

Вопрос **Инфо**

Уважаемые участники!

Олимпиадное задание по направлению «Медиакоммуникации» состоит только из вариативной части.

Вариативная часть разделена на треки:

- Трек «Критические медиаисследования»: задание № 1.
- Трек «Медиаменеджмент»: задания № 2 и № 3 на выбор.
- Трек «Современная журналистика»: задания № 4, № 5, № 6 на выбор.

Вы можете сосредоточиться на заданиях конкретного трека, чтобы претендовать на статус дипломанта I, II, III степени, или постараться решить задания любых двух треков на высоком уровне, чтобы претендовать на статус медалиста по направлению.

Во время участия в олимпиаде по направлению «Медиакоммуникации» вы можете заходить в систему и выходить из неё, пока открыт тест (до 12:00 мск 20 марта). **Не заканчивайте попытку, пока не прикрепите выполненное задание!** Если вы закончите попытку и завершите тест до прикрепления работы, вернуться к выполнению заданий будет невозможно.

Верим в ваш успех!

Вопрос **Инфо**

ИНФОРМАЦИЯ О ВТОРОМ (ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНОМ) ЭТАПЕ

Продолжительность состязания – 72 часа.

Письменная часть заданий всех треков выполняются в домашних условиях, без дистанционного контроля, с использованием любых ресурсов и методических материалов. Используемые ресурсы и литература указывается в сносках. Плагиат¹ в работах не допускается! При обнаружении плагиата работа снимается с конкурса.

Задания второго (заключительного) этапа каждого из треков отличаются по количеству и содержанию.

Если во время написания работ студент использует алгоритмы автоматической генерации контента (искусственный интеллект), то студент обязан сопроводить свою работу специальным комментарием **«Описание применения генеративной модели»** с описанием целей применения, названия конкретной генеративной модели, адреса ее сайта в интернете (либо описания иного источника модели), и способа ее применения. Описание факта использования студентами генеративных моделей предлагается размещать во вводной части работы отдельным абзацем **«Использование генеративных моделей»**. В нём следует описать, какие действия выполнялись с помощью генеративной модели, с какой целью, с помощью каких ресурсов, как и когда.

[1] Плагиат – это использование в письменной работе чужого текста или иного объекта авторских прав, опубликованного в бумажном или электронном виде,

Вопрос **Инфо**

ТРЕК «КРИТИЧЕСКИЕ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ» ЗАДАНИЕ 1 (100 БАЛЛОВ)

Задание заключительного этапа по треку «Критические медиаисследования» состоит из двух частей: эссе и интервью.

В рамках первой части участникам предлагается написать эссе на одну из трёх тем. Язык написания эссе – английский. Максимальная оценка за эссе составляет 60 баллов.

Вторая часть заключительного этапа Олимпиады предполагает дистанционное собеседование на английском языке. В ходе собеседования участникам предложено презентовать идею своего научного исследования и ответить на вопросы членов жюри. Во время презентации кандидаты должны продемонстрировать знание выбранной для исследования области и мотивацию для занятия критическими медиаисследованиями. Члены жюри обращают особое внимание на оригинальность идеи, владение теоретической базой, релевантность методов, могут задавать вопросы об исследовательском опыте участника, его профессиональных планах. Продолжительность собеседования – не более 20 минут. Максимальная оценка – 40 баллов. **На собеседование допускаются участники, показавшие высокие результаты при написании эссе. Информация о приглашении на собеседование будет сообщена позже, после проверки эссе.**

Баллы обеих частей суммируются. Максимальное количество баллов – 100.

Требования к работе

Объем эссе не менее 1500 слов. Эссе должно быть представлено в формате Word, шрифт Times New Roman, размер 12, с межстрочным интервалом 1,5. Левое поле должно составлять 3 см; правое поле, верхнее и нижнее поля – по 1,5 см. Библиография не входит в указанный объем. Кандидаты должны проявить навыки академического письма и продемонстрировать знакомство с международными научными дискуссиями и исследованиями в области медиа, культуры и коммуникации, владение теоретическими понятиями и контекстом международных исследований в сфере медиа и коммуникаций.

