Путина и эмира Катар шейха Тамима Аль Тани пройдет в узком составе. За этим последуют переговоры в формате официального завтрака и церемония обмена подписанными документами. Об этом заявил пресс-секретарь российского главы Дмитрий Песков на брифинге. «Визит очень важный, трудно переоценить. Сейчас во многих региональных и даже мировых делах Катар наш добрый партнер. Российско-катарские отношения очень динамично развиваются», – отметил представитель Кремля. По его словам, контакты между Путиным и Аль Тани происходят достаточно часто. По другим каналам также весьма активно ведется диалог, 17 апреля «будет серьезный разговор». Ожидается достаточно представительная делегация с двух сторон, уточнил Песков.

Во второй половине дня Путин продолжит обычную работу в Кремле в непубличном формате без открытых мероприятий.

Беседа Путина с эмиром Катар пройдет в узком составе и за официальным завтраком,
Ведомости

Ответ:

1. Новость.
2. Текст основан на конкретном факте, которому не дается оценка, но который дополняется бэкграундом и деталями.

Задание 8а. Вставьте на места пропусков наиболее подходящие по смыслу слова или словосочетания.

Журналист общественно-политической газеты должен уметь кратко и точно излагать информацию, опираясь только на проверенные _____. При написании _____ можно включать _____ официальных лиц — это повышает доверие читателей, а также можно брать _____ у экспертов, что, в свою очередь, позволит подробнее и четче раскрыть описываемое событие.

Правильный ответ: факты/источники/данные/материалы, заметок/новостей/статьи/материала, цитаты, комментарии/интервью.

Задание 9. Прочитайте текст и выполните задания.

Вы работаете журналистом в популярном журнале «Профиль» в разделе «Наука и технологии». Вам поручили написать статью о готовящемся первом в России шахматном турнире, где в качестве игроков будут выступать разные программы искусственного интеллекта, а победителем будет определена команда-разработчик программы, набравшей наибольшее количество очков.

1. Опишите целевую аудиторию статьи.
2. Сформулируйте одну главную мысль статьи, поясните, какими журналистскими средствами вы ее донесете до аудитории.
3. Сформулируйте заголовок.
4. Укажите этапы работы и возможный план статьи.

Возможный ответ:

1. Целевая аудитория — представители успешного городского сообщества, мужчины и женщины, работающие в сферах политики и бизнеса. Также тема интересна большому кругу читателей.

2. Научно-развлекательная статья с конкретным информационным поводом (запланированный турнир) должна быть написана легким языком, не содержать много научных терминов. Задача таких статей — рассказать читателю что-то новое и развлечь его. Главная мысль: известно, что интересно наблюдать за игрой другого человека (в любом виде спорта или состязании), но будет ли интересно наблюдать за состязанием роботов, состязаются ли сами ИИ-роботы или создавшие их команды. Сопроводить статью комментариями экспертов — шахматистов, болельщиков, разработчиков ИИ-роботов, организаторов шахматного ИИ-турнира. Также сопроводить статью фотографиями.

3. Возможный заголовок: «Спор роботов между собой». Можно добавить подзаголовок: «В России прошел первый шахматный турнир между ИИ-системами».

4. Этапы работы: сформулировать главную мысль и план статьи, взять комментарии у экспертов, написать саму статью, подобрать иллюстрации. План статьи: заголовок, вступление, основная часть (и комментарии), заключение.

Задание 10. Прочитайте текст и выберите два верных утверждения из перечисленных.

В одном отдаленном российском городе строится крупный многоквартирный жилой комплекс. В результате пандемии, международных санкций и неправильного планирования трат строительная компания оказалась в долгах, и строительство затянулось на несколько лет, а покупатели (дольщики) не могут уже длительное время получить купленные квартиры. Все стороны перекладывают ответственность



друг на друга: строительная фирма — на внешние обстоятельства, заявляя, что стройка затянулась из-за торговых ограничений, возникших в результате пандемии и санкций; местные власти заявляют, что стройка велась с финансовыми нарушениями и была затянута из-за непрофессионализма руководителей строительной компании. В это же время наиболее активные дольщики устроили митинг и установили транспаранты с призывами быстро предоставить им приобретенное жилье. Вы — корреспондент самого популярного городского новостного интернет-портала, вас отправляют на место событий с редакционным заданием: разобраться в ситуации и подготовить объективный материал о происходящем.

Выберите верные утверждения из предложенных вариантов (множественный выбор):

1. В центре внимания репортажа должен быть владелец фирмы, его биография, его карьерный рост.
2. В центре внимания репортажа должны быть интересы дольщиков.
3. Нужно приехать на место митинга и пообщаться с участниками.
4. Не обязательно выезжать на место митинга, достаточно для оперативности взять уже написанный материал из информационных агентств.

Ответ:

2. В центре внимания репортажа должны быть интересы дольщиков.
3. Нужно приехать на место митинга и пообщаться с участниками.



**Демонстрационный вариант № 2 конкурсных заданий практического этапа
Конкурса**

Пример состава заданий практического этапа Конкурса

Задание 1.

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

1 — Верно. 2 — Неверно.

А. Первый печатный станок придумали в Латинской Америке
Б. Производство медиаконтента остается дорогостоящим процессом, и не каждый человек может себе это позволить
В. Зоотроп — это устройство для демонстрации иллюзии движения
Г. Для поколения Z основным источником информации являются печатные СМИ
Д. Социальная реклама — это вид коммуникации, направленной на привлечение внимания к общественным проблемам и побуждение к их решению

Ответ: А-2, Б-2, В-1, Г-2, Д-1.

Задание 2.

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

1. Глубинное интервью
2. Фокус-группа
3. Открытое наблюдение
4. Анкетирование
5. Анализ открытых данных

Существует несколько методов исследования аудитории, которые позволяют собрать полезную информацию для разработки и продвижения медиапродукта. Один из наиболее распространенных — а) _____: с его помощью можно получить ответы наибольшего количества респондентов и выявить общие тенденции. Метод б) _____ позволяет понять мотивацию, внутренние боли и поведение аудитории через личное общение с респондентами и открытые вопросы. Если необходимо отследить реакцию группы людей на определенный медиаконтент, например, протестировать интерфейс приложения, тогда можно использовать метод в) _____. А если проект уже размещен в интернете, то изучить реакции аудитории можно с помощью г) _____ — например, изучения статистики просмотров, лайков и времени взаимодействия пользователя с контентом.

