

**ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ВАРИАНТ ОЛИМПИАДНЫХ ЗАДАНИЙ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА, МЕДИАКОММУНИКАЦИИ,
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

для 10 – 11-х классов.

ВНИМАНИЕ!

**Участник Олимпиады должен выбрать только ОДИН профиль
из 3-х предложенных!**

Профиль: Журналистика

Время выполнения олимпиадной работы - 120 минут.

Олимпиадная работа состоит из 3-х заданий.

Задание 1 – сочинить короткое (не более страницы) эссе по предложенной фотографии. Максимальная оценка – 50 баллов.

Задание 2 - сформулировать вопросы к носителю информации. Максимальная оценка – 30 баллов.

Задание 3 – написать собственное определение для термина из сферы журналистики. Максимальная оценка – 20 баллов.

Максимальная сумма баллов за всю олимпиадную работу – 100 баллов.

Задание 1. Максимальная оценка - 50 баллов.

Внимательно рассмотрите эту фотографию:



Напишите короткое эссе (расскажите историю), иллюстрацией к которому эта фотография могла бы стать. Объём эссе – до одной страницы формата А4. Придумайте для вашего материала оригинальный заголовок.

Критерии оценки:

1. Креативность, фантазия.
2. Композиция, логика, умение выстроить текст.
3. Яркость и богатство языка.
4. Грамотность.

Задание 2. Максимальная оценка - 30 баллов.

Предположим, что ваша семья переезжает в другую местность и вам придётся сменить школу. Сформулируйте и напишите 7 вопросов директору новой школы с целью не только понять самому/самой, но и объяснить родителям и близким вам людям, хотите ли вы в ней учиться. Расположите эти 7 вопросов в порядке убывания по важности (самые важные – вначале).

Критерии оценки:

1. Адекватность вопросов поставленной задаче.
2. Точность и корректность формулировок.

Задание 3. Максимальная оценка - 20 баллов.

Дайте определение, как для энциклопедии, термину «гражданская журналистика». Максимальный объём заметки – 15 строк.

Критерии оценки:

1. Точность и глубина описания смысла термина.
2. Умение коротко формулировать мысль.

Профиль: Медиакоммуникации

Время выполнения задания 120 минут.

Объем - от 2-х до 4-х рукописных страниц формата А4.

Максимальное количество баллов – 100.

Часть 1. Анализ существующего медиапроекта.

Максимальная оценка – 60 баллов.

Участникам Олимпиады предлагается выполнить анализ одного из медиапроектов, реализованных в СМИ и в Интернете.

Ниже представлен примерный список таких проектов. Можно выбрать проект из списка, можно предложить свой вариант.

1. Телепроект «Главная сцена»
2. Телепроект «Вечерний Ургант»
3. Телепроект «Голос» и «Голос. Дети»
4. Телепроект «Дом – 2»
5. Телепроект «Едим дома» с Юлией Высоцкой
6. Телепроект «Орел и решка»
7. Телепроект «Поле чудес»
8. Телепроект «Что? Где? Когда?»
9. Телепроект «Своя игра»
10. Телепроект «Сто к одному»
11. Телепроект «Прямой эфир»
12. Телепроект «Ревизорро»
13. Телепроект «Танцы»
14. Телепроект «Танцы со звездами»
15. Телепроект «Ледниковый период»
16. Телепроект «Точь-в-точь»
17. Телепроект «Один-в-один»
18. Телепроекты «Жди меня»
19. Сериал «Викинги»
20. Сериал «Доктор Кто»
21. Сериал «Кухня»
22. Сериал «Романовы»
23. Трансмедиапроект «Игры престолов»
24. Ван Гог: ожившие полотна
25. Толстой в один клик
26. Blago.ru
27. Furfur
28. END A WAR
29. KudaGo
30. Академия Арзамас

- 31.Журнал Kinfolk
- 32.Интернет-журнал TJ
- 33.Лонгриды «25 лет Эхо Москвы», «Земля отчуждения» и др.
- 34.Образовательные проекты Курсера, Khan Academy и др.
- 35.Hunt
- 36.Проект социальной рекламы «Dumb Ways to Die»

Задача - **подвергнуть проект критическому анализу**, выделить его сильные и слабые стороны и, по возможности, ответить на следующие вопросы:

- Какую основную проблему должен решить (или решил) проект?
- Кто получит (получил) пользу в результате реализации проекта?
- Что сделано авторами проекта для решения поставленной проблемы?
- К каким прямым результатам приведут (привели) эти действия?
- Есть ли какие-то доказательства того, что данный проект решил (или решает) проблему?
- Какие риски могут помешать (или помешали) авторам проекта достичь поставленных целей?

Следует **сделать вывод**, насколько правильными, точными, адекватными были использованные авторами проекта методы и в какой мере эти методы способствовали достижению поставленных целей и решению проблемы.

Полезно указать на целевую аудиторию проекта, привести оценки и мнения экспертов и представителей аудитории.

Работа будет оцениваться по следующим критериям:

- 1) обоснованность выбора проекта для анализа, умение сформулировать его значимость и место в структуре современного медиапространства (**20 баллов**);
- 2) полнота анализа, охват различных характеристик проекта (**25 баллов**);
- 3) логика и композиция текста (**10 баллов**);
- 4) грамотность (**5 баллов**).

Часть 2. Формулирование и разработка собственного медиапроекта.

Максимальная оценка – 40 баллов.

Участники Олимпиады могут предложить идею:

- новой компьютерной игры;
- нового телевизионного проекта или сериала;
- новой газеты или нового журнала для молодежи и т.д. и т.п.

