



Видеоурок

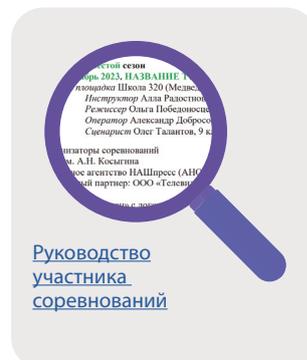


Задание

В тележурналистике материалы группируются по разным жанрам и видам. В новом сезоне «Медиатона» предлагаем вам попробовать себя в самых разных направлениях — от классических телевизионных до видеоблогерских, от традиционных до авангардных. А еще вы сможете придумать и свой, новый формат. Вас ждет увлекательное путешествие!

**ЗАДАНИЕ на КАЖДЫЙ ТУР — ОДИНАКОВОЕ**

Ниже вы видите две таблицы: **1.** Тематические направления **2.** Жанры. В каждом туре выберите одно тематическое направление и один жанр, в них вы будете развивать тему. Можно выбрать и «свою тему» или «свой жанр», которые не представлены в таблице. Или вы можете выбрать один и тот же жанр и тему на все туры.



**1. ТЕМАТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ**

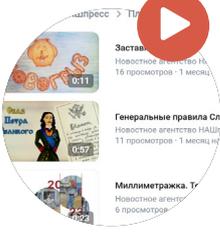
Тематические направления	Название рубрики	Тематические направления	Название рубрики
<input type="checkbox"/> 1. Дом / уют		<input type="checkbox"/> 16. Психология	
<input type="checkbox"/> 2. Достижения / рекорды		<input type="checkbox"/> 17. Путешествия	
<input type="checkbox"/> 3. Животные		<input type="checkbox"/> 18. Развлечения	
<input type="checkbox"/> 4. Здоровье		<input type="checkbox"/> 19. Родной край	
<input type="checkbox"/> 5. Знаменитости		<input type="checkbox"/> 20. Своими руками	
<input type="checkbox"/> 6. Игры		<input type="checkbox"/> 21. Семья	
<input type="checkbox"/> 7. История		<input type="checkbox"/> 22. Спорт	
<input type="checkbox"/> 8. Кино		<input type="checkbox"/> 23. Техника	
<input type="checkbox"/> 9. Кулинария		<input type="checkbox"/> 24. Хобби	
<input type="checkbox"/> 10. Культура		<input type="checkbox"/> 25. Школа	
<input type="checkbox"/> 11. Музыка		<input type="checkbox"/> 26. Экология	
<input type="checkbox"/> 12. НАШпресс		<input type="checkbox"/> 27. Экстрим	
<input type="checkbox"/> 13. Наука		<input type="checkbox"/> 28. Юмор	
<input type="checkbox"/> 14. Незнвестданное / Мистика		<input type="checkbox"/> 29. Языки	
<input type="checkbox"/> 15. Профессии		<input type="checkbox"/> 30. Своя тема	

Выбрав тематическое направление, напишите рядом с ним название своей рубрики и переходите к следующей таблице.

Выбирайте жанр, читайте описания и смотрите примеры-референсы.

## 2. ЖАНРЫ

*Внимание. Референсы — не образцы для подражания, они лишь визуализируют какую-то мысль, идею или приемы, о которых идет речь в задании.*