На письменной работе нельзя указывать ФИО или другие обозначения, идентифицирующие личность участника!

Критерии оценки эссе:

1. Аргументация и теоретическое обоснование (до 30 баллов). Эссе должно разворачивать определенный аргумент и демонстрировать понимание теоретических перспектив и научных точек зрения по поводу данного аргумента. От участника ожидается развитие критического – в широком смысле – подхода к анализу основного тезиса и возможности обосновать его опорой на источники.
2. Структура (до 15 баллов). Эссе должно иметь четкую структуру: вводная часть, где заявляются аспекты темы и аргументы, основная часть, подразумевающая развитие аргументов и анализ, и короткий заключительный раздел. Все части должны быть согласованы и связаны друг с другом.
3. Язык и стиль (до 15 баллов). Точность языка должна отображать ясность мысли. Участникам следует избегать стилистических ошибок (употребления канцеляризм, жаргонизмов, просторечий, громоздких нечитаемых конструкций в предложениях). Всякий раз, когда вводятся академические термины, они должны быть объяснены или подкреплены ссылками. Кандидаты должны использовать гарвардский стиль ссылок (Harvard or “author-date” style – указание фамилии автор, даты публикации и номера страницы, если необходимо). Работа должна включать краткий библиографический список.

Критерии оценки дистанционного собеседования:

1. Оригинальность идеи исследования (до 15 баллов).
2. Владение теоретической базой и релевантность методов (до 15 баллов).

Вопрос 1

Балл: 100,00

To complete the task please attach the file with the text of your essay and write in the answer field the number of the selected topic.

TOPIC 1

Traditionally, populism has been considered a phenomenon of domestic politics. The Manichean division of the social into two irreconcilable parts, “good people” versus “bad elites” — the main feature of any populist discourse — has usually been performed within the context of individual nation-states. However, because most of the problems that affect people’s lives in our globalized world—migration, terrorism, pandemics, and so on — do not respect national borders, at least some populist projects have acquired a transnational orientation. Please, consider your own example of a populist leader or movement, discuss its divisive discourse as represented in media, and trace which transnational dimension(s) (if any) it possesses.

TOPIC 2

In critical media studies, there is tension between two seemingly opposing, if not contradictory, audience roles. On the one hand, drawing on the idea of the “audience-commodity” (Smythe, 1977), lies the political economy approach, according to which, by exploiting audience time, attention, data, and sociality, media uses audiences as commodities (Fuchs, 2015). On the other hand, especially with the rise of social media, there is a conceptualization of the audience as “active”, where audiences have voice, agency, and are empowered. The active audience partakes of cultural studies, ethnography, and the enthusiasm that characterized the early days of the internet in media and communication studies, such as the work of Henry Jenkins and the idea of participatory culture. In turn, the audience-commodity thesis gathered fresh momentum after the 2010s with the commodification of the internet, the spread of smartphones, and the dominance of digital platforms. The idea of the audience as a data commodity was popularized beyond academia with theses on “surveillance capitalism” (Zuboff, 2017) and “platform capitalism” (Srnicsek, 2016). Please write your thoughts about these two opposing approaches in the context of digital platforms and social media, bringing your own examples of audience roles.

TOPIC 3

Popular culture has been an important issue of research in media and cultural studies. Opinions on popular culture vary: on one hand, critics (e.g., the so-called Frankfurt School scholars analyzing Culture Industries) saw popular culture as alienating; according to such approaches, popular culture was seen as a complex of commercial spectacles produced by profit-driven media corporations and culture industries, essentially stupefying and infantilizing audiences, offering nothing that can contribute to the bettering of the people’s living conditions and social circumstances. Other scholars (e.g., researchers associated with audience research and the British cultural studies tradition) dismissed such claims and argued that popular culture is in fact empowering and democratizing, facilitating symbolic resources corresponding to people’s varying needs. To this regard, such scholars placed more emphasis on individual agency and the capacity of people to make choices and differential readings. Rather than passive consumers, media audiences were seen as active recipients and potential producers of media content, using entertaining programs according to their special needs, and developing their own sense and meanings rather than reproducing flattening consumerist lifestyles and views. Based on such differentiated and opposing views, please develop the subject of popular culture theoretically, and draw your provisional conclusions on how to make sense of popular culture today, taking into consideration debates on digital media and the Internet as well.