Работа в целом будет оцениваться по следующим критериям:

- 1) аргументированность идеи (необходимость, своевременность, востребованность и пр.) – **15 баллов**;

- 2) полнота, детальность описания проекта (20 баллов);
- 4) грамотность (5 баллов).

ВНИМАНИЕ! В работе не должно быть никаких дополнительных пометок (например, фамилии и подписи автора), рисунков и т.д.

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Время выполнения задания 120 минут.

Максимальное количество баллов – 100.

Часть 1 – предполагает анализ предложенного текста.

Максимальная оценка – 60 баллов.

Часть 2 – включает 2 задания, обязательных для выполнения.

Максимальная оценка за каждое задание – 20 баллов.

Пишите разборчиво. Кроме ответов на вопросы, в работе не должно быть никаких пометок (подписей, рисунков, фамилий и т.д.).

Часть I. (Максимальная оценка - 60 баллов).

Дорогие участники Олимпиады!

Вам предлагается произвести анализ предложенного текста, аргументируя свою точку зрения.

Вы должны выступить **оппонентом** автора текста. Вам надлежит **подвергнуть критическому анализу** содержащуюся в тексте авторскую позицию, выделить ее сильные и слабые стороны, и, если сумеете, **предложить свое решение** рассматриваемой проблемы, альтернативную идею.

Удачи!

Ваша работа будет оцениваться по следующим критериям:

1. Умение обозначить основную идею, содержащуюся в анализируемом тексте.
2. Критика основных посылок автора, выявление теоретической и (или) фактологической их необоснованности.
3. Вычленение уязвимых мест в способе обоснования позиции автора: нарушение логической последовательности в рассуждениях; противоречия в рассуждениях и т.п.
4. Предложение участником Олимпиады своего собственного развернутого альтернативного решения проблемы.

Отрывок из книги «Слово о словах» Льва Успенского.

«Вспоминается мне маленький, почти разбитый снарядами городок в дни Великой Отечественной войны, дорога от наших постов к его окраинам и столб возле дороги. На столбе стрела и странная надпись: «Оптека».

Я и еще несколько офицеров стояли под этим столбом и крепко ругали чудака, который такую надпись сделал. Как нам теперь было понять: что

находится там, за углом, на улицах городка, по которым уже свистели фашистские пули? Если там и верно «аптека» - дело одно; надо немедленно послать туда бойцов, не считаясь с опасностью, вынести все лекарства, какие там могли остаться, бинты, йод. Все это было нам очень нужно. Если же «оптика», - так ни очки, ни фотоаппараты нас в тот момент не интересовали.

«И как только грамотный человек может этакое написать?»- ворчал майор.

Тогда среди остальных возник спор. Одни утверждали, что неизвестный нам автор надписи был, несомненно, или из Ярославской области, или из Горьковской. В этих местах люди «окают», - говорят на «о», четко произнося не только все те «о», которые написаны, но иногда, по привычке, выговаривая этот звук даже там, где и стоит «а» и надо сказать «а». Тому, кто родился на Волге или на севере, отделаться от этой привычки нелегко. Валерий Чкалов говорил на «о», Максим Горький заметно «окал». Так произошла и эта ошибка: человек, конечно, хотел написать «аптека». Но произносил-то он это слово - «оптека». Так он его и изобразил.

Однако многие не согласились с этим. По их мнению, все было как раз наоборот. Есть в нашей стране области, где люди "акают", "екают" и "икают". Одни говорят так, как в пословице: «С МАсквы, с пАсада, с калашнАвА ряда», произносят «пАНИдельник», «срИда», «мИдвИжонАк». А другие, наоборот, выговаривают «пАнедельнЕк», «белЕберда». Ну и пишут, как произносят! Может быть, тот, кто это писал, был именно человек «екающий». Он слово «оптика» слышал и говорил как «оптека», да так его и написал на столбе. Значит, аптеки там нет.

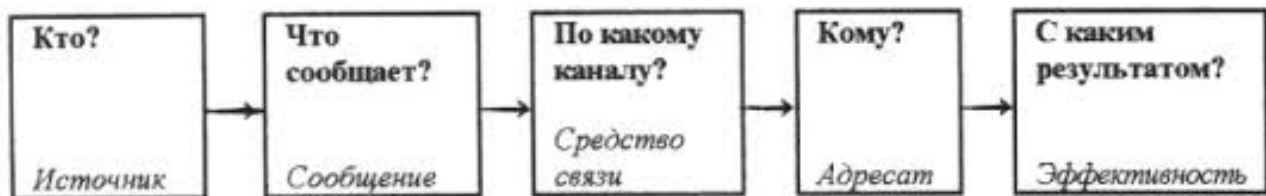
Спор наш тогда ничем не кончился. Но это и неважно».

Часть II.

Задание 1. (Максимальная оценка - 20 баллов).

В истории развития теории коммуникации выделяется несколько различных моделей, описывающих процесс коммуникации. Так, в 1948 г.

американский исследователь Г. Лассуэлл предложил модель, впоследствии получившую название «линейная модель коммуникации». Она выглядит следующим образом:



Опишите, каким образом происходит процесс коммуникации согласно данной модели. Как вы думаете, в чем преимущества и недостатки данной модели. Можно ли применить Линейную модель коммуникации Г. Лассуэлла для описания современного процесса коммуникации?

Задание 2. (Максимальная оценка - 20 баллов).

Сравните два макета печатной рекламы одного и того же продукта и ответьте на следующие вопросы:

- 1) Какой бренд рекламируется?
- 2) Какой продукт рекламируется?
- 3) Каковы сильные и слабые стороны данных макетов?
- 4) Каков слоган бренда? Как вы его понимаете? Как бы вы его перевели на русский язык?

