



Тема третьего тура Медиатона

Блиц-опрос (корреспондент в кадре и за кадром)

Блиц-опрос в журналистике – это узкотематическое интервью с участием большого количества респондентов. Основной целью является сбор информации о взглядах и мнениях, существующих в обществе. Задача журналиста при проведении блиц-опроса – не только вызвать расположение интервьюируемых, но и привлечь к теме внимание широкой аудитории. Тщательно продуманный образ корреспондента и узнаваемое интро для ролика может вам в этом помочь.

Задача для участников 3 тура

- Во третьем туре Медиатона участникам предстоит снять, смонтировать и озвучить *блиц-опрос* и сопроводить его подводкой (в начале) либо отводкой (в конце).
- Продумать образ корреспондента, который сможет заинтересовать зрителей и привлечь внимание к теме. Образ, стиль, манера ведения программы, речевые приемы, особенности поведения, атрибуты и др. стилевые приметы – этим всем занимаются на съемках специальные люди. Вы можете среди своего окружения найти таких помощников (обязательно указать их в титрах) или всем заняться сами. Придумать речевые формулы для начала и финала речи корреспондента, которые вы будете использовать и в следующих турах.
- Желательно, чтобы опрос соответствовал выбранной в начале сезона теме. Сразу планируйте, какой фрагмент войдет в финальную работу (рубрику или программу) в конце сезона.
- Необходимо использовать кадры разной крупности (не менее 6-ти для уровня С и В, и не менее 4-х для уровня А).
- Начните или завершите ролик заставкой *интро* (визитка вашей студии или вашей команды, или кадры «проходки» ваших корреспондентов, анимированная графика, краткая видеонарезка; – причем если вы включите в интро [логотип Медиатона](#), то можете заменить начальную заставку своей). Можно использовать лого вашей студии, фото участников команды.
- Хронометраж с начальной заставкой и титрами, не более 130 сек. Рекомендуемый – 100 сек.

ИНТРО!

Чтобы завоевать симпатии зрителей, вам предстоит разработать собственный бренд. Что является брендом в медиапроизводстве? Это узнаваемая заставка, то есть ИНТРО. Ваша задача – придумать и сделать для своего проекта запоминающуюся заставку, которая бы соответствовала заявленной теме и работала бы на узнаваемость ваших продуктов.

Спецзадание: включить в работу заставку – интро. Длительность от 5 до 10 сек. Заставка должна стать запоминающейся и узнаваемой для всех роликов, которые вы будете делать в течение сезона.

Для уровня А: снять, смонтировать блиц-опрос и сопроводить его подводкой (в начале) либо «отводкой» (в конце). В ролике должны быть представлены не менее 4 крупностей планов и закадровый текст. Спецзадание: завершить ролик финальной визиткой команды – заставкой (графическим мини-роликом, слайд-шоу или короткой видеонарезкой с участниками).

Для уровня В: снять и смонтировать блиц-опрос и сопроводить его подводкой (в начале) либо «отводкой» (в конце). В ролике должны быть представлены не менее 5 крупностей планов и закадровый текст.

Для уровня С: снять, смонтировать и озвучить Блиц-опрос и сопроводить его подводкой (в начале) либо отводкой (в конце). В ролике должны быть представлены не менее 6 крупностей планов и закадровый текст.

Структура ролика

1. Начальная заставка Медиатон и титр с названием сюжета ¹ – 5 сек.
2. Начало сюжета (самые яркие кадры) – ≈ 10 сек
3. Интро – 5–10 сек.
4. Сюжет – 70-95 сек.
5. Титры со сведениями об авторах ролика: имена, фамилии, названия образовательных организаций; сведения об использованных произведениях (аудио, видео, литература) – до 10 сек.
6. Бекстейдж (по желанию). В общий хронометраж не входит.
7. Финальная заставка Медиатон (обязательно). В общий хронометраж не входит.

Ссылка на ролик с интро.

Отдельно прикрепить ссылку на интро без ролика.

Детализация

Сроки	Ноябрь 2021
Тема	Выбранная для освещения в течение сезона
Жанр	Блиц-опрос (корреспондент в кадре и за кадром)
Техническое обеспечение	Любое съемочное и осветительное оборудование
Спецзадание	Интро заставка (графический мини-ролик, слайд-шоу или короткая видеонарезка с участниками).
Монтаж	Соблюдать базовые принципы монтажа. Использовать от 4 до 6 крупностей планов
Пожелания	• Разработайте режиссерский сценарий. Продумайте локации, последовательность, содержание и крупности планов. • Начинайте подготовку к соревнованиям не позже, чем за две недели до тура. • В фотогусеницу Медиатон на портале закачайте хорошие фотографии, показывающие вашу работу на туре (фотоактивность участников учитывается при подведении итогов года).
Хронометраж	Всего не более 130 сек. с начальной заставкой, титрами и основным сюжетом, и визиткой команды (рекомендуемый: до 100 сек.)
Формат кадра	Горизонтальный, соотношения сторон 16 х 9, Full HD 1920х1080, либо в HD 1280х720
Кодек	h.264
Контейнер	*.mp4
Куда закладывать работы	Страница « Старт-участник »

Почитать-посмотреть к туру

[Что такое интро и почему без него не обойтись](#)

Полезные ссылки

- [Логотип «Медиатон»](#)
- [Заставки Медиатон для роликов](#)
- [Презентация «Крупность планов»](#)
- [Требования к титрам](#)

¹ Важно: в соответствии с правилами текст титра должен занимать не более 60–70% ширины экрана. Иными словами, охранное поле вокруг текста или графики должно составлять 20% пустого поля с каждой стороны экрана. Единые нормы на использование в телевизионном изображении титров, субтитров, цифровых часов и других оперативных надписей. Приказ МПТР РФ от 12.07.2002 п 134. Ссылка: <https://zakonbase.ru/content/part/64202?print=1>