К проверке принимаются только файлы. Ответы внутри текстового поля не проверяются.

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx). Запрещено писать ФИО / указывать на авторство в тексте и названии файла.

При прикреплении файлов напечатайте /скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикрепленном документе»

Вопрос **Инфо**

ТРЕК «МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ»

В этом году трек «Медиаменеджмент» разделён на две траектории – «Управление медиакомпаниями» и «Управление медиакоммуникациями в образовании». Для каждой траектории предлагается выбрать одну из двух тем.

Разрешено выполнение только одной траектории внутри трека «Медиаменеджмент», только одной темы в рамках выбранной траектории. При загрузке файлов по нескольким темам/траекториям внутри трека оцениваться будет только одно выполненное задание из них на усмотрение жюри. Апелляции на выбор темы/траектории для проверки не принимаются.

Работа по каждой теме предполагает поиск информации на открытых ресурсах и составление отчета об исследовании по российским стандартам. Приветствуется применение разнообразных методов исследования, как аналитических, так и опросных (экспертные интервью, онлайн-опросы и др.).

От участника олимпиады требуется:

- при проведении исследования, помимо русскоязычных, обязательно используются англоязычные источники;
- отчет об исследовании составляется на русском языке (объем не менее 15 страниц без учета приложений);
- к отчету добавляется резюме на английском языке (объем – 2-3 страницы).

Подробные требования к форме отчета смотрите в следующем блоке информации.

Вопрос **Инфо**

Требования к оформлению отчёта об исследовании по треку «Медиаменеджмент»

На письменной работе нельзя указывать ФИО или другие обозначения, идентифицирующие личность участника!

Отчет об исследовании на заключительном этапе Олимпиады студентов и выпускников «Высшая лига» по треку «Медиаменеджмент» (далее – Отчет) составляется по государственным стандартам Российской Федерации. За основу приняты следующие стандарты (ГОСТы):

- ГОСТ 7.32-2017 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».
- ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».
- ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

При этом учитывается специфика олимпиадных заданий и общие требования НИУ «Высшая школа экономики».

Отчет должен содержать **не менее 15 страниц** в формате Word, 14 кегль, межстрочный интервал 1,5, стандартные отступы справа, слева, сверху и снизу 3 см.

Отчет включает в себя следующие элементы:

- **Титульный лист.** Сверху указываются название этапа и олимпиады. В середине листа записываются: название проекта и дата загрузки. По правилам проведения Олимпиады, ФИО автора указывать

запрещено.

- **Резюме на английском языке***. Резюме – это краткое описание исследования и его результатов. Объем – **2-3 страницы**.
- **Оглавление**.
- **Актуальность исследования**. Описывается, почему данная тема актуальна. Объем – до 0,5 страницы.
- **Методологический аппарат исследования**. Объем – не более 1 страницы. Указываются:
 - *объект и предмет исследования,*
 - *цель и задачи исследования,*
 - *гипотезы исследования или исследовательские вопросы,*
 - *методы исследования* – желательно не просто перечислить их, а также дать ссылки на соответствующую литературу.
- **Основная часть**. В ней представляются результаты исследования в произвольной форме. Желательно, чтобы она была структурирована, т.е. содержала несколько параграфов/пунктов.
- **Выводы**.
- **Библиография**. Объем – **не менее 15 библиографических единиц** (нормативные акты, монографии, статьи в научных журналах, сборниках, диссертации и авторефераты диссертаций, аналитические материалы, отчеты об исследованиях и т.п.). **Не менее половины из них должны быть на английском языке.**

Возможны также **приложения**. Но этот элемент дополнительный. Его объем **не входит** в обязательные 15 страниц.

В отчете приветствуются таблицы, графики, диаграммы, схемы и т.п. Их оформление должно соответствовать требованиям ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе».

Библиографический список должен быть составлен по российским стандартам ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание» и ГОСТ 7.82 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов».

***Структура резюме на английском языке:**

Дается краткое (не более трех предложений) обоснование актуальности исследования.

