



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: ЩЕЛОКОВА

Имя: ДАРЬЯ

Отчество: АЛЕКСАНДРОВНА

Страна: РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Регион: КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

ВСЕГО СТРАНИЦ

10

ПОДПИСЬ УЧАСТНИКА

Щелкова Дарья





Вариант 1.
Задание №4. Тема: Как сделать реги-
ональные СМИ популярными?

Дорогу регионам: секреты популярности
средств массовой информации

Каждое моё утро начинается с
изучения ~~актуальной повестки~~ ^{актуальной повестки} как только
я просыпаюсь, сразу беру в руки
телефон и открываю либо Телеграм
канал, например, "Кемеровский",
либо сайт РБК. За завтраком ме-
ня могут увлечь ~~новости~~ ^{новости} на те-
левизионном канале "Россия 1",
а по дороге в школу на машин-
ке я вслушиваюсь в ~~дайджест~~ ^{последних событий}
какой-либо федеральной радио-
станции. Неравно и задумываюсь:
я в курсе почти каждого собы-
тия страны, но про новости
родного края - Кемеровской области
не знаю ничего - почему? Я заш-
ла на сайт NGS.42, ~~и~~ ^и послуша-
ла радио "Кузбасс" и поняла, что
они меня совсем не привлекают.
Про региональные СМИ друзья бли-
жайшие ~~областей~~ ^{областей} тоже ничего
не слышно. ~~Итак~~ ^{Итак} что же с
ними не так? Какие прави-
ла и советы нужно сле-
довать, чтобы СМИ, чтобы
стать успешными и популярными?



Секрет
Министерство №1. Разнообразие - не безобразие

Еда, спорт, современные технологии,
мода - это лишь малая часть тех,
которые пищут журналисты The New



York Times. Именно поэтому, ~~и~~ это аме-
риканское СМИ считается самым
цитируемым, в шире, согласно ста-
тистике. ^{нужно} Областная телеканала не
~~делает~~ ^{тематика} делать передачи только
на общественно-политическую ~~тему~~,
а сайты тоже не должны быть ^{услугой}
только развлекательным спортом. Секрет
популярности таких средств массо-
вой информации, как The New York
Times, - это, в том числе, многообра-
зие, широкий выбор тем.

Секрет 2. Яркое и полезно
~~информационное~~ ~~информационное~~ ~~информационное~~
Решенные СМИ зачастую боятся
нового, что пагубно сказывается
на их рейтингах в эпоху циф-
ровизации. Им необходимо внедрять
в свои материалы "информационно"
то есть сообщать ~~то~~ полезную
информацию и яркую подачу. Жи-
вел можно брать с журнала "Книжки
от Андрея Практуция", которого нор-
мально ~~и~~ ~~дрого~~ ~~нужно~~ пояснить чи-
тателям ~~то~~ в своих статьях
когнитивные искажения на ~~разных~~
картинках с котиками. Пожале-
йте и с верти-
кальными короткими видео, как
это делала "Новая газета" (и-
менно лицензия в РФ). Журналист-





то в регионах должны чётко понимать, какие в Интернете последние тренды, и применять их в своей работе.

^{Секрет}
Вывод 23. Народ любое СМИ спасёт

~~В~~ Популярное средство массовой информации постоянно взаимодействует со своей аудиторией, что особенно характерно для онлайн-изданий. Никита Слюжков в научной статье «Интернет-СМИ и особенности их функционирования» пишет, что для медиа ~~характерен~~^{свойственен} принцип интерактивности: он заключается в том, что общественно-значимые материалы рядовых пользователей быстро становятся источником актуальных новостей для крупных СМИ и даже информагентств. Работа с графическими журналистами, издания, телеканалы и радиостанции увеличивают количество своего материала и повышают оперативность, что помогает им стать более цитируемыми.

СМИ даже не обязательно создавать свой материал на основе информации, предложенной аудиторией. На свои сайты можно просто добавить раздел, где компетентные в какой-либо сфере



пользователи будут публиковать ~~статьи~~ статьи. Так уже делают журнал "Сноб" и интернет-издание "Мед".

Восточнейшее взаимодействие с аудиторией привлекает больше людей.

Секрет §4. Новое старое

Ясно, что региональные СРМ не
являются развитием в Интер-
нете. Но как им помочь, если
основными каналами связи для
них являются традиционные ТВ,
печать? ~~и другие~~ Всё просто: из-
за того, что большинство пот-
ребителей контента в наше
время обращают внимание на мо-
мент, то есть сканенно запощи-
вать информацию ~~фактически~~ об-
разами и фрагментарно, нужно
делать акцент именно на уни-
кальности и яркости. Тем самым
в ~~этом~~ случае поможет гра-
фика. ~~В~~ ~~К~~ Директор канала "ЧЕ!"
Елена Карпенко призналась, что
в ~~наш~~ ^{своем} проекте "Антишляхи" эр-
екто ~~и~~ создавались с помощью
искусственного интеллекта, поэ-
тому от них не оторвать взгляд.
СРМ должны любыми способами
добиваться яркой картинки, чтобы





привлекать. По тому же принципу
свернут действовать и печатной пре-
се. — ~~есть~~ делать такие обложки,
чтобы ~~из~~ ^{из} хотелось купить.
Шош огромное количество человек
в 2019 году покупали яркие ~~обложки~~
~~некоторые~~ "Коммерсантъ", РБК и другие га-
зеты, но которая белыми раз-
ноцветными буквами было на-
писано "Анатолий Иванович". Их преоб-
режали даже с целью коллекциониро-
вания, но экземпляров продажась
много. Чем ярче, тем лучше —
это правило, которое нужно
руководствоваться всем ^{региональным} ~~РГН~~ в
наше время.