Ответ: а-4, б-1, в-2, г-5.

Задание 3.

Прочитайте текст и выполните задания.

Вы работаете на радио «Спорт FM» и ведете радиопрограмму «Игра на пределе». Чаще всего вас слушают мужчины, находящиеся во время передачи за рулем. В рамках программы вы обсуждаете последние инфоповоды и тренды в мире спорта. Частыми гостями эфира становятся действующие и бывшие профессиональные игроки, тренеры, спортивные журналисты.

Героем одного из ближайших выпусков станет звезда мирового хоккея — Александр Овечкин. Вы планируете построить выпуск в формате интервью.

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

- профессиональные задачи;
- интерес целевой аудитории;
- соответствие тематике передачи;
- перспективы продвижения выпуска в спортивных медиа.

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

1. Какой матч вы вспоминаете чаще всего и почему он был особенным?
2. Вы установили мировой рекорд. Каковы ваши дальнейшие спортивные цели?
3. Какая у вас любимая команда по баскетболу?
4. Что вы думаете о современных правилах в хоккее: легче или сложнее стало играть?
5. Почему вы перешли в НХЛ?
6. Как вы настраиваетесь на игру и есть ли у вас особые ритуалы?
7. Хоккей сегодня значительно отличается от хоккея 80-х. Как вы относитесь к тому, что ваши достижения в спорте сравнивают с рекордами Гретцки?
8. Сколько вы заработали за последний матч?
9. Какую книгу вы сейчас читаете?

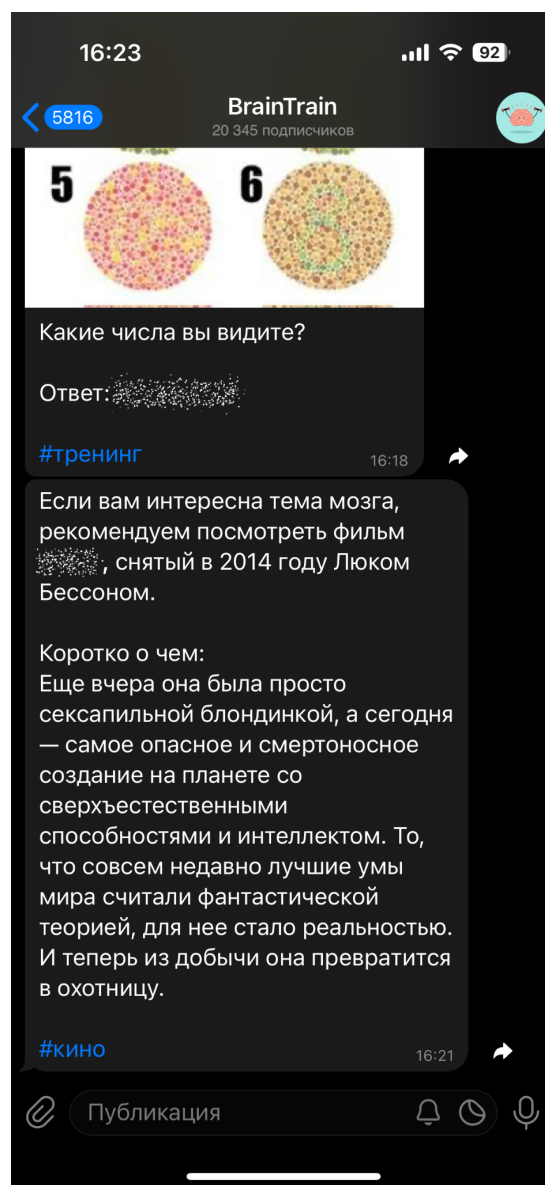
Ответ: 12467



Задание 4.

Перед вами скриншот поста, опубликованного в одном из социальных медиа. В описании указано следующее: «Тренируй свой . Здесь ты найдешь множество логических игр, загадок и головоломок». 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 — полезные упражнения для мозга, поддержание мозговой активности. Данное предположение строится на основе названия канала «BrainTrain» и поста в канале с визуальной головоломкой.



2. Можно предположить, что аудитория канала очень широкая — от студентов до специалистов высоких должностей (20–40 лет) со средним или высшим образованием. Это люди, которые хотят прокачать свой мозг, быть в тонусе. Они интересуются головоломками, играми на логику, развитием soft skills, психологией и нейронаукой. В свободное время предпочитают настольные игры. Их ценности: развитие интеллекта, самосовершенствование, желание сочетать полезное с интересным.
3. Ошибка 1. Не цепляющий заголовок поста. Формулировка «если вам интересна тема...» отталкивает читателя, а не побуждает его далее читать пост. Более того, если люди подписаны на канал, то им интересна эта тема априори. Пост стоит начать с вопроса или интересного факта, чтобы зацепить внимание подписчиков. Также можно в заголовке поста просто обозначить: «Фильм на вечер».
- Ошибка 2. Отсутствие реакций под постами. Сделать реакции на посты доступными. Они помогут авторам отслеживать активность аудитории, понимать, как пользователи реагируют на тот или иной контент. Также это поможет увеличить активность канала, так как посты с большим количеством откликов чаще просматривают и читают.
- Ошибка 3. Убрать скрытое форматирование в названии фильма. Подобное форматирование в данном случае не несет никакого смысла. Лучше заменить его на жирное выделение, так как это поможет читателям сфокусировать внимание и запомнить название фильма.

Задание 5.1.

Перед вами контент-план аккаунта в Telegram молодого бренда авторской бижутерии. Команда бренда самостоятельно разрабатывает дизайн, подбирает материалы, вручную изготавливает изделия и ведет канал. В нем публикуются фотографии украшений, видео об этапах их создания, истории клиентов, а также посты с советами по стилю и сочетанию аксессуаров. Регулярно в сторис проводятся мини-розыгрыши. Аудитория бренда — девушки 16–25 лет, увлекаются модой и handmade-культурой, их способ самовыражения — одежда и аксессуары. Периодичность публикаций — 3–4 поста в неделю.