- Формулируется цель/цели исследования.
- Кратко описываются методы исследования.
- Кратко описываются основные результаты исследования без иллюстративных элементов (т.е. без таблиц, графиков и т.п.).
- Кратко формулируются основные выводы.

При оформлении особое внимание следует обратить на корректность цитирования. Работы, в которых обнаружен плагиат, от конкурса отстраняются независимо от того, каков процент оригинального текста.

Критерии оценивания:

1. Понимание базовых принципов и основных тенденций в развитии медиаэкономики, медиаменеджмента и медиаотрасли в целом и их использование в аргументации. **До 20 баллов.**
2. Способность к критической рефлексии. **До 20 баллов.**
3. Стремление проанализировать процессы, происходящие в медиа, их классифицировать, ранжировать, а не просто описать и изложить. **До 20 баллов.**
4. Знание методов медиаисследований, понимание границ их применимости, умение работать со статистической информацией. **До 30 баллов.**
5. Соответствие оформления отчета об исследовании заявленным требованиям. **До 10 баллов.**

Вопрос 2

Балл: 100,00

**ТРЕК «МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ»
ТРАЕКТОРИЯ «УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОМПАНИЯМИ» ЗАДАНИЕ 2 (100
БАЛЛОВ)**

Выполните задание по одной из двух тем на выбор или перейдите к другой траектории.

Тема 1. Современное состояние и перспективы применения технологий искусственного интеллекта в управленческих процессах российских средств массовой информации

Комментарий. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) используются в средствах массовой информации (СМИ) уже не первый год. Предлагается выявить, как конкретно применяются технологии ИИ в современных российских СМИ и каковы перспективы их использования в ближайшем будущем. В контексте работы под СМИ подразумеваются: информационные агентства, сетевые издания, телеканалы, радиостанции, газеты и журналы (как печатные, так и онлайн-овые).

Тема 2. Перспективы использования систем распознавания контента, созданного с помощью генеративных моделей, в деятельности средств массовой информации России

Комментарий. Генеративные модели (ГМ) – это один из видов технологий искусственного интеллекта. Создание контента с помощью ГМ находит всё более широкое применение в средствах массовой информации. В то же время эти практики вызывают многочисленные дискуссии, особенно в сфере авторского права. В качестве противодействия данному процессу возникли системы распознавания контента, созданного с помощью ГМ, которые специалисты также называют обобщённо термином «детекторы». Предлагается выявить, каковы перспективы применения детекторов для решения производственных задач в средствах массовой информации (СМИ). В контексте работы под СМИ подразумеваются: информационные агентства, сетевые издания, телеканалы, радиостанции, газеты и журналы (как печатные, так и онлайн-овые).

К проверке принимаются только файлы. **Ответы внутри текстового поля не проверяются.**

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx). Запрещено писать ФИО / указывать на авторство в тексте и названии файла.

При прикреплении файлов напечатайте / скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикреплённом документе»

Вопрос 3

Балл: 100,00

**ТРЕК «МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ»
ТРАЕКТОРИЯ «УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЯМИ В
ОБРАЗОВАНИИ» ЗАДАНИЕ 3 (100 БАЛЛОВ)**

Выполните это задание по одной из тем на выбор или перейдите к другой траектории.

Тема 1. Использование технологий искусственного интеллекта в системе высшего образования Великобритании

Комментарий. В последнее время активно обсуждаются вопросы использования искусственного интеллекта (ИИ), в том числе таких его проявлений, как нейросети, генеративные модели и т.п. Великобритания – одна из стран, где этим вопросам уделяется большое внимание. Необходимо проанализировать существующие подходы и тенденции, позитивные и негативные стороны применения ИИ в системе высшего образования Великобритании, а также охарактеризовать перспективы применения этих технологий в ближайшем будущем.

Тема 2. Институционально-правовые предпосылки и этические основы использования искусственного интеллекта в российской системе образования

Комментарий. Использование искусственного интеллекта (ИИ), его различных видов, например, таких как нейросети, генеративные модели и т.п. всё шире встречается в системе российского образования. Однако этот процесс ставит множество вопросов, с одной стороны, правового, а с другой стороны, этического характера. Необходимо выявить, какие конкретно правовые и этические проблемы возникли в связи с применением технологий ИИ в российской системе образования и каковы возможные пути разрешения этих проблем.

