

**Спецификация конкурсных материалов для проведения практического этапа
Московского конкурса межпредметных навыков и знаний
«Интеллектуальный мегаполис. Потенциал»
в номинации «Медиакласс» по направлению «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 форме – участники очно находятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением с использованием технологий прокторинга и/или постпрокторинга. При выполнении работы обеспечивается строгое соблюдение порядка организации и проведения Конкурса. 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.

4. Содержание и структура

Индивидуальный вариант участника включает 10 заданий, базирующихся на содержании курсов «Журналистика и медиа» и «Технологии медиапроизводства».

5. Система оценивания

Максимальный балл за выполнение всех заданий – 60 баллов. Для получения максимального балла за практический этап Конкурса необходимо дать верные ответы на все задания. Задание считается выполненным, если ответ участника совпал с эталоном (применимо для закрытых вопросов). Критерии оценивания открытых вопросов представлены в Приложении 3.

6. Приложения

1. План конкурсных материалов для проведения практического этапа Конкурса.
2. Демонстрационный вариант конкурсных заданий практического этапа Конкурса.
3. Критерии оценивания открытых вопросов.

**План конкурсных материалов для проведения
практического этапа Конкурса**

№ задания	Уровень сложности	Уникальные кодификаторы Конкурса	Контролируемые требования к проверяемым умениям	Балл
1	Базовый	1.1 Роль технологий в развитии общества и медиасферы 1.2 Становление медиасферы 1.3 Ключевые понятия: СМК, медиа, СМИ. Специфика технологий в медиасфере 1.4 История развития технологий в медиасфере 1.5 История развития полиграфического производства 1.6 История развития технологий фотографии 1.7 История развития технологий звукозаписи 1.8 История развития технологий кинопроизводства 1.9 История развития технологий радиовещания 2.5 Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние 2.10 Краткая история развития технологий видеозаписи, их современное состояние и перспективы развития видеозаписи 2.13 Краткая история развития компьютерных технологий и их современное состояние 2.17 Краткая история развития интернет-технологий и их современное состояние 2.22 Краткая история развития технологий мобильной связи и их современное состояние	Знать историю развития технологий, которые повлияли на текущее состояние медиасферы. Уметь соотносить ключевые изобретения в медиасфере с именами их создателей. Знать базовые термины и уметь различать и описывать основные процессы производства контента и функционирования медиасферы.	4
2	Базовый	1.1 Роль технологий в развитии общества и медиасферы 1.2 Становление медиасферы 1.3 Ключевые понятия: СМК, медиа, СМИ. Специфика технологий в медиасфере 1.17 Сдвоенный рынок медиа 2.1 Работа современных медиакомпаний: структура медиакомпаний, специфика организации креативного труда 2.2 Особенности работы медиарынка и отличительные характеристики от других рынков 2.15 Специфика работы журналиста с большими данными и обработкой данных 2.51 Роль пресс-службы в работе компании, организации, органа государственной власти 1.15 Реклама как медиапродукт 2.40 Скрытая реклама 2.41 Нативная реклама 2.49 Веб-аналитика 2.37 Продвижение интернет-сайтов 2.39 Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на разных платформах: телевидение, пресса, радио, интернет 2.44 Портрет пользователя 2.42 Понятие аудитории	Знать базовые термины и уметь различать и описывать основные процессы производства контента и функционирования медиасферы. Использовать базовые термины и различать основные процессы в медиасфере. Понимать особенности выбора платформы для размещения рекламы под разные цели и целевые группы. Уметь описывать целевую аудиторию и особенности медиапотребления разных социально-демографических групп. Уметь ориентироваться в медиaprостранстве, знать основные компании на медиарынке и уметь соотносить их деятельность с работой в разных сегментах рынка.	4