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <p>1. <b>Акция</b><br/>Яркое событие, вовлекающее большое количество людей. На портале «Школьная пресса» акции проходят постоянно, в них участвует много команд. Выбирайте «свою» акцию и становитесь ее флагманом</p> | <br><b>Акция «ШколаСентябрь»</b>   | <p>6. <b>Клип</b><br/>Короткие сюжетные ролики. Обычно имеют «дробный» монтаж, и в них часто используются спецэффекты</p>   | <br><b>Клип «Кафешка» на песню Любаши</b>   |
| <p>2. <b>Влог</b><br/>Видеодневник, в котором авторы публикуют информацию о своей повседневной жизни, мыслях, делах, увлечениях</p>  | <br><b>Рубрика «Что бы почитать?» (ОТР)</b>  | <p>7. <b>Лайфстайл</b><br/>Формат видеодневника. Автор рассказывает о своей жизни, иногда даже показывает свой дом, знакомит с друзьями, семьей, делится мыслями и впечатлениями</p>              | <br><b>Карина Чернова о своей большой семье</b>   |
| <p>3. <b>Гайд</b> (от англ. guide)<br/>Инструкция, путеводитель, мануал, гид. Как поставить замок, выбрать тетрадку, решить проблему с ноутбуком или сделать логотип</p>   | <br><b>Как выучить стих наизусть?</b>  | <p>8. <b>Мастер-класс</b><br/>Видеоурок от мастера. Школа юного диктора, минералогия в деталях, делаем шоколадные конфеты с оригинальными обертками, затачиваем световой меч...</p>               | <br><b>Мастер-класс «Как нарисовать кошку»</b>  |
| <p>4. <b>Игра / конкурс</b><br/>Участники в игровой форме сражаются за обладание призами. На портале LGO.ru проходит малая большая игра (МБИ). Совместите полезное с приятным придумайте свои раунды</p>               | <br><b>«Один против всех» (телеигра)</b>   | <p>9. <b>Миллиметражки</b><br/>Несколько коротких веселых роликов, совмещающие видео и мультипликацию и объединенные в цикл. Снимайте сразу сериал для Марафона школьных СМИ России!</p>          | <br><b>Плейлист «Миллиметражки», агентство НАШпресс</b>                                 |
| <p>5. <b>Интервью</b><br/>Вариант разговорной передачи «в лицах». В интервью журналист задает вопросы и с их помощью развивает тему</p> <p><a href="#">Почитать про интервью</a></p>                                   | <br><b>Интервью с режиссером Юрием Норштейном (студия журналистики «YorkinsClass», Москва)</b> | <p>10. <b>Обзор/ Видеообзор</b><br/>Список для обзора не ограничен: кино, книги, проекты, ролики, картины, товары, услуги, события, люди и их деятельность. Ведущий показывает и рассказывает</p> | <br><b>Реальная комедия: «Мистер Блейк к вашим услугам» (студия ШКИТ, Нижний Тагил)</b> |

11. Подкаст  
Ведущие в кадре  
обсуждают разные  
темы, приглашают  
к себе гостей,  
разговаривают  
с ними



**Радиопередача «Путешествие  
в безопасность» (дети и МЧС)**

16. Реалити  
Показ действий людей  
в жизненной  
обстановке: зритель  
следит за тем, как  
герои преодолевают  
препятствия



**Кондитер. Дети  
(3 сезон 16 выпуск)**

12. Познавательный сюжет  
Ролики про факты  
и явления, научные  
достижения,  
интересные биографии  
или для [проекта «Реки  
и люди»](#) ([о водоемах  
России](#))



**Знаешь — научи  
Алиса Ким, Королев**

17. Социальный ролик  
Привлечение  
внимания к жизненно  
важным проблемам  
и нравственным  
ценностям



**Пей воду  
Креативное бюро  
агентства НАШпресс**

13. Постановочный сюжет  
Импровизация сведена  
к минимуму, режиссер  
контролирует все  
аспекты съемки.  
Результат —  
качественное,  
проработанное  
до мелочей  
маленькое кино



**Почему не тонут корабли?  
Студия ШКИТ, Нижний Тагил**

18. Скетч  
Комедийная ситуация.  
Пример —  
телевизионная  
программа  
«Шесть кадров»,  
сериал ШКЛТ

14. Пресс-конференция  
Специальное  
мероприятие для  
СМИ по какому-либо  
серьезному поводу,  
спикеры дают свои  
комментарии  
или доводят  
до журналистов  
информацию