К проверке принимаются только файлы. **Ответы внутри текстового поля не проверяются.**

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx). Запрещено писать ФИО / указывать на авторство в тексте и названии файла.

При прикреплении файлов напечатайте / скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикреплённом документе»

Вопрос **Инфо**

ТРЕК «СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»

Формат задания. Участникам предлагается выполнить одно из заданий трёх траекторий:

Траектория 1. «Производство новостей в международной среде»: четыре темы на выбор

Траектория 2. «Журналистика данных»: три темы на выбор

Траектория 3. «Деловая журналистика: новости, комментарии, анализ»

Объем работы различается в зависимости от траектории заданий и будет указан в тексте заданий.

Разрешено выполнение только одной траектории внутри трека «Современная журналистика» и одной теме внутри траектории (если их предложено несколько). При загрузке файлов по нескольким траекториям / темам внутри трека оцениваться будет только одно выполненное задание на усмотрение жюри. Апелляции на выбор траектории / темы для проверки не принимаются.

Вопрос **4**

Балл: 100,00

ТРЕК «СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА»

ТРАЕКТОРИЯ «ПРОИЗВОДСТВО НОВОСТЕЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ СРЕДЕ» ЗАДАНИЕ 4 (100 БАЛЛОВ)

Выполните это задание или перейдите к другой траектории.

Напишите справочно-информационный текст на английском языке по одной из предложенных тем:

1. Президент Аргентины Хавьер Милей
2. Министр иностранных дел Великобритании Дэвид Кэмерон
3. Израильско-палестинский конфликт
4. Ситуация вокруг Йемена

Объем: 1-1,5 страницы (до 4 тыс. знаков).

Тайминг: Время на выполнение задания – 72 часа (включая поиск информации и непосредственное написание текста).

К проверке принимаются только файлы. **Ответы внутри текстового поля не проверяются.**

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx).

При прикреплении файлов напечатайте / скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикрепленном документе»

Критерии оценивания

1. Наличие значимых цифр, фактов, деталей, позволяющих понять актуальность темы. **До 25 баллов.**
2. Аргументированная логика изложения, связность и целостность материала. **До 25 баллов.**
3. Наличие разнообразных источников, свидетельств очевидцев и мнений экспертов. **До 25 баллов.**
4. В работе отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, речевые, смысловые и логические ошибки (допустимы две опечатки). **До 25 баллов.**

Референсы:

<https://tass.ru/info/19327741>

<https://ria.ru/20231120/mks-1910470270.html>

При написании заметки следите за основными принципами написания материалов:

- разнообразие использованных источников информации;
- логика и последовательность изложения;
- наличие значимых цифр, фактов, деталей;
- точность в изложении материала;
- грамотность англоязычного текста (отсутствие систематических орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических ошибок; позволительно наличие двух-трех опечаток в одном тексте).

Пример справочного текста на русском языке

СПРАВКА – День сурка в США

МОСКВА, 2 фев – РИА Новости. День сурка отмечается в США в четверг.

Ниже приводится справочная информация.

Ежегодно 2 февраля в США традиционно отмечается День Сурка (Groundhog Day).

Согласно поверью, в этот день нужно внимательно следить за сурком, вылезающим из своей норы, чтобы узнать, когда наступит весна. Если день солнечный и сурок видит свою тень, то зима продлится еще шесть недель. Если же зверек не увидит своей тени, то есть день пасмурный, – весна будет ранняя.

Медиакоммуникации

Эта традиция уходит корнями в далекое прошлое. 2 февраля в Древнем Риме отмечался День ежа. Метеорологический прогноз в тот день строился по поведению разбуженного ежа, который видел или не видел свою тень. Народы Западной Европы сохраняли эту традицию и в более поздние периоды. В северной Германии в это время пробуждался барсук. Там он служил весенне-зимним барометром. Обычай был завезен европейскими переселенцами в Соединенные Штаты. В новых условиях "работа" метеоролога перешла к сурку.