		<p>2.43 Целевая аудитория</p> <p>2.52 Продвижение контента как задача медиакомпаний</p> <p>2.53 Инструменты продвижения в цифровой среде</p>		
3	Повышенный	<p>1.15 Реклама как медиапродукт</p> <p>2.40 Скрытая реклама</p> <p>2.41 Нативная реклама</p> <p>2.49 Веб-аналитика</p> <p>2.37 Продвижение интернет-сайтов</p> <p>2.44 Портрет пользователя</p> <p>2.42 Понятие аудитории</p> <p>2.43 Целевая аудитория</p> <p>1.10 Производство печатной продукции</p> <p>1.11 Фотография как искусство и средство распространения новостей</p> <p>1.12 Кинопроизводство</p> <p>1.13 Звукозапись</p> <p>1.14 Радиовещание</p> <p>1.16. Особенности производства рекламы</p> <p>2.6 Способы распространения телевизионных программ</p> <p>2.7 Аналоговое и цифровое телевизионное вещание</p> <p>2.16 Интернет-технологии</p> <p>2.23 Основные технологические процессы производства книжной продукции</p> <p>2.26 Основные технологические процессы производства газетной и журнальной продукции</p> <p>2.27 Основные технологические процессы производства радиопрограмм</p> <p>2.28 Основные технологические процессы эфирного программирования на радио, хранения записи радиопередач и их выпуска в эфир</p> <p>2.29 Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм</p> <p>2.33 Основные технологические процессы производства телевизионных программ</p> <p>2.34 Основные технологические процессы эфирного программирования на телевидении, хранения видеоархивов и их использования в редакционной деятельности</p> <p>2.35 Основные технологические операции дистрибуции телепрограмм</p> <p>2.36 Основные технологические процессы производства интернет-сайтов</p> <p>2.39 Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на разных платформах: телевидение, пресса, радио, интернет</p> <p>2.52 Продвижение контента как задача медиакомпаний</p> <p>2.53 Инструменты продвижения в цифровой среде</p> <p>2.37 Продвижение интернет-сайтов</p>	<p>Знать основные процессы производства и размещения рекламных сообщений. Уметь определять основные виды рекламных сообщений. Понимать особенности выбора платформы для размещения рекламы под разные цели и целевые группы. Уметь описывать целевую аудиторию и особенности медиапотребления разных социально-демографических групп. Знать основные технологические процессы и форматы производства и распространения контента. Знать основные инструменты, используемые при производстве контента различных типов. Уметь различать технологические процессы в зависимости от вида медиа. Понимать особенности традиционной и цифровой дистрибуции контента.</p>	6
4	Повышенный	<p>1.10 Производство печатной продукции</p> <p>1.11 Фотография как искусство и средство распространения новостей</p> <p>1.16 Особенности производства рекламы</p> <p>1.13 Звукозапись</p> <p>2.9 Видеозапись</p> <p>2.11 Современные форматы видеоконтента: видеоблогинг, видеоподкасты, стримы</p> <p>2.18 Производство цифрового контента</p>	<p>Знать базовые принципы производства фото- и видеопроизводства, организации процесса создания фото-, видео- и аудиоконтента. Знать современные форматы видеоконтента. Уметь применять базовые правила фото и видеосъемки при производстве</p>	8