АПРЕЛЬ

ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
30	31	1 Пост с фотографиями новой коллекции 18:00	2	3	4	5
6	7	8 Серия фотографий: подборка модных образов с украшениями бренда 20:00	9	10	11	12
13	14 Рассказы от реальных покупательниц о том, как украшение стало частью важного события 14:00	15	16	17	18 Пост с фотографиями нового кулона 20:00	19
20	21	22	23 Серия фотографий: вдохновение. Коллаж из фотографии природы/ города и готовые украшения, вдохновленными ими. 18:00	24	25	26
27	28	29 Подборка самых популярных украшений месяца по реакциям, заказам или комментариям. 18:00	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: 6 апреля, так как необходимо соблюдать периодичность публикаций. Время — 13:00, так как обычно в послеобеденные часы пользователи не заняты, они хотят расслабиться и заглянуть в социальные сети или мессенджеры.

Формат: серия видео в формате сторис.

Содержание: видео на тему «За кулисами: один день мастера». Несколько вертикальных коротких роликов о том, как мастер создает украшения: выбор бусин, рабочий процесс, кофе-брейк, упаковка заказов, финальные изделия и т.д. Съемка ведется от первого лица. За кадром может звучать спокойная, умиротворенная музыка.



Публикация 2.

Дата и время: 10 апреля, так как необходимо соблюдать периодичность в 3-4 публикации в неделю. Время — 18:00, конец рабочего/учебного дня, в это время представители целевой аудитории едут с учебы/работы домой и по дороге проверяют каналы в Telegram.

Формат: текст + опрос + фотография.

Содержание: пост-опрос для интерактива с аудиторией. В посте говорится о том, что бренд работает над новыми браслетами. Аудитории адресован вопрос: «Какие формы украшений тебе ближе?». После текста следует голосование. На фотографии — коллаж из нескольких идей для новых украшений, которые соответствуют вариантам опроса.

Публикация 3.

Дата и время: 16 апреля, так как на этой неделе запланировано только 2 поста.

Время — 20:00, так как у целевой аудитории есть обычно свободное время вечером, после учебы или работы подписчики готовы отвлечься и пролистать контент.

Формат: несколько фотографий и текстовый пост

Содержание: пост про историю создания популярного украшения бренда: кольцо, созданное под впечатлением от прогулки по ВДНХ. В тексте кратко должно быть рассказано о том, как дизайнер вдохновилась прогулкой — описание погоды, архитектуры павильонов, природы. Из этого родилась идея кольца: бело-золотая палитра, элементы в форме капель и геометрических форм. Карусель из фото: moodboard с архитектурой ВДНХ, подбор материалов и готовое кольцо. Для повышения активности аудитории в конце поста можно добавить вопрос и призыв к действию: «А тебя что вдохновляет этой весной? Делись в комментариях!».

Задание 5.2.

Прочитайте новость и выполните задания.

Россиян очень бесит офисный сленг

Особенно триггерят слова «засинкаться», «апрувить», «мэтч» и «человечек», а сильнее всего выводит «вкусный», когда речь не про еду.

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. **«Разговорчики»** — просветительно-развлекательный медиапроект, который объясняет современный сленг понятным и ироничным языком. Проект расшифровывает популярные слова и выражения из соцсетей, геймерской культуры, офисной среды, подросткового общения, делая их доступными для широкой аудитории. Цель проекта — не «запретить» сленг, а объяснить, откуда он появился, как им пользоваться уместно, а где лучше заменить, чтобы быть понятным.
2. Проблема: многие люди не понимают современный сленг, поэтому их раздражает, когда другие используют сленговые слова в речи. Задача проекта — объяснить значение популярных сленговых слов просто, с примерами из жизни и мемами, и как результат, уменьшить барьер между разными поколениями.
3. Формат: email-рассылка. Каждый день подписчикам приходит письмо с информацией о новом сленговом слове, его истории и контексте использования.
4. Целевая аудитория проекта — миллениалы. Представителям данного поколения важно быть в тренде, так как они не хотят чувствовать себя старыми, при этом они не всегда понимают молодое поколение Z, общение с его представителями вызывает сложности. Формат email-рассылки будет удобен для миллениалов, так как большинство из них работают и в рамках рабочих процессов постоянно просматривают почту. Социально-демографические характеристики: 25–35 лет, высшее или среднее образование, род деятельности: офисные сотрудники, менеджеры, маркетологи, HR-специалисты и т.д. Ценности: карьера и самосовершенствование.
5. Удобный формат, который не требует действий от пользователя. Также проект предлагает простую и ироничную подачу материала.

Задание 6. Прочитайте текст и выберите подходящее понятие из списка, которое должно быть на месте пропуска:

_____ статьи — обычно первое, на что обращает внимание читатель газеты.

1. Лид
2. Подвал
3. Автор
4. Заголовок



Ответ: 4. Заголовок

Задание 7. Выберите один подходящий вариант из перечисленных.

Что из перечисленного не относится к информационным агентствам?

1. Россия 24
2. РИА Новости
3. Интерфакс
4. ТАСС

Ответ: 1. Россия 24

Задание 8. Прочитайте текст и выполните задания.

1. Определите жанр журналистского текста по представленному отрывку.
2. Обоснуйте свой выбор.

С быстрым развитием цифровизации в России для бизнеса открываются новые возможности, при этом возникают и новые, порой неожиданные вызовы. Какие технологичные решения предлагает компаниям телеком-отрасль, рассказала директор по развитию корпоративного бизнеса «МегаФона» Наталья Талдыкина.

— Каким был 2024 год для B2B-направления «МегаФона»? Какие продукты в фокусе, какие показали наибольший прирост?

— В 2024 году «МегаФон» продолжил интенсивное развитие в секторе B2B. Мы активно участвовали в повестке как бизнеса, так и государства по цифровизации деятельности и импортозамещению ключевых решений.