До середины 1880-х годов День сурка был лишь приметой, но 2 февраля 1886 года в Панклатоне (штат Пенсильвания) в местной газете появилась шуточная заметка: "Сегодня День сурка, и, согласно данным, полученным нашими корреспондентами, зверек не увидел свою тень. Значит, скоро наступит весна".

В статье также было указано лучшее место, где сурок точнее всего предсказывает погоду, – Индюшачья горка на окраине города. В следующем году 2 февраля там собралась толпа местных жителей, жаждавших узнать прогноз погоды. Потом редактор городских новостей Клаймер Фрис, опять же в шутку, объявил о создании панклатонского Клуба сурка.

В начале 1888 года для сурка построили домик на Индюшачьей горке.

Имя животному подобрали не сразу. Вначале это был просто "Сурок из Панклатона", позже его называли Питом, а потом Филом. Официальное имя сурка звучит так: Фил из Панклатона (Punxsutawney Phil) – ясновидец из ясновидцев, мудрец из мудрецов, предсказатель из предсказателей и выдающийся провидец погоды. Городок Панклатона носит гордое название "Всемирная столица погоды".

Ежегодная церемония 2 февраля нарушает зимний сон зверька. Празднование начинается еще ночью громкой музыкой и грохотом фейерверков. Утром, ровно в двадцать пять минут восьмого, на глазах у тысяч людей, наблюдающих за зрелищем как вживую, так и по телевизору или интернету, члены "Клуба друзей Фила" в смокингах и цилиндрах вытаскивают сурка из норки, и он делает прогноз. По легенде Фил нашептывает прогноз членам клуба на особом сурочьем языке, а те уже излагают его в понятной людям форме. Затем Фила помещают на специальную сцену, чтобы все желающие могли на него посмотреть, после чего следует фотосессия и тур в центр города, где проходят праздничные гуляния. Только в конце дня Фил возвращается домой.

Церемонию по случаю Дня сурка отменяли в Панклатоне лишь в 1942 году. Менее чем через два месяца после удара японской авиации по Перл-Харбору устраивать шоу сочли неуместным.

Всемирная слава к Филу пришла в 1993 году после выхода на экраны американской кинокомедии "День сурка" с Биллом Мюрреем и Энди МакДауэл в главных ролях.

С 2010 года в Панклатоне стали продавать билеты на "завтрак с Филом", где гости могут не только сфотографировать разбуженного сурка, но и предложить ему орешек. Также появилась возможность получить прогноз Фила в виде sms на мобильный телефон.

В последние годы День сурка в США приобрел "зеленое" звучание. Ряд экологических организаций и обществ защиты животных выразили возмущение обычаем будить спящее животное, утверждая, что это вредно для его организма, а обилие публики, фото- и телекамер вгоняют сурка в нервный стресс. Не желая прерывать народную традицию, защитники прав животных предлагают вместо живого сурка использовать муляж или изготовить робот.

Фил – не единственный сурок-предсказатель США. Среди животных, которые предсказывали погоду, – Ти-бой (T-boy the nutria) в Новом Орлеане из Луизианы, Штормовой сурок (Stormy Marmot) в Колорадо, на острове Лонг-Айленд в штате Нью-Йорк, Вудсток Вилли в Иллинойсе, Баки Чак (Buckeye Chuck) в Огайо и другие.

Многочисленные конкуренты обитают и в соседней Канаде. Наиболее известным из них был Виартон Вилли (Wiarthon Willie) из города Уайартон, который умер в 2017 году в возрасте 13 лет. На смену ему пришел сурок Ви Вилли (Wee Willie).

Сравнение прогнозов сурков показывает, что они никогда не сходятся во мнении: примерно половина из них всегда предсказывает близкую весну, вторая половина – продолжение холодов.

По другим данным, прогнозы сбываются в 40% случаев, но от сурка и не ждут точных результатов: это просто праздник. Организаторы мероприятия надевают фраки, цилиндры, шляпы, поют гимн, маршируют, остальные танцуют, пьют кофе, едят пончики и веселятся.

В 2022 году Фил из Панклатона увидел свою тень, и это означало, что будет еще шесть недель зимы.

