

ТВОРЧЕСКАЯ КОМАНДИРОВКА



ПЧ 1_1

ПЕРЕМОТКА

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Легенда: Директор одной школы обратилась к нам с идеей-просьбой. В ее школе есть незанятое пространство-рекреация. Кстати, в этой же школе работают медиаклассы. Да и сама директор — большая поклонница медиажурналистики. И ей бы очень хотелось создать уникальное пространство в стенах школы, посвященное истории медиа.

Одновременно агентство НАШпресс открывает сетевой межшкольный проект «Перемотка», в который привлекает креативные школы, флагманов медиаобразования с тем, чтобы на их базе открыть рекреации, посвященные истории медиа. Как все совпало!

Готовый продукт: Школьные креативные пространства, посвященные истории медиа.

Ваша задача: Придумать сетевой проект, с помощью которого в разных школах (и даже в вашей, если захотите) появятся креативные пространства с моделями, инсталляциями, «штучками», изделиями из разных материалов, связанными с историей медиа.

1. Что будет представлять собой это пространство?
2. Как будут смотреться рекреации — прорисовать схему.
3. Как будут выглядеть экспонаты, из каких материалов они будут изготовлены, какими способами?
4. В чем будет заключаться проект как таковой (подробности, детали, секреты, штрихи и штрих-пунктиры)


Хронометраж 3 мин

ТВОРЧЕСКАЯ КОМАНДИРОВКА



ПЧ 1_2

ЭЛЕМЕНТАРНО, КОЛЛЕГА!

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

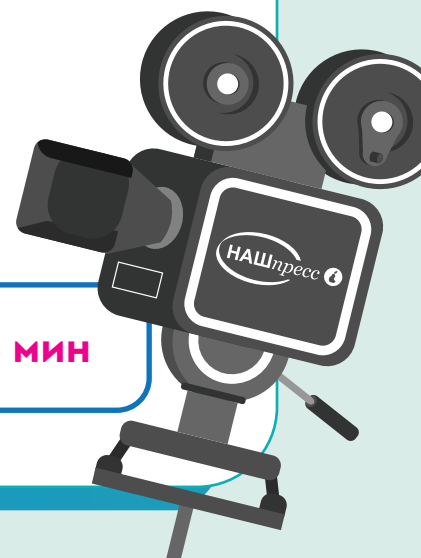
Легенда: Директор одной школы обратилась к нам с просьбой придумать минипособия — такие, которые удобно носить даже в кармане, а в рюкзаке уж точно. И чтобы они были красочные. Короткие и емкие. С картинками.

Содержание: инструкции и мануалы по ценным вопросам. Директор не назвала какую-то четкую тему, ей просто хотелось сделать подарок ребятам, и чтобы у них были под рукой полезные напоминалки из цикла «всегда пригодятся». Поговорив с директором, мы остановились на «карточках на колечке». Маленький формат, крепкая бумага, скрепляющее кольцо — носи хоть в кармане, хоть на пальце.

Готовый продукт: Коллекция карточек в помощь эффективному медиажурналисту.

Ваша задача: Помочь начинающему журналисту быть эффективным.

1. Придумать темы (допустим, для 12 серий карточек. В каждой серии — предположим, 24 карточки).
2. Одна серия — одна тема. Примеры тем: разминка перед съемкой; техники запоминания; планирование дня; как снять стрит-ток; как покорить вселенную, не привлекая внимание; правила этикета в театре; зарядка для глаз. Любые!
3. Как будут выглядеть карточки? Что будет на лицевой стороне, а что на обороте?
4. Предложите директору механику распространения карточек. Например, отдать в школьную библиотеку, дарить ребятам за заслуги. Или что-то оригинальнее.
5. При запуске проекта опишите «картинку», как все это будет выглядеть.


Хронометраж 3 мин

ТВОРЧЕСКАЯ КОМАНДИРОВКА



ПЧ 1_3

МАШИНА МЕДИАВРЕМЕНИ

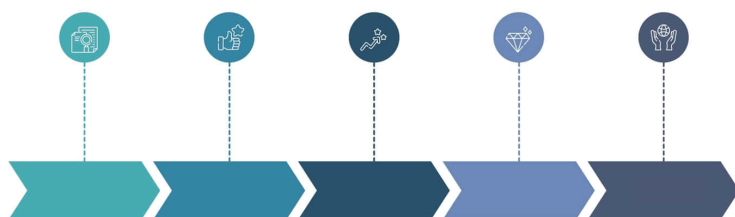
НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Легенда: К нам обратился директор школы, в которой только что сделали ремонт. Школа красивая и пока пустая, необжитая. Кстати, в этой же школе есть медиаклассы. Директор загорелся идеей сделать в коридорах что-то типа панно, тайм-лайнов, которые расскажут об истории появления телефона. Почему телефона? Директор считает, что это самое важное изобретение в медиа, ведь оно связано со средствами связи, а человечеству в целом связей как раз не хватает.

В это же время агентство НАШпресс открывает проект «Машина медиавремени». Для школ, которые хотят украсить свои стены полезной, красивой и современной информацией по истории медиа.

Готовый продукт: Тайм-лайн на стену, панно или другие интересные тематические интерактивные информационные зоны.

