



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации**

Олимпиада школьников РАНХиГС

Заключительный этап

Класс: 11

Профиль: ЖУРНАЛИСТИКА

Фамилия: КУРБАТОВА

Имя: ЕКАТЕРИНА

Отчество: ПАВЛОВНА

Страна: РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Регион: ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

09

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА





1 вариант

- 1) Правда
- 2)
- 3)
- 4) Санкт-Петербургские ведомости
- 5) 1Б 2Б 3А
- 6) Мусы Аджамиль
- 7) РБК
- 8) А
- 9) Б
- 10) В

~ 4

Как сделать региональные
СМИ популярными?

«У тебя есть всего три секунды,
чтобы получить внимание зрителя!» — слышу





Я от первого попавшегося видео в рекомендациях Тикток. Очередной "эксперт" рассказывает о лайфхаках в контенте. В моей голове проносятся мысли о том, что времени в маленьком видеоролике содержится все информация для грамотной стратегии продвижения. Надо разбираться глубже! Как, например, сделать региональные СМИ популярными? Что поможет отвлечь пользователей от федеральных каналов?

Сейчас средства массовой информации существуют не только в традиционном виде. У каждого издания ~~есть~~ есть своя интернет-версия. Я думаю, именно на этом и нужно делать акцент, ведь по статистике Mediascore 85% россиян регулярно пользуются всемирной паутиной. Региональными СМИ стоит использовать возможности нашего времени: размещать материалы на виртуальных порталах, а как средство коммуникации ~~брать~~ брать социальные сети. Но важно учитывать особенности медиапотребления разных площадок. Просто дублировать материал - не эффективно.

• Что сейчас происходит с пользователями?

Из-за большого количества каналов новостей люди ~~каждый раз~~ испытывают информационную перегрузку. Это состояние человека, когда он больше не в силах потреблять и обрабатывать информацию.





Как результат - вырабатывается клиповое мышление. Дочка психологического факультета МГУ, Рикель, считает, что обществу легче воспринимать короткий, удобно упакованный, яркий контент. Это мышление противопоставлено системному, которое было у людей до цифровизации. Поэтому ~~важный~~ сложный, аналитический, длинный материал в социальных сетях не привлекает внимание.

• Какой контент тогда выкладывать региональным изданием?

1) Информейтинг

Подана информации через развлечение зародилась еще в 1970х годах, но активно развивается сейчас в интернете. Например, организация моего региона АНО «Молодежь Южного Урала» активно использует этот прием в своем телеграм-канале. Под видом популярных трендов они акцентируют молодежные события. Региональные редакции могут использовать мемы, аллюзии, культурный код для того, чтобы с одной стороны вызвать положительные эмоции у аудитории, с другой - рассказать новость

2) Переупаковка контента

У разных форматов - разные зрители. Один цифровой можно разбить на несколько



единицу контента. Так, журнал Индекс Практика «Kog» переписал свой ~~подкаст~~ подкаст с главой Индекса Лавки в статью. Издание уловило и любителей аудиопередач и почитателей текстов. Решение для региональных СМИ: интервью с высокими лицами городов, лидерами мнений, известными спортсменами и т.д. разбивать на посты-молнии в телеграм, карточки ВКонтакте, короткие вертикальные видео в VK-клипах, подкасты.

3) Использование технологий

С развитием digital-сферы появилось много возможностей для спец-проектов. Спустя год после наводнения на Дальнем Востоке в 2013 году, Первый канал организовал широкимедийный проект про это событие. Сайт состоит из инфографики, фото- и видеоматериалов, документов и сопровождается звуками, записанными при наводнении. Таким образом, у читателей возник эффект присутствия. А интерес общества к технологиям виртуальной и дополненной реальности подтвержден нашумевшим выходом Apple Vision Pro или концертом Егора Крида в Ростове, собравшим тысячи зрителей. Редакциям региональных новостных порталов тоже стоит использовать все возможности цифрового мира. Такой контент соберет широкий охват, привлечет новую аудиторию и подтолкнет её к созданию UGC-контента (ведь крутой проект – хороший инфоповод для блогеров).