ТРЕК «СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» ТРАЕКТОРИЯ «ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ» ЗАДАНИЕ 5 (100 БАЛЛОВ)

Выполните это задание или перейдите к другой траектории.

Напишите аналитический журналистский материал, основанный на данных, по одной из предложенных тем:

1. Туризм и путешествия
2. Потребительские привычки
3. Стихийные бедствия

Объем: от 6 тыс. до 10 тыс. знаков (активные ссылки на дополнительные источники данных не включаются в установленный объем материала).

Тайминг: Время на выполнение задания – 72 часа (включая поиск и работу с данными и непосредственное написание текста).

К проверке принимаются только файлы. **Ответы внутри текстового поля не проверяются.**

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx).

При прикреплении файлов напечатайте / скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикреплённом документе»

Критерии оценивания

1. Участник выбирает актуальную тему, которая при этом может быть исследована и описана при помощи данных. В материале автор не повторяет уже существующие исследования на эту тему, а предлагает новый взгляд или исследует ранее не описанный аспект темы. **До 15 баллов.**
2. Участник корректно отбирает данные, анализирует их, вычленяет значимые показатели, корректно их интерпретирует. Источники данных указаны, методы обработки данных приведены. **До 20 баллов.**
3. Участник корректно визуализирует данные, выбирает правильные типы графиков, понимает, какие данные необходимо визуализировать, какие визуальные метафоры уместны. Визуализации выполнены точно при помощи уместных инструментов. Визуализации корректно размещены в тексте, аннотированы и оформлены. **До 20 баллов.**
4. Все представленные автором факты проверены, достоверны. Участник опирается на различные источники, все они корректно указаны. **До 20 баллов.**
5. Материал изложен логично, последовательно, в материале есть чёткая структура повествования. **До 10 баллов.**
6. В работе отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические, речевые, смысловые и логические ошибки (допустима одна опечатка). **До 15 баллов.**

Референсы:

<https://journal.tinkoff.ru/otdaj-nalogi-stat/>

<https://www.reuters.com/graphics/DISNEY-100/HISTORY/znvnmzgjvl/>

Материал должен включать:

1. Заголовок – студент должен сформулировать заголовок, исходя из выбранной темы.
2. Текст, согласно правилам построения нарратива.

Медиакоммуникации

3. Визуализация данных/интерактивная инфографика. Включите полученную визуализацию в текст аналитического материала, где это будет уместно. Интерактивную инфографику, созданную в онлайн сервисах, разместите в виде активной ссылки на опубликованную визуализацию в конце материала. **Визуальное представление данных для материала должно быть выполнено автором лично.**

4. Активные гиперссылки на использованные источники.

При составлении материала следите за основными принципами:

- корректность отбора и интерпретации данных;
- умение создать аналитический материал на основе данных (аналитический дата-сторителлинг);
- качество визуального представления темы, соответствие инфографики выбранной теме;
- релевантность и обоснованность выбора инструментов, полнота проработки визуальной и технической составляющих проекта;
- стиль и логика изложения, грамотность.

Вопрос 6

Балл: 100,00

ТРЕК «СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА» ТРАЕКТОРИЯ «ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: НОВОСТИ, КОММЕНТАРИИ, АНАЛИЗ» ЗАДАНИЕ 6 (100 БАЛЛОВ)

Выполните это задание или перейдите к другой траектории.

Участнику олимпиады необходимо написать синопсис проекта делового медиа или медиапроекта деловой направленности.

Синопсис должен быть оформлен как единый документ в формате реферата. В нем должен титульный лист оформленный в соответствии с ГОСТ, оглавление, общая содержательная часть, в которой бы сообщалось о сути проекта, подробная информация об предполагаемой целевой аудитории проекта, форматах и жанрах, которые автор предполагает ввести в проект, площадках и платформах (если это сайт, то какие механики будут задействованы? если это влог, то как он будет реализован). Отдельной главой идет обзор референсов из медиасферы, а также учебной, научной или научно-популярной литературы по экономике, которая помогла автору написать синопсис. Кроме того, автор должен отразить уникальное торговое предложение (УТП) проекта.