Ваша задача: Предложить директору концепцию такого продукта.



1. Придумайте идею. Что это будет? Стена, пол, потолок или все вместе?
2. Как избежать «порчи» имущества (той же стены).
3. Ваше видение — как будет выглядеть будущий тайм-лайн (панно...)? Картинки и текст, их раскрывающий? Объемные предметы? Фактура, которую можно потрогать руками?
4. Тематика — телефон или что-то другое?
5. Опишите «картинку», как все это будет выглядеть вместе (в день торжественного открытия проекта).

Хронометраж 3 мин



ТВОРЧЕСКАЯ КОМАНДИРОВКА



ПЧ 1_4

ПРЫЖОК В ПРОШЛОЕ

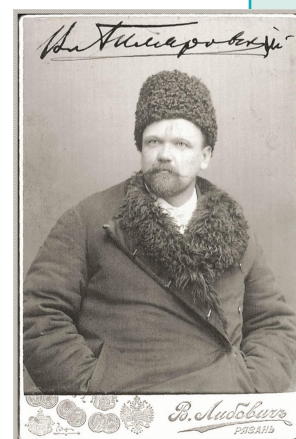
НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Легенда: В агентство НАШпресс пришло письмо от директора школы. В юности она вдохновлялась знаменитым репортером Владимиром Гиляровским и мечтала поступить на журфак МГУ, но отдала свое место подруге: у них были одинаковые баллы. Сама пошла в пед и стала учителем литературы. Прошло больше 30 лет.

Любовь к журналистике директор бережно хранит и в свободное время читает биографии знаменитых публицистов. Ей важно, чтобы имя дяди Гиляя продолжало жить для молодого поколения. Директор уже в возрасте и не разбирается в контенте для подростков. Зато в школе открылся медиакласс, и ей очень хочется, чтобы дети сделали проект, какого еще не было. Не просто сюжет, подкаст, лонгрид — а с изюминкой.

Готовый продукт: Журналистский прыжок во время Владимира Гиляровского.

Ваша задача: Придумать трендовый проект о Гиляровском, который потом станет основой других проектов о знаменитых журналистах. Например. Пусть авторы побывают в том времени и разузнают, какие секреты были у Гиляровского, справедливо ли его считают королем репортажа.



1. Где вы побываете? В редакции газеты, в полицейском участке, на сенсационном событии, на месте преступления (Гиляровский - мастер криминального репортажа), а может, в московском трактире конца XIX века (поест он очень любил).
2. Откуда будете брать информацию, что может стать источником для вашего проекта, чтобы не повторить заезженные сведения?
3. Кто поможет вам узнать о герое? Почему именно эти люди?
4. Формат. Что это будет? Подкаст, «хрип», «прямые включения» из прошлого, или вы придумаете что-то свое, необычное.

Хронометраж 3 мин



ТВОРЧЕСКАЯ КОМАНДИРОВКА



ПЧ 1_5

МЕДИАПОДРОСТОК 2026

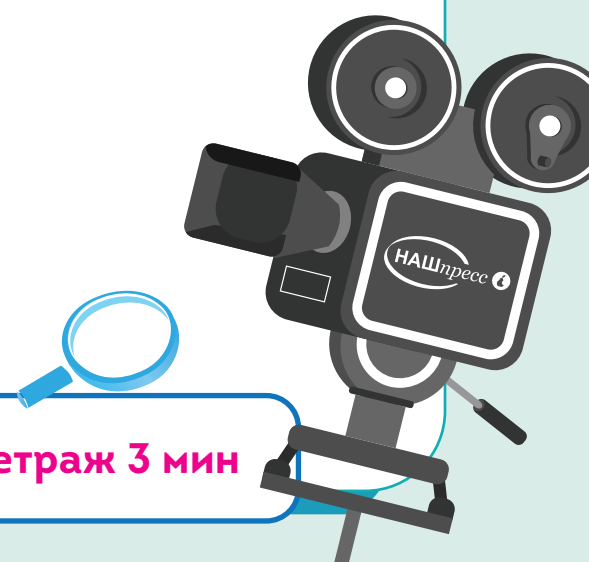
НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Легенда: Агентство НАШпресс много лет проводит исследование с целью составить портрет среднестатистического медиаподростка. Это вопросы про опыт ребят в медиасфере, их приоритеты, ценности и интересы, проблемы и сложности, с которыми сталкиваются тинейджеры, какой техникой и какими программами они владеют, что умеют, есть даже вопрос про внешность.

Готовый продукт: Лонгитюдное исследование-опрос «Медиатинейджер 2026»

Ваша задача: Представить, что вы авторы такого проекта. Спроектируйте, каким должно быть исследование, чтобы стать по-настоящему полезным для его участников.

1. На какие вопросы оно должно дать ответ?
2. Какие разделы включить в анкету?
3. Как вы будете добиваться, чтобы как можно больше медиадетей приняли участие в исследовании?
4. В чем может быть интерес школ и педагогов? В чем мотивация ребят?
5. Какие пути приведут к важности и актуальности исследования?

МЕДИАПОДРОСТОК
2025
Хронометраж 3 мин