			цифрового контента и печатной продукции.	
5	Повышенный	2.45 Методы исследования аудитории медиа: опросы, интервью, статистические показатели 2.47 Инструменты получения информации об аудитории СМИ и медиаресурсов 2.46 Автоматизированные и опросные исследования 2.44 Портрет пользователя 2.42 Понятие аудитории 2.43 Целевая аудитория 2.19 Продвижение контента в интернет-среде 2.11 Современные форматы видеоконтента: видеоблогинг, видеоподкасты, стримы	Уметь определять релевантные методы исследования. Уметь составлять базовые вопросы для опросов аудитории. Знать основные понятия медиаисследований и работы с аудиторией медиа. Выбирать подходящие инструменты продвижения под различные сегменты аудитории. Планировать коммуникацию с аудиторией и составлять сообщения с учетом формата платформы и тенденций восприятия контента целевой группой	8
6	Базовый	1.1.1 Работа в медиа и возможные специализации в журналистике 1.1.2 Роль информации в современном мире, типология средств массовой информации 1.1.3 Профессиональные качества и умения журналистов 1.1.4 Профессиональные правила работы: правовые нормы, этические обязательства 2.1.1 Разнообразие жанров современных печатных и цифровых СМИ 2.1.2 Понятия «формат» и «жанр» в текстовых материалах 2.1.3 Форматы и жанры новых медиа: основные отличия, возможности онлайн-среды 4.1.1 Разнообразие социальных медиа 4.1.2 Специфика различных платформ 4.1.3 Форматы контента соцсетей 4.1.8 Адаптация содержания под различные типы социальных медиа	Знать функции журналистики и ее роль в обществе, понимать, что такое социальные медиа и какие функции они выполняют, в чем особенности подготовки и размещения контента на платформах социальных медиа, особенности работы журналиста в соцсетях, знать виды средств массовой информации, отличать традиционные виды медиа от новых, различать понятия «социальные сети» и «социальные медиа». Знать понятия «формат» и «жанр». 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.	3
7	Повышенный	2.1.1 Разнообразие жанров современных печатных и цифровых СМИ 2.1.2 Понятия «формат» и «жанр» в текстовых материалах 2.1.3 Форматы и жанры новых медиа: основные отличия, возможности онлайн-среды 3.2.1 Авторская колонка, зарисовка, рецензия, портрет: основные структурные элементы и ключевые характеристики жанров 3.2.2 Особенности подготовки текстов в жанре авторской колонки, зарисовки, рецензии, портрета 3.2.3 Авторское присутствие в тексте 3.2.4 Наглядно-образный метод отображения действительности, использование художественных приемов при работе над текстом	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
8	Базовый	3.1.1 Интервью как метод и как жанр 3.1.2 Виды интервью 1.2.1 Организация работы редакции периодических изданий и информационных сайтов, взаимодействие сотрудников в ней 1.2.2 Алгоритм выпуска различных видов медиа: подготовка номера газеты, журнала,	Иметь представление о правах и обязанностях журналистов, о требованиях к личным качества журналиста, разбираться в организации работы редакции периодических изданий и информационных сайтов, порядке	3

		<p>организация работы сайта, подготовка контента для профессиональных аккаунтов в социальных сетях</p> <p>3.1.3 Организация и проведение интервью</p> <p>2.2.1 Принципы формирования информационной повестки дня: критерии отбора событий</p> <p>3.1. Разновидности вопросов в интервью</p> <p>1.1.3 Профессиональные качества и умения журналистов</p> <p>3.1.7 Структура публикации в жанре интервью</p>	<p>подготовки и написания журналистских материалов, знать правовые и этические принципы работы журналиста. Знать принципы формирования информационной повестки дня: критерии отбора событий. Понимать специфику организации и проведения интервью, знать виды интервью и структуру публикации в жанре интервью.</p>	
9	Повышенный	<p>1.1.3 Профессиональные качества и умения журналистов</p> <p>1.1.4 Профессиональные правила работы: правовые нормы, этические обязательства</p> <p>2.2.1 Принципы формирования информационной повестки дня: критерии отбора событий</p> <p>2.2.2 Информационный повод</p> <p>2.2.3 Поиск ньюсмейкера</p> <p>2.2.4 Особенности подготовки новостных заметок (новостей)</p> <p>2.2.5 Структура новостного текста, принцип «перевернутой пирамиды»</p> <p>1.2.2 Алгоритм выпуска различных видов медиа: подготовка номера газеты, журнала, организация работы сайта, подготовка контента для профессиональных аккаунтов в социальных сетях</p> <p>4.1.3 Форматы контента соцсетей</p> <p>4.1.4 Особенности работы журналиста в соцсетях</p> <p>4.1.5 Ведение официальных аккаунтов</p> <p>4.1.6 Специфика подготовки текстов для соцсетей в зависимости от типа платформы и целевой аудитории</p> <p>4.1.7 Соотношение картинки, видео, аудио и текста</p> <p>4.1.8 Адаптация содержания под различные типы социальных медиа</p>	<p>Знать профессиональные качества и умения журналистов, уметь применять профессиональные правила работы: правовые нормы, этические 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 для интернет-изданий. Знать структуру новостного текста, форматы контента для публикаций в соцсетях, специфику подготовки текстов для соцсетей в зависимости от типа платформы и целевой аудитории.</p>	8
10	Повышенный	<p>1.3.1 Особенности медиатекстов, их отличие от других видов текста</p> <p>1.3.2 Подготовка материала для публикации, проработка его темы, идеи, структуры</p> <p>1.3.3 Тема и ее аспекты</p> <p>1.3.4 Идея и ее варианты</p> <p>1.3.5 Структурные элементы журналистского текста (заголовок, подзаголовок, основной текст, визуальные элементы и пр.)</p> <p>1.4.1 Структура информационной среды журналиста</p> <p>1.4.2 Виды и типы источников информации</p> <p>1.4.3 Оценка достоверности информации</p> <p>1.4.4 Основные направления поиска информации</p> <p>2.1.1 Разнообразие жанров современных печатных и цифровых СМИ</p> <p>1.4.6 Иерархия источников</p> <p>1.4.7 Правила работы с первичными и вторичными источниками</p> <p>1.4.8 Использование ссылок и цитат при подготовке журналистского материала</p>	<p>Уметь работать с различными источниками информации и выстраивать их иерархию, пользоваться правилами верификации и сопоставления информации, полученной от различных источников, понимать принципы организации журналистского текста, функции основных структурных элементов публикаций. Уметь составлять план публикации, определять структуру будущего материала, знать определение медиапроекта и основные этапы работы над ним. Уметь находить, оценивать и отбирать материалы для использования при создании медиатекстов. Уметь создавать</p>	8