В прошлом году продуктовые направления B2B-сектора показали ощутимый рост как по выручке, так и по числу клиентов. Почти на четверть по сравнению с 2023 годом увеличилась выручка аналитических сервисов на основе big data, на треть — VAS-услуг, схожий рост видим по цифровой рекламе. Эти направления занимают весомую долю в потребительской корзине корпоративных клиентов «МегаФона». Также стоит отметить высокий спрос на решения в области кибербезопасности — выручка от их реализации в два раза превысила общий рост рынка в 2024 году.

Резюмируя, можно сказать, что наш фокус на развитии в нескольких областях: кибербезопасность, облачные решения, цифровая реклама, цифровизация производственных процессов на базе частных сетей и, разумеется, оказание услуг связи корпоративным клиентам.

— Как меняется востребованность сервисов кибербезопасности? Какие тренды можно выделить?

— Если в 2022 и 2023 годах организации, подвергавшиеся кибератакам, реагировали на них разбором последствий, в 2024 мы увидели всю серьезность их намерений по выстраиванию реально работающей защиты. Об этом говорит увеличение доли расходов компаний на кибербезопасность, более тщательный подход к выбору решений, вовлеченность топ-менеджмента и ориентация на результат.



Сегодня мы видим рост спроса на сервисы информационной безопасности, с одной стороны, и дефицит квалифицированных кадров, который требует привлечения внешней экспертизы, — с другой.

Российские компании открыты технологическому прогрессу,
А. Кадиев, Коммерсантъ

Ответ:

1. Интервью
2. Текст представляет собой беседу с экспертом в формате вопрос-ответ.

Задание 8а. Вставьте на места пропусков наиболее подходящие по смыслу слова или словосочетания.

При подготовке личностного интервью важно тщательно изучить _____ материала — будь то регулярно появляющийся в инфополе _____ или, например, представитель необычной профессии. _____ также важно установить во время беседы доверительную атмосферу, что позволит собеседнику делиться не только фактами, но и эмоциями и личными историями. Впрочем, если интервью берется у _____, журналисту, особенно начинающему, следует помнить, что опытный собеседник может искусно уводить разговор в удобное для себя русло.

Правильный ответ: героя, ньюсмейкер, интервьюеру/журналисту, медийной личности.

Задание 9. Прочитайте текст и выполните задания.

Вы работаете журналистом в редакции газеты «Коммерсантъ». Представьте, что начались российско-американские переговоры для снижения напряженности между Россией и США и для постепенного восстановления двухсторонних связей в сферах экономики и торговли, культуры и спорта, для сокращения антироссийских санкций. Вам поручили подготовить аналитическую статью на эту тему.

1. Опишите целевую аудиторию статьи.
2. Сформулируйте одну главную мысль статьи, поясните, какими журналистскими средствами вы ее донесете до аудитории.
3. Сформулируйте заголовок.
4. Укажите этапы работы и возможный план статьи.

Возможный ответ:

1. Целевая аудитория: мужчины и женщины от 30 лет и старше, живущие в крупных городах и работающие в сферах политики, финансов, бизнеса, международных отношений.

2. Главная мысль: Россия и США противостоят друг другу, но периодически вынуждены мириться, чтобы не доводить отношения до большой войны. Статья может содержать краткую предысторию этих переговоров (когда и при каких обстоятельствах отношения ухудшились), подробное содержание текущих переговоров (информацию следует проверять и брать только из официальных



правительственных источников и официальных спикеров России и США), привести несколько комментариев-мнений экспертов — политологов, дипломатов (например, один действующий дипломат, второй — дипломат на пенсии, который помнит советско-американские отношения времен холодной войны), теоретиков-специалистов по международным отношениям.

3. Возможный заголовок: «Заклятые друзья, неразлучные враги».

4. Этапы работы: сформулировать главную мысль и план статьи, взять комментарии у экспертов, написать саму статью. План: 1. Заголовок, 2. Лид, 3. Введение, 4. Основная часть: подготовить и изложить краткую предысторию этих переговоров; затем изложить содержание текущих переговоров. 6. Комментарии: взять комментарии-мнения у экспертов и изложить их. 7. Заключение (выводы).

Задание 10. Прочитайте текст и выберите два верных утверждения из перечисленных.

Вы работаете журналистом в популярном издании о моде The Voice. Вас отправили делать репортаж о проходящей в Москве крупной международной конференции о моде, где выступают представители крупнейших мировых брендов одежды. Вы берете комментарии у разных участников: модельеров, представителей предприятий по производству одежды. Один из владельцев крупного бренда одежды предложил вам неофициальное сотрудничество: он попросил вас уделить в репортаже больше внимания именно его бренду, а он предоставит вам постоянную большую персональную скидку в магазинах, где продаются товары этого бренда, а также разместит в своих материалах информацию о вашем издании. На качество статьи это не должно повлиять, так как у вас изначально нет задачи кого-то хвалить или критиковать, вы как журналист просто хотите рассказать о последних тенденциях у разных брендов. Как вы поступите в этой ситуации?

Выберите верные утверждения из предложенных вариантов (множественный выбор).

1. Согласиться на предложение представителя бренда со всеми условиями.
2. Отказаться от предложения представителя бренда.
3. Согласиться на предложение представителя бренда, но отказаться от персональной скидки.
4. Сообщить об этом предложении главному редактору вашего издания.

Ответ:

2. Отказаться от предложения представителя бренда.
4. Сообщить об этом предложении главному редактору вашего издания.



**Демонстрационный вариант № 3 конкурсных заданий практического этапа
Конкурса
Пример состава заданий практического этапа Конкурса**

Задание 1.

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

1 — Верно. 2 — Неверно.

А. В медиасфере есть такая профессия, как фокус-пуллер
Б. В медиасфере есть такая профессия, как копирайтер
В. Первые цветные фильмы появились в XIX веке
Г. Интерактивность — процесс объединения различных медиаформатов, технологий и платформ
Д. В медиасфере широко используются алгоритмы персонализации контента

Ответ: А-1, Б-1, В-2, Г-2, Д-1.

Задание 2.