В заключении автор должен расписать план запуска проекта – на какие деньги проект будет жить? сколько людей нужно для запуска? какие этапы автор предполагает совершить для выпуска проекта? какую бизнес-модель он выбирает для проекта? (автор может подключить другие темы для заключения и обзора этапов запуска).

Объем: от 5 до 8 стр.

Тайминг: Время на выполнение задания – 72 часа (включая поиск информации и непосредственное написание текста).

К проверке принимаются только файлы. **Ответы внутри текстового поля не проверяются.**

К проверке принимаются только файлы MS Word (.doc, .docx).

При прикреплении файлов напечатайте / скопируйте и вставьте в поле ответов фразу «Выполненное задание в прикреплённом документе»

Критерии оценивания:

Заключительный этап Олимпиады студентов и выпускников «Высшая лига» 2023-2024 уч.г.

Обоснование выбора темы.

1. Наличие информационного повода или обоснование важности медиапроекта полного цикла.
2. Пояснение формата предполагаемого проекта (сайт, лендинг, влог, серия подкастов, канал в социальном медиа). Пояснение визуального сопровождения проекта (как визуально планируется выпустить работу) Пояснение использования разных технологических платформ. (например, AR/VR, интерактивной инфографики, виджетов (360)).
3. Пояснение относительно целевой аудитории и референсов.
4. Обзор этапов запуска проекта.
5. Работа выполнена по стандартам классического реферата, представляет собой единый текст, составленный по ГОСТ (<https://vc.ru/u/1409375-margo-van/624012-oformleniya-referata-po-gostu-2023-shablon>). Грамотность текста (возможны две опечатки).

За каждый критерий можно получить по 20 баллов. Максимальный балл – 100 баллов.

Референсы:

Новости РБК: <https://www.rbc.ru/>

Новости ТАСС: <https://tass.ru/>

При написании синопсиса следите за основными принципами написания материалов:

Обоснование выбора темы:

- наличие информационного повода или обоснование важности медиапроекта полного цикла;
- пояснение формата предполагаемого проекта (сайт, лендинг, влог, серия подкастов, канал в социальных медиа). Пояснение визуального сопровождения проекта (как визуально планируется выпустить работу) Пояснение использования разных технологических платформ. (например, AR/VR, интерактивной инфографики, виджетов (360));
- пояснение относительно целевой аудитории и референсов;
- обзор этапов запуска проекта;
- работа выполнена по стандартам классического реферата, представляет собой единый текст, составленный по ГОСТ (<https://vc.ru/u/1409375-margo-van/624012-oformleniya-referata-po-gostu-2023-shablon>). Грамотность текста (возможны одна-две опечатки).

Литература и медиа для подготовки:

Блумберг о Bloomberg. М.: Сколково, 2018.

Введение в деловую журналистику / Под общ. ред.: М.В. Зеленцова. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2023.

Казун А.Д., Байтимерова С.И., Богомазова Л.В., Григорьева Е.А. Проблемы российской экономической журналистики // Медиаальманах. 2018. Т. 88. № 5. С. 82-91.

Казун А.Д. Как экономика в новостях влияет на новости в экономике? Обзор теорий о специфике и роли экономических дискуссий в СМИ // Экономическая социология. 2017. Т. 18. № 3. С. 97-129.

Ясин Е.Г. Российская экономика: истоки и панорама рыночных реформ. Курс лекций. М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2002.

Список актуальных телеграм-каналов для постоянного мониторинга:

РБК - https://t.me/rbc_news

Коммерсантъ - <https://t.me/kommersant>

Ведомости - <https://t.me/vedomosti>

Bloomberg (официальный англоязычный) - <https://t.me/bloomberg>

Bloomberg (неофициальный русскоязычный) - <https://t.me/Bloomberg>

Раньше всех. Ну почти - <https://t.me/bbbreaking>

Банк России - https://t.me/centralbank_russia

РЭШ - https://t.me/nes_official

На какие проекты автор может ориентироваться (включить их в список референсов нельзя, это только для ориентации по проектной части):

Студенческое медиа полного цикла "Экономическая жвачка"

Мультимедийные проекты "Центральные банки и другие финансовые регуляторы: как они работают?", "Словарь начинающего делового журналиста"