



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

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



## 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](http://mcko.ru)), официальный сайт проектов предпрофессионального образования ([profil.mos.ru](http://profil.mos.ru)), информационный портал столичного образования «Школа Большого города» ([shkolamoskva.ru](http://shkolamoskva.ru)), портал проведения Конкурса ([my.mcko.ru](http://my.mcko.ru)).

Информация о сроках, условиях и порядке проведения Конкурса публикуется на сайте [im.mcko.ru](http://im.mcko.ru). Регистрация участников осуществляется по адресу [my.mcko.ru](http://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 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 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 медиасфере: 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
<b>Сумма баллов:</b>					<b>30</b>



## **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](http://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, видеомэгафона, 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.

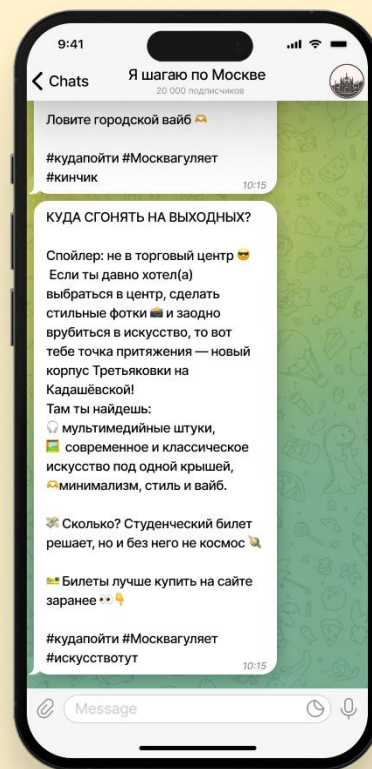
В этом задании участнику необходимо выбрать 5 вопросов из 9, которые подходят к обсуждаемой в примере ситуации. При выполнении данного задания участнику нужно проявить умение отбирать содержательные, профессионально и тематически релевантные вопросы, которые соотносятся с информацией ситуации и соответствуют 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 локации города, которые понравятся представителям поколения Z. Данное предположение строится на основе названия канала «Я шагаю по Москве» и заголовка поста «Куда сгонять на выходные».





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		<b>Указана корректная платформа и правильно определена тематика медиа.</b> Ответ обоснован, снабжен релевантными аргументами на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	<b>Указана корректная платформа и правильно определена тематика медиа.</b> 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.	<b>Платформа и тематика определены неверно или не определены.</b> Обоснование отсутствует или не имеет логики.
Пункт № 2		<b>Целевая аудитория описана полно и логично:</b> учтены пол, возраст, образование, род деятельности, ценности и интересы. Ответ обоснован, снабжен релевантными аргументами на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации.	<b>Целевая аудитория описана частично:</b> 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.	<b>Целевая аудитория не описана или описание крайне общо.</b> Обоснование отсутствует или не имеет логики.



Пункт № 3	В ответе приведены <b>3 или более различные релевантные ошибки, для которых:</b>  1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации;  2) приведены реалистичные рекомендации по решению.	В ответе приведены <b>2 различные релевантные ошибки, для которых:</b>  1) имеется логическое обоснование, приведены релевантные аргументы на основе визуальных и/или содержательных признаков публикации;  2) приведены реалистичные рекомендации по решению.	В ответе приведена <b>1 релевантная ошибка, для которой:</b>  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.

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!*