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

1. Охват
2. Контент
3. Исследования
4. Инструменты продвижения
5. Медиапотребление

Глубокое понимание целевой аудитории медиапродукта позволяет выбирать эффективные а)_____. Знание интересов и б)_____ пользователей помогает подбирать подходящий формат и адаптировать в)_____ под аудиторию. В результате, это позволяет расширить г)_____ аудитории и наладить эффективную коммуникацию.

Ответ: а-4, б-5, в-2, г-1.

Задание 3.

Прочитайте текст и выполните задания.

Вы автор и ведущий видеоподкаста о воспитании, вы рассказываете о проблемах школьников младшего и среднего возраста. Ваша аудитория — молодые учителя, родители, педагоги и школьные психологи. Для записи нового подкаста вы пригласили Оксану Самойлову — блогера, модель и маму четверых детей.



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 видеоподкаста.

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

1. Нравится ли вам быть мамой?
2. Как вы находите баланс между личной карьерой, блогем и воспитанием четырех детей?
3. Каковы самые большие проблемы в воспитании детей разного возраста и как вы с ними справляетесь?
4. Сложно ли воспитывать детей, когда они кричат и не слушаются?
5. Как вы справляетесь с трудными периодами в воспитании детей?
6. Как вы помогаете вашим детям формировать положительное отношение к обязанностям и домашним делам?
7. У вас наверняка есть няня, если вы так хорошо выглядите, ни одна женщина не может так хорошо выглядеть да еще успевать следить за детьми, согласны?
8. Как вы относитесь к технологиям и их влиянию на детей? Как контролируете время, проводимое детьми у экранов?
9. Как вы можете так уверенно делиться своим опытом, если у вас есть сложности в воспитании детей?

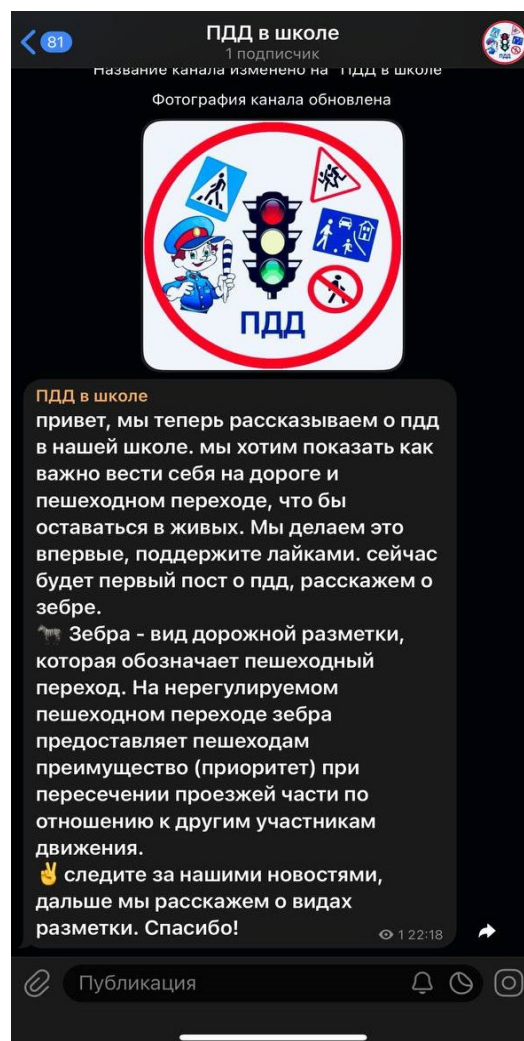
Ответ: 23568



Задание 4.

Перед вами скриншот поста, опубликованного в одном из социальных медиа. В описании указано следующее: «Учимся ходить и ездить». 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. Телеграм-канал. Это может быть канал в школе, который ведут ученики средней школы для своих одноклассников. Тематика канала — знакомство учащихся с правилами дорожного движения.
2. Ученики 6-8 классов. Возможно, это школьный проект, который ученики делают для получения отметки. Тем не менее целевая аудитория канала — одноклассники, также обучающиеся в 6-8 классах, у которых есть предмет

«ПДД», которые интересуются темой безопасности на дороге. Ценности: учеба и друзья.

3. Ошибка 1: Пунктуационные и орфографические ошибки в тексте: «мы хотим показать как важно вести себя на дороге и пешеходном переходе, что бы оставаться в живых».
4. Ошибка 2: Стилистические и текстологические ошибки: слова после точки необходимо писать с заглавной буквы; делить текст на абзацы, подчеркивая главную мысль. В этом тексте информация для двух постов: пост-знакомство и пост-тема.

Ошибка 3: Графические ошибки в написании поста: текст с теорией лучше взять в «цитату», чтобы она была врезана в текст и выделялась. Эмодзи использованы неуместно, так как *top of voice* данного поста не предусматривает эмодзи. Слово «спасибо» не следовало использовать: это пост в Telegram, а не официальное письмо в почте. Лучше добавить хештеги.

Задание 5.1.

Перед вами контент-план сообщества в социальной сети «ВКонтакте» районной библиотеки. Авторы создают контент, который помогает поддерживать интерес к чтению и активнее вовлекать в библиотечную жизнь учащихся школ и жителей района. В сообществе освещается деятельность библиотеки в районе «Бибирево», публикуются фотографии литературных мероприятий (книжных клубов, поэтических вечеров, викторин, встреч с авторами), рассказывается об успехах юных читателей, новых поступлениях книг и тематических выставках. Также есть рубрика — «Читай с нами», где публикуются видеоролики с обзорами книг, чтением отрывков или мастер-классами по созданию книжных закладок. В формате коротких клипов публикуется развлекательный контент — адаптация современных трендов вертикальных видео под библиотечную тематику (например, буктрейлеры или челленджи). Аудитория сообщества: ученики средней школы. Периодичность публикаций — 2-3 поста в неделю.



АПРЕЛЬ

ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ
30	31	1 Пост о предстоящем литературном клубе. Текст на карточках (3-5) или афиша: краткий рассказ о событии, его ценности, приглашение участвовать. 18:00	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11 Рубрика «Читай с нами». Вертикальный видеоклип (30-60 сек.) В ролике краткое описание книги/деятельности, интересный факт, вопрос к аудитории. 17:00	12
13	14	15	16	17 Мастер-класс "Делаем книжные закладки" 16:00	18	19
20	21	22	23 Библиомем: Вертикальный видеоклип (15-45 сек.) или мем/гифка. И опрос: какую книгу вы читаете прямо сейчас? Голосуйте: детектив, фантастика или классика 18:00	24	25	26
27	28	29	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: 7 апреля, 18:00.