		<p>1.4.9 Прямые и косвенные ссылки на источники</p> <p>2.2.2 Информационный повод</p> <p>2.3.1 Репортажное письмо: основные принципы и приемы</p> <p>2.3.2 Метод наблюдения и фиксирования информации</p> <p>2.3.3 Композиция репортажа</p> <p>2.3.4 Структурные элементы репортажа</p> <p>2.3.5 Фотография в репортаже</p> <p>4.2.1 Выбор вида медиапродукта, отбор материала и создание медиатекста</p> <p>4.2.2 Презентация и взаимооценивание медиапродуктов, рефлексия</p>	<p>публицистические тексты разных функционально-смысловых типов.</p>	
Сумма баллов:				60

**Демонстрационный вариант конкурсных заданий
практического этапа Конкурса**

Задание 1. Ниже перечислены утверждения из истории развития технологий в медиасфере. Отметьте только те утверждения, которые являются верными. 4 балла

1. Владимир Козьмич Зворыкин – один из основоположников телевидения
2. Автором первой в мире книги являлся Иоганн Гутенберг
3. Первая типография в России была организована во времена правления Петра I
4. Первая в мире фотография была сделана братьями Люмьер
5. «Коллекцию достопримечательностей Российской империи», состоящую из первых цветных фотографий, создал Сергей Прокудин-Горский

Ответ: 1, 5

Задание 2. Сопоставьте название электронного медиаресурса и его основную тематику. 4 балла

1. Коммерсант
2. The Voice
3. Мел
4. Сеанс
5. Такие дела

А. Мода и стиль

Б. Музыка

В. Литература и кино

Г. Экономика и финансы

Д. Образование

Е. Социальная проблематика и благотворительность

Ж. Кино

Ответ: 1Г 2А 3Д 4Ж 5Е

Задание 3. Впишите слова, пропущенные в тексте (от 1 до 2 слов на месте каждого пропуска). В ответе могут быть использованы любые части речи. 6 баллов

Вы работаете директором кинокомпании. Недавно вы сняли новый фильм, который, как вам кажется, будет успешен на отечественном кинорынке — блокбастер про московских таксистов. Ваш ключевой партнер — Первый канал. Для привлечения зрителей к вашему фильму из доступных 1) _____ продвижения вы выбираете рекламу. Вы просите своих сотрудников разработать 2) _____, в котором будет содержаться информация о площадках размещения рекламы, времени выхода рекламного сообщения. Взвесив все плюсы и минусы, вы делаете выбор в пользу 3) _____, потому что, во-первых, у

у вас есть на это финансовые ресурсы и партнерство с Первым каналом. Во-вторых, данный вид рекламы является наиболее эффективным в 4) _____ продукта в данном случае (при взаимодействии с ним зрители усваивают около 80% информации). Вы планируете показывать рекламу в вечерний 5) _____ (с 18 до 21 часа). В этот промежуток времени у экранов телевизоров собирается больше всего зрителей. Для еще большего охвата целевой аудитории вы также закупаете 6) _____ рекламу: плакаты в вагонах метро, баннеры на остановках.