Чтобы стать популярными и чи-
таемыми, региональные СМИ не
нужно перестраивать структуру
своей редакции или по-другому
"изворачиваться". Достаточно
просто найти свой ~~ядро~~ ^{опорный} и
~~базис~~ ^{персонал} персонал и поработать
материала и темы и "Вести.
Кузбасс" и точно будет пользо-
ваться и ценительную газету
почитать.

Задание 52.

Уши навсегда: прямой эфир для





сообщества «Шум города»

(~~Ка~~ Корреспондент стоит на фоне рельсов. Камера направлена на него)
Репортер: ~~Матрёна~~ ^{Приветствую вас} ~~Матрёна~~ ^{Матрёна}, дорогие зрители. Это ^{ВКонтакте} ~~пришло~~ включение сообщества «Шум города». Я нахожусь на железной дороге, ~~на~~ ^{на} месте страшной трагедии, ~~где~~ ^{где} буквально полчаса назад погибла воспитанница нашего города - Матрёна Шинюфеевна. Если хотите узнать подробности происшествия, оставайтесь с нами.

(Поезд движется вронь путей и рассказывает. Камера за ними)

Репортер: Седьмичная темная ночь не позволяет нам показать Вам, в каком состоянии после трагедии находится переезд, но, поверьте, зрелище страшное: всюду одиночки трактора, поезда и... ~~человеческое~~ ^{человеческое} тело... Я вижу, что к нашей трансляции присоединилось уже много зрителей, так что самое время рассказать, что же случилось.

Матрёна Шинюфеевна пошла по поезду, пока бегала за трактором. Эта машина перевозила в соседнюю деревню часть её дома. За рулём был один её воспитанник. ~~Вот~~ ^{Вот} си-



Чтобы картина прочиталась, да-
вайте возьмём комментарий как
раз у водителя транспортного средства
(камера на зрел.) Вместе с подпиской

— ~~Здравствуйте~~ Здравствуйте. Знаете, меня сейчас ~~не~~ окупывает шок от неоптичности, но я попробую что-нибудь Вам рассказать.

4. (Опрашиваемый помещен в широкое, отвечает с сомнением)

— Есть ли отрицательные волны?

— Мы понимаем. Но что Вы подразумева-
ете, когда говорите, что слышите, что-то

не так?

— Ой, не нравится мне эти Ваши рожки. И так горько на душе, ещё и журналисты пристают!

— Пожале, Вы всё-таки не в духе сейчас... Мы благодарим Вас за уделённое время.

(Интервьюер уходит подальше. Камера на него)

Репортёр: Вот так могут выглядеть серьезные потрясения на психику людей... К сожалению, деталей мы так и не узнали, но мы постараемся собрать как можно больше информации по делу и рассказать Вам в нашем утреннем эфире.

Судя по комментариям в чате, Вы ждёте подробностей! Подписывайтесь на «Шум города», чтобы не пропустить материалы по делу о Матрёне. Но скорее всего встреча!

Задание №1.

- | | |
|---|-----------------------|
| 1) Лодзь | 6) — |
| 2) Зейналова Зейналова | 7) РБК РБК |
| 3) Министерство Министерство массовой информации | 8) А |
| 4) Собака.ру Собака.ру | 9) Б |
| 5) 1В 2Б 3А | 10) Б |



Задание 23.

Название: ~~Новый этап: война с восточными~~ ^{соседами}

1) Вступительные слова, информирующие о начале русско-японской войны. Важно упомянуть дату и место начала боевых действий.

2) Информирование о причинах и предпосылках событий. Были ли между Японией и Российской империей войны до этого? Какие отношения были между странами последние годы, месяцы? ~~Что это~~ Какова обстановка накануне ситуации?

3) Детализировать ход начала военных действий. Кто был инициатором? Каково соотношение сторон? Где сейчас разворачиваются ~~действительные~~ события?

4) Интервью с Николаем II, российским императором:
• как проходит подготовка армии к ~~войне~~ ^{боевым действиям}?
• как Вы сохраните боевой дух военных?
• как Вы считаете, насколько сильна и боеспособна армия противника?
• какой ~~тактика~~ ^{тактика} тактики придерживаются войска Российской империи?
• какие преимущества есть у ~~Вашей~~ ^{Вашей} армии?

5) Интервью с ~~Антонием~~ ^{Антонием} ~~Павловичем~~ ^{Чегова} ~~Павловичем~~ ^{Павловичем}, писателем:
• какая Ваша реакция на начало войны?
• насколько затяжной, на Ваш взгляд, будет война?
• как события 27 января могут отразиться на ^{ответственной} императоре?
• как Вы думаете, кому удастся победить?
• как быстро новость о войне разойдется по столице?

6) Финал: рассуждения о возможных действиях обеих сторон, о предполагаемых исходах.