Вечер буднего дня – хорошее время для привлечения аудитории, которая возвращается с работы или учебы и ищет интересные культурные мероприятия на вечер или выходные.

Формат: карточки с фото книг + короткий видеообзор (1-2 минуты).

Тема: Новинки в фонде библиотеки – что почитать в этом месяце.

Содержание: приветствие, краткое описание темы месяца, приглашение прийти и взять книгу. Визуал: фотографии обложек 5-7 новых книг с краткими рецензиями.

Видео: библиотекарь в уютной атмосфере библиотеки рассказывает о самых интересных новинках, которые стоит прочитать.



Публикация 2.

Дата и время: 9 апреля 8:25. Обоснование: утро в середине недели — хорошее время для мотивационного и образовательного контента. Многие едут на работу, а учащийся прочитает на перемене перед уроком.

Формат: текстовый пост + карусель с инструкциями.

Тема: Советы по эффективному поиску информации в библиотечных ресурсах.

Содержание: объяснение, как пользоваться электронным каталогом библиотеки, где искать редкие издания, советы по работе с базами данных. Визуал: пошаговые изображения (карусель) с основными этапами поиска и сохранения информации.

Публикация 3.

Дата и время: 25 апреля, 17:00. Обоснование: к выходным люди планируют свой досуг, готовы узнать о мероприятиях и присоединиться к ним.

Формат: инфографика + текстовый пост.

Тема: Афиша на неделю — встречи и мастер-классы в библиотеке.

Содержание: подробный список-дайджест мероприятий с датами, описанием и приглашением зарегистрироваться или прийти. Визуал: красочная инфографика с календарем и иконками (лекции, встречи с писателями, творческие мастер-классы).

Задание 5.2.

Прочитайте новость и выполните задания.

 Москвичей ожидают традиционные километровые пробки на дорогах 30 апреля, когда все дачники отправятся за город.

Чтобы не стоять в душном потоке машин, эксперты советуют выезжать из города около 4-5 утра, в обеденное время или утром 1 мая. Самая большая ошибка — выехать в 17:00 30 апреля.

Источник: Газета.ру

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. «Умное путешествие» — телеграм-канал, в котором будет освещаться тема пробок на дорогах. Канал будет выпускать комплексный контент, включая видеоинструкции, инфографики и текстовые статьи с целью информировать горожан о правильных временах для выезда за город, а также советы по оптимальным маршрутам.
2. Основная проблема, которую решает медиапроект, — это избыточная загруженность дорог, особенно накануне дачного сезона, что приводит к образованию пробок, повышению уровня стресса у водителей, увеличению времени в пути и снижению качества отдыха. Неправильный выбор времени для выезда может привести к долгим ожиданиям в пробках.
3. Формат: телеграм-канал, с открытыми комментариями.
4. Целевая аудитория: мужчины и женщины в возрасте от 25 до 55 лет. Это работающие жители столицы, владельцы дач, молодые семьи и люди, ведущие активный образ жизни. Для данной аудитории важным ресурсом является время, которое они ценят наряду с комфортом и безопасными поездками. Семейные и дружеские отношения также играют значимую роль в их жизни. В интересы этих людей входят путешествия, отдых на природе, ведение дачного хозяйства, в том числе и планирование досуга, а значит, главным приоритетом становится уменьшение стресса от пробок, оптимизация времени на пути к даче и поиск удобных и быстрых маршрутов.
5. Комплексный подход к решению проблемы пробок, включая не только рекомендации по времени выезда, но и интерактивные элементы (опросы, обсуждения). В отличие от стандартных информационных газет или радиопередач, сводок о пробках на дорогах, наш проект предусматривает активное взаимодействие с аудиторией и практическое применение полученной информации. Мы не просто предоставляем советы, но и создаем полноценное медийное пространство, где горожане могут делиться своим опытом и находить единомышленников, знакомиться в комментариях и планировать совместные выезды.

Задание 6. Прочитайте текст и выберите подходящее понятие из списка, которое должно быть на месте пропуска:

Журналист может подать _____ на получение информации о деятельности государственных органов.

1. аккредитацию
2. запрос
3. заявление
4. пресс-релиз

Ответ: 2. запрос

Задание 7. Выберите один подходящий вариант из перечисленных.

Какое из перечисленных средств массовой информации не имеет печатной версии?

1. РБК
2. Собака.ru
3. Lenta.ru
4. Известия

Ответ: 3. Lenta.ru

Задание 8. Прочитайте текст и выполните задания.

1. Определите жанр журналистского текста по представленному отрывку.
2. Обоснуйте свой выбор.

Выставка закономерно начинается с Кузнецова, и его полотно «Мираж в степи» (1912) оказывается чем-то вроде увертюры ко всему проекту. Немного упрощенные фигуры людей и верблюдов рядом с юртами выглядят совсем мелкими и незначительными на фоне огромного неба с расходящимися световыми полосами. И остается только догадываться, действительно ли художник запечатлел природное явление или перед нами метафора «волшебного Востока». Впрочем, вещи Кузнецова неплохо известны, а вот «математическая живопись» Калмыкова для широкой публики точно станет открытием. Последовательности загадочных символов из нескольких палочек кажутся то ли детской игрой, то ли рунами древней цивилизации, но внимательный зритель заметит между крупными рядами еще и совсем мелкие цифры, пылающие темно-красным. Издалека, однако, они воспринимаются как арабская вязь. Восточная тема внезапно начинает звучать и здесь.

Дело тонкое: Третьяковка отправилась в «Путь на Восток»,
С. Уваров, Известия

Ответ:

1. Рецензия
2. В тексте рассматривается выставка изобразительного искусства и дается оценка представленным произведениям и их подаче.

Задание 8а. Вставьте на места пропусков наиболее подходящие по смыслу слова или словосочетания.