**Большая  
пресс-конференция  
Дмитрия Миляева  
детям в лагере  
«Новая волна»**

19. Советы / Лайфхаки  
Обучающие видео,  
содержащие секреты  
мастерства, хитрости  
и различные подсказки

15. Распаковка  
Это история в трех частях:  
завязка (обзор коробки),  
действие и конфликт  
(Что внутри? Как открыть  
коробку? Понравится ли  
мне то, что там находится?  
Что с этим будем делать?)  
и развязка (обзор того,  
что находится в коробке,  
но для того, чтобы узнать  
что-то новое)



**Распаковка стола  
с секретным отсеком**

20. Социальный  
эксперимент  
Снять ситуацию  
скрытой камерой,  
чтобы посмотреть,  
как на нее реагируют  
участники. Кто  
из прохожих поможет  
упавшей пенсионерке,  
кто спасет котенка



**Спортивный патруль  
Медиа студия  
«Серебряный марс»,  
Луганск**

21. Стрит-ток  
Уличный опрос

[Почитать про стрит-токи](#)



**Зачем нужны псевдонимы?**  
Детская студия «Телеидея»,  
Москва

26. Челлендж  
Участники выполняют различные сетевые задания: облиться ледяной водой, съесть что-либо на скорость



**Челлендж «Здоровый блогер»**, детская студия «Телеидея», Москва

22. Сюжет-портрет  
Жанр телевизионной документалистики, рассказывающий о герое, его увлечениях, достижениях, жизни



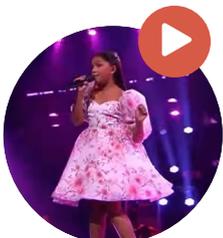
**Мальчик-геолог**

27. Эксперимент  
«Проверено на себе». Журналист превращается в активного участника ситуации, которую исследует и по ходу этого исследования подробно описывает свои впечатления и наблюдения



**Делаем вулкан дома**, Академия видео «Ты», Нижний Новгород

23. Телешоу  
Развлекательная телевизионная передача



**Голос. Уже не дети.**  
Анастасия Рагинская

## Свой вариант

На портале Igo.ru вы найдете многочисленные примеры с интересными заданиями для рубрик и проектов

24. Ток-шоу  
Телепередачи-дебаты, споры на проблемные темы. Аудитория или приглашенные эксперты делятся на «за» и «против»



**Ток-шоу «О наблевшем. Новые подростковые зависимости»**

25. Флешмоб  
Яркое коллективное действие



**Флешмоб по-русски**

## Наша хрестоматия

### Что такое пилот

Пилотный выпуск (телепередачи) или просто «пилот» — пробный выпуск, специально снятый для демонстрации телепередачи потенциальному заказчику (телеканалу).

Он делается для того, чтобы понять, что именно предлагается снимать, будет ли программа (телесериал) интересна зрителям, а также, чтобы продать его студии.

Пилотный выпуск часто становится и первым, в случае успешных съёмок.

После просмотра пилота руководство телеканала или студии должно решить два вопроса:

- Стоит ли запускать передачу.
- Ставить ли пилот в эфир.

Именно поэтому пилот должен содержать все элементы будущего цикла, а именно

1. Название
2. Единое графическое оформление (шапки, плашки, отбивки).
3. Все рубрики, которые в дальнейшем предполагается делать в программе.
4. Ведущий, если их предполагает формат (тут надо заметить, что иногда случается, что ведущий пилота один, а в дальнейшем ведущим становится другой человек).
5. В пилоте должен четко читаться формат и тематика.
6. Для пилота всегда выбирают наиболее яркие и выигрышные истории.