Возможные ответы:

- 1) инструментов/способов/каналов
- 2) медиаплан/контент-план/план продвижения/маркетинговую стратегию/маркетинговый план
- 3) видеорекламы/телевизионной рекламы/видеоформата
- 4) продвижении/рекламировании
- 5) прайм-тайм
- 6) наружную

Примечание: ответы проверяются экспертами вручную. В случае опечатки или неправильного склонения или спряжения слова, а также употребления синонимичного термина в случаях, где это уместно, ответ будет засчитан.

Задание 4. 8 баллов

Вы работаете продюсером. Ваша задача на сегодня – организовать запись видеointервью двух спикеров. Оба должны быть в кадре: журналист и герой. На картинке представлен общий план интервью, который выставила ваша съемочная группа. Напишите не менее трех замечаний к кадру и опишите, что бы вы исправили во время съемок (обоснование к ответу является обязательным). Замечания могут быть любого характера, включая композицию кадра, ракурс, цветовое решение, место съемки и т.д.



Возможный

ответ:

1. Поменять фон. На заднем фоне расположены объекты, которые отвлекают внимание зрителя. Нужно заменить фон на более нейтральный, например, на однотонную стену.
2. Исправить построение плана. Нужно композиционно построить общий план таким образом, чтобы в кадре герои помещались целиком.
3. Поменять расположение источников света. Необходимо устранить источники света, которые расположены за спинами героев. В данном случае они дают неправильный свет, появляются тени. Нужно направить рассеянный свет так, чтобы были освещены лица героев и не возникало теней.
4. Расположить участников на одинаковом расстоянии от камеры так, чтобы они сидели ровно друг напротив друга, чтобы их головы были приблизительно на одном уровне.



Задание 5. Ознакомьтесь с ситуацией и дайте развернутый ответ на вопрос. 8 баллов

Вы решаете запустить подкаст для старшеклассников, которые сдают ЕГЭ по литературе. Подкаст нацелен на помощь школьникам в подготовке к экзамену. Вы планируете приглашать экспертов, чтобы обсуждать с ними произведения из списка обязательной литературы, а именно: основную фабулу, важные детали и возможные темы сочинений по произведениям. Также в рамках выпусков вы рассчитываете давать слушателям советы по написанию сочинений. Длительность одного выпуска подкаста составляет 25-30 минут.

Целевую аудиторию подкаста вы для себя определяете как учащихся 10-11 классов, которые планируют сдавать ЕГЭ по литературе и активно готовятся к экзамену, используя различные интернет-ресурсы. Ниже в таблице представлен неполный портрет типичного представителя вашей целевой аудитории.

Анна

17 лет
Живет в Перми
Социальная роль - дочь, ученица
11-го класса, выпускник школы,
абитуриент

Интересы/увлечения/ хобби	Свободное время посвящает подготовке к ЕГЭ, занимается с репетиторами, периодически проходит бесплатные образовательные курсы, занимается в театральном кружке, по выходным ходит с друзьями в кино.
Медиапотребление: что читает, что слушает, что смотрит	1. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Ценности	Хорошее образование, саморазвитие, семья, самореализация
Потребности	2. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ
Боли и сложности	Переживает, что сдаст ЕГЭ на низкие баллы. Боится, что не успеет прочитать все требуемые произведения для ЕГЭ по литературе. Мало свободного времени. Не хватает общения со сверстниками. Иногда кажется, что в семье не понимают ее страхов не успеть подготовиться.
Метод исследования целевой аудитории	3. НАПИШИТЕ ВАШ ОТВЕТ

Дополните недостающие пункты портрета, основываясь на имеющейся информации в кейсе и в таблице. **В пункте 1** вам нужно описать медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Приведите не менее 3-х источников получения информации, укажите конкретные медиаресурсы и форматы контента.

В пункте 2 вам нужно описать потребности в использовании вашего продукта. Приведите не менее 3-х гипотез о потребностях аудитории — информационных, эмоциональных, социальных или других.

В пункте 3 предложите и обоснуйте **один метод исследования**, с помощью которого вы исследовали бы медиапотребление представителя вашей целевой аудитории. Укажите название метода, коротко охарактеризуйте его и опишите, почему данный метод будет наиболее эффективен для изучения медиапотребления вашей аудитории.

