

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Демонстрационный вариант олимпиадного задания

10, 11 классы

Международная олимпиада молодежи по направлению «Медиакоммуникации» — это хороший шанс для учащихся последних классов средней школы попробовать свои силы в этой интересной и современной сфере деятельности, ставшей особенно актуальной в связи с развитием технологий.

Те, кто свяжет свою карьеру с новыми медиа, смогут найти себя не только в динамично развивающихся традиционных СМИ (газетах, журналах, ТВ, радио, информагентствах и новостных сайтах), но и в актуальных креативных и культурных индустриях. Такие специалисты будут помогать музеям, музыкальным лейблам, кинокомпаниям, работающим в вебе и соцсетях, вести современный диалог с аудиториями. Работа таких специалистов будет критически важна для крупнейших брендов, которые будут строить свои экосистемы и конкурировать не за место на магазинной полке (да и останутся ли эти полки в будущем), а за внимание человека, у которого всего лишь 24 часа в сутках. Начиная со студенческой скамьи, студенты, обучающиеся по направлению «Медиакоммуникации», будут пробовать себя и в современном книгоиздании, и в цифровом нарративе с использованием новейших идей и технологий, и в создании контента для игр, в том числе многопользовательских, мобильных и т.д.

Чтобы начать заниматься всем этим, нужно, помимо желания, обладать некой эрудицией в данной сфере и иметь собственное мнение о применяемых в медиакоммуникациях инструментах. Именно это комиссия и будет проверять в олимпиадных эссе. Удачи!

Таймлайн олимпиады

Олимпиада будет проходить по следующему графику:

- **10 августа 2018 года 16:00 МСК** – первичный вебинар, на котором будет представлена информация о предстоящем туре олимпиады;
- **10 августа** – начало регистрационной кампании;
- **21 сентября 16:00 МСК** – второй вебинар, который будет посвящен тому, как правильно подготовиться и хорошо осветить в эссе предложенные темы. В качестве кейса будет разобрана одна из пробных тем;
- **14 октября** – последний день регистрации участников олимпиады;
- **19 октября 16:00 МСК** – третий завершающий вебинар, посвященный разбору еще одного тренировочного кейса, а также ответам на вопросы будущих участников олимпиады;
- **25 октября 10:00 МСК** – начало олимпиады. С этого момента комиссия будет принимать работы, которые должны быть присланы в соответствии с инструкцией, представленной ниже;
- **26 октября 10:00 МСК** – завершение приема работ. Чтобы исключить возможные технические проблемы, связанные с прохождением электронных писем в сети,

комиссия будет принимать эссе **до 10:05**. После этого ящик прекратит прием сообщений;

- **10 ноября** – завершение проверки присланных работ;
- **15 ноября** – объявление результатов.

Темы

Задание для участия в олимпиаде предусматривает написание эссе на одну из предложенных тем:

- **Зачем немедийные бренды становятся медиа**
- **Борьба за внимание. С чем конкурируют новые медиа?**
- **Чем дополняет медиа дополненная реальность**

Лучшие работы должны содержать:

- Упоминание сведений из истории вопроса (Не блоки текста из Википедии, а аккуратно вплетенные в повествование экскурсы в историю вопроса или предпосылки для чего-либо)
- Уместное упоминание мыслителей, идей и концепций, связанных с медиа (Из текста должно быть понятно, почему упомянуты персона или идея, как это связано с текстом)
- Обзор современных примеров и кейсов (Не нужно делать отдельную главу по примерам и кейсам. Достаточно упомянуть что-то там, где это контекстно важно)
- Мотивированное видение автора о будущем тех или иных явлений в данной сфере (Нужно воздержаться от общих слов. Правильно будет привести некие объективные данные, и сформулировать вывод на основе их)

Минусами работ будут считаться:

- Ненужные обобщения («Нет таких людей, кто бы не пользовался соцсетями...»)
- Безосновательные выводы («...и все равно, мне кажется, что соцсети не умрут...»)
- Перевес личного опыта над объективным знанием («Среди моих друзей нет тех, кто смотрит ТВ; значит, аудитория ТВ падает...»)

Технические требования

Эссе пишется на компьютере в любом текстовом редакторе и представляется на конкурс в формате pdf. Объем работы – до 5 000 знаков вместе с пробелами. Работа выполняется шрифтом Times New Roman Cyrillic, кегль 12, межстрочный интервал 1,5. Расстояние от левого края – 3 см, от правого – 1,5. От верхнего и нижнего – по 1 см.

Готовые работы необходимо будет отправить по почте на адрес mediamom2018@hse.ru. Работа считается отправленной, если вы получили подтверждение обратным письмом.

Ссылки и литература

- И.В.Кирия, А.А.Новикова. История и теория медиа
- А.Г.Качкаева, С.А.Шомова. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов
- М.Маклюэн. Понимание медиа
- У.Бернстайн. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней
- Лучшие кейсы индустрии: как бренду стать медиа <https://rb.ru/opinion/brend-ili-media/>
- 5 трендов новых медиа в 2018 году <https://jrnlst.ru/5-trends2018>
- 2018 Trends in Augmented Reality (AR) <https://medium.com/@lampix/2018-trends-in-augmented-reality-ar-8fc6138700ae>
- Музейное дело умирать не собирается <http://2035.media/2018/04/06/lebedev-interview/>
- КУРИРОВАНИЕ КОНТЕНТА В ЭПОХУ ИЗБЫТКА ИНФОРМАЦИИ <http://www.radioportal.ru/news/kurirovanie-kontenta-v-epohu-izbytka-informacii>
- Media in the Age of Algorithms <https://wtfecconomy.com/media-in-the-age-of-algorithms-63e80b9b0a73>
- 2018 Social Media Marketing Trends: Augmented Reality, Micro-Influencers and TV-Style Content <https://www.wmegroup.com.au/social/2018-social-media-marketing-trends-augmented-reality-micro-influencers-and-tv-style-content/>
- Тренды SMM 2017-2018: бум сторис, лайвов и мессенджеров <http://www.sostav.ru/publication/trendy-smm-2017-2018-bum-storis-lajvov-i-messendzherov-29864.html>
- Почтовые рассылки как медийный продукт <https://themediacenter/2018/05/21/pochtovye-rassyilki-kak-mediyniy-produkt/>
- Люди, которые играют: что такое геймификация и где её используют <http://sila.media/gamification/>
- Миф о золотой рыбке <http://sila.media/goldfish/>