### Что такое заявка и зачем она нужна

**Заявка** — документ, с которого начинается производство телепрограммы.

Она пишется в произвольной форме, но есть несколько обязательных пунктов. Обозначаются тема и идея, логлайн (краткое изложение сути сценария), герои и персонажи, жанр, хронометраж, место съемки, необходимая техника и время реализации замысла. Нередко говорят о формате передачи. Прочитав заявку, человек должен примерно представлять, что он увидит в итоге. Поэтому очень важно указать приемы создания фильма.

### О чем еще можно написать в заявке

1. Об актуальности темы. О чем и зачем вы хотите рассказать зрителю; почему важно сейчас поднять эту тему, показать этого героя; почему зритель должен увидеть ваш материал — 1–2 абзаца.
2. Чуть подробнее об истории: что именно вы хотите показать; в каком ракурсе раскрыть тему — 1–2 абзаца.
3. Организационно-технические моменты: предполагаемый хронометраж готового произведения, необходимые технические ресурсы, возможные места съемок и т.п. Всё, что вы считаете важным для запуска проекта в производство.

### Графическое оформление программы на ТВ

**«Шапка»** — начальная графическая заставка с названием телепрограммы.

**Шпигель** (нем. Spiegel — зеркало) — начальная часть тележурнала с анонсами главных тем.

**«Шторка»** — появляющийся и исчезающий элемент оформления.

### Имидж телеведущего. Индивидуальный бренд

При формировании имиджа телеведущего следует учитывать два аспекта:

Внешний аспект:

- внешний вид;
- манера поведения и стиль речи;
- голос.

«Внутренний» аспект:

- артистизм;
- коммуникация со зрителем;
- миссия.

### Что почитать

#### Сценарная заявка на телепередачу



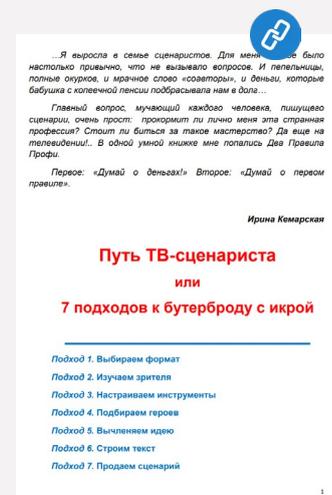
[Сценарная заявка на телепередачу](#)



[«Вот такое телевидение» Александра Гольдбурта](#)



Ирина Кемарская



[Путь ТВ-сценариста или 7 подходов к бутерброду с икрой](#)

### Разработка личного бренда ведущего

Заполните графы, дайте ответы

#### Легенда

История, образ, — что должен знать зритель о вас как о ведущем

---



---



---

#### Миссия

Главное послание, которое передается зрителю через ведущего. То, ради чего выходит передача

---



---

Прочитал много книг, знает латынь



Путешественник, слушает тяжелый рок

Любит ежиков



А что можно сказать о вас?



#### Портрет аудитории

Пол, возраст, интересы, стиль жизни, способы получения информации. Какие проблемы испытывает ваша целевая аудитория, и как вы будете их решать

---



---



---

#### Цель

Не будет цели — останется только намерение. Определите то, чего вы хотите достичь




---



---



---



Составьте фоторобот представителя вашей реальной и идеальной целевой аудитории

Портрет А



Портрет В




---



---



---



---



---



---



---



---

## Содержание программы

Основные темы, о которых вы будете говорить

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Содержание всегда конкретно:  
о чем, как, где, кто.

## Тематика

Запишите ваши темы. Нарисуйте линии, связывающие тематику программы с ее содержанием и рубриками

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

## Рубрики

№	Хрон	Название	Примечания
1			
2			
3			
4			
5			



Сочетайте глобальные, серьезные рубрики с рубриками-«передышками». Большие рубрики поддерживайте малыми, легкими



Свободный



Академический



«Спина английской королевы»

А что можно сказать о вас?