Возможный ответ:

1. Читает телеграм-каналы про культурный досуг города, следит за новостями местного театра и своего города. В основном читает краткие посты и предпочитает видеоформат. Смотрит видеоподкасты с интересными ей актерами и актрисами на видеохостингах. По дороге из школы до дома всегда слушает подкасты через Яндекс музыку. Иногда включает телевизор, чтобы расслабиться и дать мозгу отдохнуть, преимущественно смотрит телеканалы «Ю» и «Пятница».
2. Хочет быстро и эффективно подготовиться к экзаменам, хочет прочитать все произведения из кодификатора по литературе, поэтому ей может быть интересен наш подкаст. Сможет слушать его по дороге в школу или на дополнительные занятия.

3. Глубинное интервью. Этот метод будет наиболее эффективен в исследовании медиапотребления целевой аудитории, потому что позволит узнать, исходя из каких неосознанных мотивов, с какой периодичностью, в каком контексте, в какое время суток, при каких обстоятельствах наша целевая аудитория потребляет контент. Данные, полученные этим методом, можно будет использовать для проектирования своего медиапродукта, так как мы будем понимать, как и в каком контексте пользователи потребляют контент.

Задание 6. Что из перечисленного можно отнести к социальным медиа? 3 балла

- а. личный блог
- б. выпуск радиопрограммы
- в. сайт онлайн-СМИ
- г. сообщение информагентства

Ответ: а

Задание 7. Определите жанр журналистского материала по отрывку. Объясните, на чем строится ваше предположение. 8 баллов

Партию Марфы исполняла дебютантка Елизавета Пахомова — в ее карьере это первая главная роль в постановке такого масштаба. Сопрано у певицы волшебное, летящее и звонкое, как колокольчик, поэтому и Марфа в ее исполнении получилась ангельской. Чистоты и хрупкости образу добавил наряд в неорусском стиле от художника по костюмам, дизайнера Светланы Тенгин: длинное нежно-голубое платье с объемными рукавами, как у врубелевской "Царевны-Лебедь".

Если бы в будущем была монархия: чем необычна опера "Царская невеста" в МАМТе, Д.Шаталова, ТАСС

Возможный ответ: Рецензия. В тексте оценивается произведение искусства: выделены достоинства постановки, анализируется качество исполнения, подбор артистов, работа художника по костюмам, а также затрагивается художественный контекст произведения.

Задание 8. Вы работаете журналистом в государственном новостном агентстве. По итогам прошедшей Генассамблеи ООН Министерство иностранных дел России организует пресс-конференцию в МИДе России, главный спикер – министр иностранных дел. Известно, что одним из ключевых инфоповодов стал произошедший на полях Генассамблеи первый контакт российской делегации с новым руководством одной из стран-партнеров.

Ваша задача – получить комментарий министра. Как правильно выполнить поставленную редакционную задачу? 3 балла

- а. Вы не поедете на пресс-конференцию, а напишете запрос в Департамент информации и печати МИД с личной почты.
- б. Вы обратитесь к руководству вашего агентства с просьбой подготовить письмо в МИД с запросом аккредитации на ваше имя. Зададите вопрос министру на пресс-конференции.
- в. Вы поедете на место проведения пресс-конференции без аккредитации, на месте найдете министра и зададите ему вопрос.
- г. Вы не поедете на пресс-конференцию, а воспользуетесь имеющимися в сети материалами.

Ответ: б

Задание 9. Вы работаете журналистом в государственном новостном агентстве. По итогам прошедшей Генассамблеи ООН Министерство иностранных дел России организует пресс-конференцию в МИДе России, главный спикер – министр иностранных дел. Известно, что одним из ключевых инфоповодов стал произошедший на полях Генассамблеи первый контакт российской делегации с новым руководством одной из стран-партнеров. Вы получили развернутый комментарий министра. Теперь вам необходимо отправить полученный материал в редакцию в виде новостной заметки и опубликовать его в своем личном телеграм-канале с авторским аналитическим комментарием.

Как вы поступите, чтобы соблюсти профессиональные стандарты и при этом обеспечить максимально широкий охват инфоповода? Обоснуйте свой ответ. 8 баллов

Возможный ответ: Поскольку личный телеграм-канал не является официальным источником информации и формально не связан с рабочими обязательствами сотрудника СМИ, полученный комментарий нужно в первую очередь отправить в редакцию в виде новостной заметки. Уже после того, как материал будет опубликован в СМИ, допустимо сослаться на него в своем авторском аналитическом комментарии в личном канале. При этом возможны и исключения из этой нормы, например, существование рабочих договоренностей журналиста с редакцией, согласно которым он имеет право на публикацию части полученных в ходе рабочей деятельности сведений в качестве авторских эксклюзивов, например, при условии большого охвата аудитории у личных аккаунтов журналиста в социальных сетях.