• Где ~~и~~ ^{уже} учиться создавать контент?

Неважно, будь вы журналист регионального издания или блогер, необходимо следить за трендами и тенденциями индустрии. Помощь в этом могут тематические телеграм-каналы (например, Setters Media) и издания, курсы, спец-проект. Одна из работ РБК — «Медиакавалитор» Проект погружает в мир медиа: от стажировок в агентстве до информации про цифровой джетокс. Изучив этот сайт, специалисты смогут лучше ^{нашикануть} разобраться в профессии.

• Что в итоге?

Для достижения популярности региональным СМИ стоит подстраиваться под современные тенденции: знать поведение пользователей, их интересы, упаковывать информацию про свои мессенджеры разнообразно. Одним словом — идти в ногу со временем.

Вот и мне пора идти. Куда? Кистать ленту в Тикток... Време расслабиться...





№3

Противостояние менталитетов. Специальный репортаж о начале войны между Россией и Японией

1) Накануне великих событий

Какое положение у России во внешней политике? Напряжение между Россией и другими государствами. Описание народной жизни (создание эффекта присутствия). Как общество относится к императору и внешней политике России?

2) Предпосылки

Развитие отношений России и Японии последних лет. Какие конкретные события повлияли на ~~начало~~ начало русско-японской войны? Что инициировал император?

3) Ход событий

Как объявили о начале русско-японской войны? Как проходило первое столкновение? Какие требования выдвигали стороны?





4) Интервью с Витие, государственным деятелем

а) Насколько ожидаемо для государственного аппарата было начало войны?

б) Как вы можете прокомментировать первое столкновение?

в) Какой стратегии будет придерживаться император

г) Что будет в случае краха России?

д) Какое значение, по вашему мнению, это событие будет иметь для России?

5) Интервью с Горьким, литератором и общественным деятелем

а) Как к началу войны относятся революционеры?

б) Какое впечатление на вас произвело первое столкновение?

в) Что русско-японская война принесет в российское общество?

г) Как начало войны повлияет на вашу деятельность?

д) Какой, по вашему мнению, русско-японская война отразится на Отечественной литературе?





6) Что дальше?

Какие вызовы делают современники по поводу политики России? Прогноз последствий? Какие общественные настроения прослеживаются ~~после~~ после начала русско-японской войны?

~ 2

Смерть великой женщины. Какой была старуха Матрёна?

— Добрый день, уважаемые зрители! Вас приветствует паблик "Район Online". Сегодняшний день мы начинаем с печальных новостей. Утром стало известно о смерти Матрёны. В нашем районе она известна ~~за~~ своим тихим трудом и бескорыстным отношением к окружающим. Прямо сейчас мы направляемся к месту, в котором она провела всю жизнь. Смотрите эфиром с друзьями и задавайте интересные вопросы в комментариях! Разберемся со всем вместе!

— Как мы видим, Матрёну окружало обычное русское устройство. ~~Возможно~~ именно это придавало ей силу духа. А вы как думаете?





О причинах смерти мы сообщим тогда, когда узнаем достоверную информацию. А пока, узнаем

~~у соседей~~ у соседки Матрёны, какой она была в жизни?

— Добрый день! Мы паблик "Район Online", пишем о местных новостях. Выражаем соболезнование по поводу потери соседки. Не могли бы вы поделиться особенностями её жизни?

Соседи: Ох, Матрёна... Всегда помогал, выручал в трудных ситуациях. Представьте, взяли много не просила! Жаль, что таких людей в мире стало на одного меньше...

— Спасибо, что рассказали! Хорошего дня! А я тем временем выношу ~~вопрос~~ вопрос в чате. Иван спрашивает: "Можно ли Матрёну назвать олицетворением всей души русских крестьян?" Иван, я думаю, так и есть! Прекрасная половина России часто отдает себя в жертву. В себе они несут любовь к миру, семью, настоящую, душевную.

— Для подписчиков, которые подписались позже, напоминаем - это наша старуха Матрёна. Благодарим за внимание! С вами была группа "Район Online". Подписывайтесь, ведь у нас самые свежие районные новости. До новых встреч!