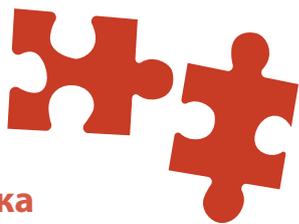


## Манера ведения

Запишите ключевые характеристики подачи

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Подача материала ведущим — то, что отличает передачу от других и делает ее любимой или нелюбимой, запоминающейся или неприметной



### Лексика

Ваши фирменные обороты, словечки, которые легко запомнятся и «уйдут в народ»

---

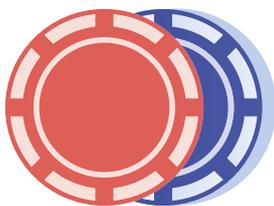


---



«Этот мир интересней, чем вам кажется!»

«Нет ничего более постоянного, чем временное»



### Речевые формулы

Если начинать или завершать программу одной и той же удачной фразой, ваш постоянный зритель запомнит ее и будет повторять

---



---



---



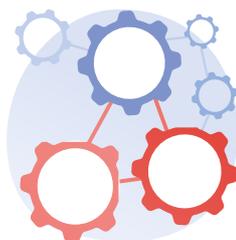
### Типаж (амплуа)

Разработайте характер своего персонажа. Особенно это пригодится, если ведущие работают в паре. Чтобы взаимодействие в кадре стало интереснее и ярче, создайте каждому свой образ

---



---



### Ассоциации, связанные с образом ведущего

Ассоциативные связи лучше формировать самим, чтобы они не возникли случайно и «не те»

---



---



---



---

### Сильные и слабые стороны

Запишите, чем вы гордитесь, что в вас хорошего. А также моменты, которые нужно аккуратно обойти. Если это по несколько пунктов, расставьте акценты, разграничьте основные и второстепенные направления.

---



---



---



---



Шеф-повар всяя Руси



## Бриф на разработку фирменного стиля телепередачи

<p>1 Ответственный за заполнение брифа</p>	
<p>2 Название телепередачи</p>	
<p>3 Краткое описание (атрибуты бренда и такое описание, чтобы зрители могли четко ассоциировать телеканал с личностью)</p>	
<p>4 Главное обещание (самое важное сообщение целевой аудитории)</p>	
<p>5 Рубрики (контент)</p>	
<p>6 Целевая аудитория (кто адресат послания, портрет потребителя)</p>	
<p>7 Основные конкуренты (их преимущества и недостатки, их методы продвижения, мнение зрителей)</p>	
<p>8 Фирменный стиль</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Фирменные цвета</li> <li>• Шрифт</li> <li>• Слоган</li> <li>• Герой или символ</li> <li>• ...</li> </ul>	
<p>9 Какие элементы нужно разработать</p>	
<p>10 Примечания (комментарии, которые могут помочь в разработке стиля)</p>	

## Общие сведения о программе (сюжете)

Название программы

Длительность программы

мин. сек.

Ведущие

Реквизит

## Содержание программы (сюжета)

Начальная заставка

Общее описание самого первого кадра (что будет в кадре)

## Эпизод 1: название

### Описание эпизода: коротко

№	Текст подводки / действие ведущего	Что происходит в кадре	Комментарии (что поднять)
1.1			
1.2			
1.3			

**Эпизод 2:** название**Описание эпизода:** коротко

№	Текст подводки / действие ведущего	Что происходит в кадре	Комментарии (что поднять)
2.1			
2.2			
2.3			

**Эпизод 3:** название**Описание эпизода:** коротко

№	Текст подводки / действие ведущего	Что происходит в кадре	Комментарии (что поднять)
3.1			
3.2			
3.3			

**Эпизод 4:** название**Описание эпизода:** коротко

№	Текст подводки / действие ведущего	Что происходит в кадре	Комментарии (что поднять)
4.1			
4.2			
4.3			

**Эпизод 5:** название**Описание эпизода:** коротко

№	Текст подводки / действие ведущего	Что происходит в кадре	Комментарии (что поднять)
5.1			
5.2			
5.3			