Задание 10. Вы работаете журналистом в государственном новостном агентстве. По итогам прошедшей Генассамблеи ООН Министерство иностранных дел России организует пресс-конференцию в МИДе России, главный спикер – министр иностранных дел. Известно, что одним из ключевых инфоповодов стал произошедший на полях Генассамблеи первый контакт российской делегации с новым руководством одной из стран-партнеров. После пресс-конференции редактор дает вам задание написать развернутый аналитический материал на тему ключевого инфоповода — контакта российской делегации с новым руководством одной из стран-партнеров.

Опишите процесс подготовки этого материала. Обозначьте этапы написания статьи: какие источники будете использовать, в какой последовательности изложите материал и т.п. 8 баллов

Возможный ответ:

- 1) Определение ключевой темы и основной идеи материала.
- 2) Сбор доступной информации, например, об истории развития дипломатических отношений с этой страной.
- 3) Опрос источников: следует опросить как минимум два источника помимо министра. Среди них должен быть представитель страны-партнера и эксперт – специалист по описываемому региону.
- 4) Анализ ситуации в контексте собранной информации.
- 5) Написание статьи по следующему плану:
 1. Введение (обозначение проблемы)
 2. Основная часть: изложение аргументов с учетом проведенного анализа
 3. Заключение (формулирование выводов)

Критерии оценивания открытых вопросов

Задание 3.

За каждый правильный ответ начисляется 2 балла. Ответ проверяется экспертами вручную без учета регистра и опечаток в слове. В случае опечатки или неправильного склонения или спряжения слова, а также употребления синонимичного термина в случаях, где это уместно, ответ будет засчитан.

Задание 4.

Пояснение для проверяющего.

Оценка выставляется по трем критериям:

Количество релевантных замечаний - максимально 3 балла;

Обоснование приведенных замечаний - максимально 3 балла;

Отсутствие нерелевантных замечаний - максимально 2 балла.

Кол-во баллов	3	2	1	0
Количество релевантных замечаний	В работе учащегося есть 3 или более релевантных замечаний к изображению.	В работе учащегося есть 2 релевантных замечания к изображению.	В работе учащегося есть 1 релевантное замечание к изображению.	В работе учащегося нет релевантных замечаний к изображению.
Обоснование приведенных замечаний	К 3 релевантным замечаниям даны обоснования со ссылкой на принцип/правило производства контента («Положение героев необходимо изменить, так как нарушено правило третей, чтобы расположить героев согласно этому правилу нужно...») или подробные обоснования , демонстрирующее понимание технических принципов создания контента («На заднем фоне расположены объекты, которые отвлекают внимание зрителя. Нужно заменить фон на более нейтральный,	К 2 релевантным замечаниям даны обоснования со ссылкой на принцип/правило производства контента («Положение героев необходимо изменить, так как нарушено правило третей, чтобы расположить героев согласно этому правилу нужно...») или подробные обоснования , демонстрирующее понимание технических принципов создания контента («На заднем фоне расположены объекты, которые отвлекают внимание зрителя. Нужно заменить фон на более нейтральный, например, однотонная стена»)	К 1 релевантному замечанию дано обоснование со ссылкой на принцип/правило производства контента («Положение героев необходимо изменить, так как нарушено правило третей, чтобы расположить героев согласно этому правилу нужно...») или подробное обоснование , демонстрирующее понимание технических принципов создания контента («На заднем фоне расположены объекты, которые отвлекают внимание зрителя. Нужно заменить фон на более нейтральный, например, однотонная стена»).	К замечаниям обоснование не дано или дано с опорой на личный опыт , вкусы, бытовые предпочтения («Нужно пересадить героев, <u>потому что так некрасиво</u> »)

	<i>например, однотонная стена»).</i>	К остальным замечаниям обоснование не дано или дано с опорой на личный опыт , вкусы, бытовые предпочтения (« <i>Нужно пересадить героев, потому что так некрасиво</i> »).	К остальным замечаниям обоснование не дано или дано с опорой на личный опыт , вкусы, бытовые предпочтения (« <i>Нужно пересадить героев, потому что так некрасиво</i> »).	
Отсутствие нерелевантных замечаний		Нерелевантные, лишние, избыточные замечания отсутствуют .	В работе приведено 1 нерелевантное , лишние, избыточное замечание.	В работе приведено более 1 нерелевантного , лишнего, избыточного замечание или приведено категорические неверное замечание , которое ухудшит ситуацию (например, « <i>Персонажам нужно сесть дальше друг от друга, чтобы в камере было видно только части их лиц</i> »).