При подготовке репортажа важно получить комментарии _____ события, чтобы передать непосредственные впечатления, а также можно добавить мнение _____ для профессиональной оценки ситуации, если тема репортажа достаточно специфичная и читателю может потребоваться пояснение. Еще одним элементом качественного репортажа является позиция _____, например, государственных

органов, — она позволит соблюсти объективность и достоверность материала. Иногда при написании репортажа можно опираться на данные ваших коллег — _____, но всегда перепроверять информацию и давать ссылки на источники.

Правильный ответ: очевидцев/участников/свидетелей, экспертов, официальных представителей/официальных лиц, корреспондентов/журналистов/репортеров.

Задание 9. Прочитайте текст и выполните задания.

Вы работаете журналистом в «РИА Новости» в отделе культуры. Вам позвонил пресс-секретарь Большого театра и сообщил, что крупная европейская страна N только что объявила, что отменяет у себя запланированный концерт артистов Большого театра с новой постановкой оперы «Евгений Онегин». Это произошло прямо накануне гастролей. Причину отмены не назвали, но пресс-секретарь предположил, что настоящая причина — не в деятелях культуры страны N, а в ее политиках, которые негативно относятся к России и заставили принимающую сторону отменить концерт. Вам поручают сделать новость об этом происшествии.

1. Опишите целевую аудиторию новости.
2. Укажите этапы работы над новостью.
3. Сформулируйте возможный план новости.
4. Сформулируйте заголовок новости.

Возможный ответ:

1. Целевая аудитория — деятели культуры, а также широкая аудитория — все, кто интересуется новостями культуры. Также новость может быть интересна тем, кто следит за международной политикой. Работающие люди, жители городов, мужчины и женщины, от 20 лет и старше.

2. Этапы: сделать попытку взять несколько мнений-комментариев у важных для новости лиц (всех или некоторых): у директора Большого театра, у артиста Большого театра, у чиновника Министерства культуры, у эксперта по международным отношениям. Также сделать попытку взять комментарий у принимающей стороны — пресс-службы театра в стране N, где должны были выступать артисты Большого театра. Задать всем вопрос о причинах отмены гастролей Большого театра. Затем подготовить новость, снабдить ее краткими комментариями, подготовить заголовок.

3. Возможный план: а) сформулировать суть новости: что, когда и где произошло, от кого была получена эта информация; б) пересказать своими словами мнения экспертов о причинах произошедшего (краткий пересказ позиций экспертов, без использования прямой речи, но с использованием цитирования отдельных фраз); в) в конце указать краткую предысторию проблемы (1 короткий абзац): кто и когда в Европе уже отменял гастроли российских артистов по политическим причинам.

4. Возможный заголовок: «Страна N в последний момент отменила гастроли Большого театра без объяснения причин».

Задание 10. Прочитайте текст и выберите два верных утверждения из перечисленных.

Представьте, что вы журналист, работаете в крупном деловом еженедельном журнале. Вы взяли интервью у известного и успешного предпринимателя о его жизненном пути и карьере, одного из самых богатых людей России. Интервью проходило в кабинете предпринимателя, куда вы пришли. После интервью вы выключили диктофон и стали выходить из кабинета и прощаться. Ваш собеседник расслабился, провожая вас в него хорошем настроении. В этот момент, уходя, вы задали вопрос от себя: «А если бы ваша жизнь могла сложиться по-другому, кем бы хотели стать?». Респондент засмеялся и ответил: «Если бы жизнь сложилась иначе, я бы стал строителем, всю жизнь мечтал что-то делать своими руками». Можете ли вы потом вставить эту информацию в интервью или даже обыграть эту фразу в самом заголовке, учитывая, что она звучала неофициально, не предназначалась для интервью? Допустимо ли это с точки зрения профессиональной этики?

Выберите верные утверждения из предложенных вариантов (множественный выбор).

1. Прежде чем начать работать над расшифровкой записи интервью и подготовкой текста, нужно спросить у собеседника (предпринимателя), что из сказанного вы можете использовать в работе, а что нет.

2. Нет, эту информацию нельзя использовать в интервью, поскольку она была сказана после того, как был выключен диктофон и беседа была закончена.

3. Да, эту информацию можно использовать в тексте интервью и в заголовке.

4. После окончания работы над текстом большого интервью для печатного СМИ желательно согласовать его окончательный вариант с собеседником (предпринимателем).

Ответ:

3. Да, эту информацию можно использовать в тексте интервью и в заголовке.

4. После окончания работы над текстом большого интервью для печатного СМИ желательно согласовать его окончательный вариант с собеседником (предпринимателем).

Критерии оценивания

Задания № 1, № 2, № 3, № 6, № 7, № 10 оцениваются системой автоматически. Задания № 4, № 5.1, № 5.2, № 8, № 8а, № 9 проверяются экспертами согласно критериям, представленным ниже.

Задание № 1.

В задании приводятся 5 утверждений. Участнику необходимо определить, какие из утверждений являются верными, а какие — неверными. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Всего максимальный балл за задание — 5.

Задание № 2.

В задании приводится текст, в котором есть 4 пропуска. За каждый правильно заполненный пропуск начисляется 1 балл. Всего максимальный балл за задание — 4.

Задание № 3.

В данном задании участнику предоставляется множественный выбор. Если участник указывает в ответе все правильные варианты, он получает 5 баллов. В случае наличия хотя бы одной ошибки баллы не начисляются.

Задание № 4.

Данное задание подразумевает открытый ответ участника. 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	Указана корректная платформа и правильно определена тематика медиа. В ответе отсутствует обоснование или приведено не в	Платформа и тематика определены неверно или не определены. Обоснование отсутствует или не имеет логики.



		аргументами на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	полной мере, отсутствуют или приведены не в полной мере релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	
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	В ответе приведены 3 или более различные релевантные ошибки, для которых: 1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации; 2) приведены реалистичные рекомендации по решению.	В ответе приведены 2 различные релевантные ошибки, для которых: 1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации; 2) приведены реалистичные рекомендации по решению.	В ответе приведена 1 релевантная ошибка, для которой: 1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации; 2) приведены реалистичные рекомендации по решению.	Ошибки не выявлены или приведены примеры, не относящиеся к содержанию задания.
-----------	--	--	--	--

Задание № 5.1.