Задание 5.

Пояснение для проверяющего.

Оценка выставляется по трем критериям:

Пункт портрета № 1 - максимально 3 балла;

Пункт портрета № 2 - максимально 3 балла;

Метод исследования - максимально 2 балла.

Кол-во баллов	3	2	1	0
Пункт портрета №1	В ответе приведены 3 или более релевантные гипотезы/позиции , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте	В ответе приведены 2 релевантные гипотезы/позиции , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит	В ответе приведена 1 релевантная гипотеза/позиция , соответствующая заявленному пункту (к примеру, в пункте	Гипотезы не приведены или не соответствуют заявленному пункту.

	«медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	«медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями	
Пункт портрета №2	В ответе приведены 3 или более релевантные гипотезы/позиции , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	В ответе приведены 2 релевантные гипотезы/позиции , они соответствуют заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями).	В ответе приведена 1 релевантная гипотеза/позиция , соответствующая заявленному пункту (к примеру, в пункте «медиапотребление» учащийся приводит гипотезы, связанные с потреблением контента, а не демографическими показателями	Гипотезы не приведены или не соответствуют заявленному пункту.
Метод исследования	—	Исследование может быть проведено указанным методом В работе корректно отображены : <ul style="list-style-type: none"> - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и специфика выбранного метода (качественное/количественное исследование) 	Исследование может быть проведено указанным методом (методами) Два из трех пунктов корректно отображены: <ul style="list-style-type: none"> - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и специфика метода (качественное/количественное исследование) 	Исследование не может быть проведено указанным методом или все пункты не приведены или отображены некорректно : <ul style="list-style-type: none"> - название метода исследования - описание метода - обоснование выбора: отражена связь исследуемой области и специфика метода (качественное/количественное исследование)

Задания 7, 9, 10.

Пояснение для проверяющего.

Оценка выставляется по трем критериям:

Полнота ответа на вопрос (содержание ответа) — максимально 4 балла;

Владение релевантной терминологией (необходимым теоретическим аппаратом) — максимально 2 балла;

Целостность логики и структура ответа — максимально 2 балла.

Кол-во баллов	4	3	2	1	0
Полнота ответа на вопрос (содержание ответа)	Автор корректно отвечает на вопрос и показывает высокую осведомленность в теме. Ответ конкретный и при необходимости снабжен релевантными аргументами.	Автор корректно отвечает на вопрос и демонстрирует осведомленность в теме. Ответ автора достаточно конкретен и при необходимости включает в обосновании релевантные аргументы, но при этом автор допускает незначительные обобщения.	Автор корректно отвечает на вопрос и демонстрирует общее понимание темы. В ответе и в аргументации, если она необходима, преобладают избыточные обобщения.	Автор отвечает на вопрос, но использует абстрактные формулировки; в обосновании, если оно необходимо, не подкрепляет ответ аргументами или использует нерелевантные аргументы.	Ответ автора полностью некорректен или автор не дает ответ на поставленный вопрос.
Владение релевантной терминологией (необходимым теоретическим аппаратом)	—	—	Автор свободно владеет релевантной терминологией.	Автор использует отдельные релевантные термины, но допускает при этом незначительные неточности.	Автор не демонстрирует владения необходимым теоретическим аппаратом. Автор не использует релевантную терминологию или допускает при ее употреблении грубые ошибки.
Целостность логики и структура ответа	—	—	Текст ответа грамотно структурирован. В тексте отсутствуют логические ошибки.	Структура ответа незначительно нарушена. В ответе допущены некоторые логические ошибки, но общий смысл ответа понятен.	Структура ответа отсутствует. Допущены логические ошибки, которые искажают общий смысл ответа.