В данном задании участнику необходимо дать развернутое описание 3-х идей для новых публикаций. За каждое описание — максимально 3 балла. Всего максимальный балл за задание — 9.

Кол-во баллов	3	2	1	0
----------------------	----------	----------	----------	----------



Публикация 1–3	В ответе	В ответе	В ответе	Описание публикации не приведено или не соответствует требованиям задания.
	приведено полное описание публикации, которое соответствует пунктам.	приведено неполное описание публикации. Соблюдены только 2 пункта из 3-х.	приведено неполное описание публикации. Соблюден только 1 пункт из 3-х.	
	1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы опорой на информацию в содержании задания. 2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания. 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.	1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы опорой на информацию в содержании задания. 2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания. 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.	1. Выбор даты и времени обоснован. В ответе приведены релевантные аргументы опорой на информацию в содержании задания. 2. Тема и формат контента соответствуют информации в содержании задания. 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.	

Задание № 5.2.

Данное задание подразумевает открытый ответ участника. За выполнение данного задания участник может получить от 0 до 9 баллов.



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.

Задание № 8

Задание состоит из двух вопросов:

1. Определите жанр журналистского текста по представленному отрывку.
2. Обоснуйте свой выбор.

За правильный ответ на каждый вопрос дается 4 балла. За неверное определение жанра, но логичные обоснования предложенной гипотезы — 2 балла. Максимальный балл за это задание — 8 баллов.

Кол-во баллов	8	4	2	0
---------------	---	---	---	---



Критерии оценивания	А) Верно определен жанр журналистского материала. Б) Дано корректное, полное, исчерпывающее пояснение выбора жанра.	А) Верно определен жанр журналистского материала. Б) Дано неполное и некорректное пояснение выбора жанра.	А) Жанр журналистского материала определен неверно. Б) Приведены логичные, адекватные рассуждения в поддержку гипотезы испытуемого	А) Жанр журналистского материала определен неверно. Б) Пояснение выбора жанра не дано или некорректно.
---------------------	--	--	---	---

Задание № 8а

За каждое правильно вставленное в пропуск слово или словосочетание ставится 2 балла. В случае употребления участником подходящего синонимичного термина, ответ будет засчитан. Максимальный балл за это задание — 8 баллов.

Задание № 9

Это задание состоит из **4 вопросов**, ответ на каждый из них оценивается отдельно, максимальная оценка по каждому вопросу 3 балла, всего максимальный балл за задание — **12 баллов**. Грамматические и пунктуационные ошибки при оценивании не учитываются.

Кол-во баллов (максимальное количество баллов за задание — 12)	3	2	1	0
--	---	---	---	---



Критерии оценивания вопроса 1	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ ясно изложен, содержит логическую аргументацию, демонстрирует навыки свободного использования знаний и компетенций из сферы журналистики и медиа.	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ изложен недостаточно ясно и аргументированно, содержит отдельные противоречия, демонстрирует недостаток владения терминологией.	А) Существо ответа изложено приблизительно о. Б) Ответ неразвернутый, не содержит или содержит мало пояснений. В) Ответ не содержит аргументации, логика ответа нарушена, отвечающий не владеет терминологией.	Ответ не дан / ответ не соответствует теме задания / ответ настолько короткий или неоформленный, что невозможно оценить степень его правильности.
Критерии оценивания вопроса 2	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ ясно изложен, содержит логическую аргументацию, демонстрирует навыки свободного использования знаний и компетенций из сферы журналистики и медиа.	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ изложен недостаточно ясно и аргументированно, содержит отдельные противоречия, демонстрирует недостаток владения терминологией.	А) Существо ответа изложено приблизительно о. Б) Ответ неразвернутый, не содержит или содержит мало пояснений. В) Ответ не содержит аргументации, логика ответа нарушена, отвечающий не владеет терминологией.	Ответ не дан / ответ не соответствует теме задания / ответ настолько короткий или неоформленный, что невозможно оценить степень его правильности.



Критерии оценивания вопроса 3	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ ясно изложен, содержит логическую аргументацию, демонстрирует навыки свободного использования знаний и компетенций из сферы журналистики и медиа.	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ изложен недостаточно ясно и аргументированно, содержит отдельные противоречия, демонстрирует недостаток владения терминологией.	А) Существо ответа изложено приблизительно о. Б) Ответ неразвернутый, не содержит или содержит мало пояснений. В) Ответ не содержит аргументации, логика ответа нарушена, отвечающий не владеет терминологией.	Ответ не дан / ответ не соответствует теме задания / ответ настолько короткий или неоформленный, что невозможно оценить степень его правильности.
Критерии оценивания вопроса 4	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ ясно изложен, содержит логическую аргументацию, демонстрирует навыки свободного использования знаний и компетенций из сферы журналистики и медиа.	А) Существо ответа изложено верно. Б) Ответ развернутый, содержит пояснения. В) Ответ изложен недостаточно ясно и аргументированно, содержит отдельные противоречия, демонстрирует недостаток владения терминологией.	А) Существо ответа изложено приблизительно о. Б) Ответ неразвернутый, не содержит или содержит мало пояснений. В) Ответ не содержит аргументации, логика ответа нарушена, отвечающий не владеет терминологией.	Ответ не дан / ответ не соответствует теме задания / ответ настолько короткий или неоформленный, что невозможно оценить степень его правильности.



В день конкурсного испытания участник получает доступ к уникальному варианту, состоящему из 10 заданий. Каждый участник сам планирует, как распределить время на выполнение заданий. Участник конкурса самостоятельно готовит ответы на поставленные вопросы. Вопросы могут быть как закрытые (выбор одного или нескольких вариантов ответа, расположение ответов в верном порядке), так и открытые (необходимо кратко или развернуто ответить на вопросы, вписать пропущенное слово/термин/словосочетание). По истечении времени выполнения заданий Конкурс завершается, выполненные задания передаются на проверку экспертам.