



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

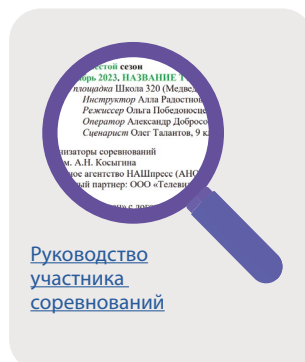
Ниже вы видите две таблицы: **1. Тематические направления** **2. Жанры**. В каждом туре выберите одно тематическое направление и один жанр, в них вы будете развивать тему. Можно выбрать и «свою тему» или «свой жанр», которые не представлены в таблице. Или вы можете выбрать один и тот же жанр и тему на все туры. Хронометраж ролика — до 180 сек.

1. ТЕМАТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Тематические направления	Название рубрики
☐ 1. Дом / уют	
☐ 2. Достижения / рекорды	
☐ 3. Животные	
☐ 4. Здоровье	
☐ 5. Знаменитости	
☐ 6. Игры	
☐ 7. История	
☐ 8. Кино	
☐ 9. Кулинария	
☐ 10. Культура	
☐ 11. Музыка	
☐ 12. НАШпресс	
☐ 13. Наука	
☐ 14. Незннведенное / Мистика	
☐ 15. Профессии	

Тематические направления	Название рубрики
☐ 16. Психология	
☐ 17. Путешествия	
☐ 18. Развлечения	
☐ 19. Родной край	
☐ 20. Своими руками	
☐ 21. Семья	
☐ 22. Спорт	
☐ 23. Техника	
☐ 24. Хобби	
☐ 25. Школа	
☐ 26. Экология	
☐ 27. Экстрим	
☐ 28. Юмор	
☐ 29. Языки	
☐ 30. Своя тема	

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



[Руководство участника соревнований](#)

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.

1.

Акция
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



Акция «ШколаСентябрь»
2.

Влог
Видеодневник, в котором авторы публикуют информацию о своей повседневной жизни, мыслях, делах, увлечениях



Рубрика «Что бы почитать?» (ОТР)
3.

Гайд (от англ. guide)
Инструкция, путеводитель, мануал, гид. Как поставить замок, выбрать тетрадку, решить проблему с ноутбуком или сделать логотип



Как выучить стих наизусть?
4.

Игра / конкурс
Участники в игровой форме сражаются за обладание призами. На портале LGO.ru проходит малая большая игра (МБИ). Совместите полезное с приятным придумайте свои раунды



«Один против всех» (телеигра)
5.

Интервью
Вариант разговорной передачи «в лицах». В интервью журналист задает вопросы и с их помощью развивает тему

[Почитать про интервью](#)



Интервью с режиссером Юрием Норштейном (студия журналистики «YorkinsClass», Москва)
6.

Клип
Короткие сюжетные ролики. Обычно имеют «дробный» монтаж, и в них часто используются спецэффекты



Клип «Кафешка» на песню Любаши
7.

Лайфстайл
Формат видеодневника. Автор рассказывает о своей жизни, иногда даже показывает свой дом, знакомит с друзьями, семьей, делится мыслями и впечатлениями



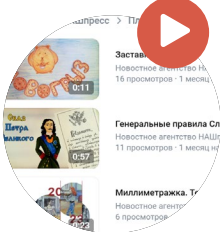
Карина Чернова о своей большой семье
8.

Мастер-класс
Видеоурок от мастера. Школа юного диктора, минералогия в деталях, делаем шоколадные конфеты с оригинальными обертками, затачиваем световой меч...



Мастер-класс «Как нарисовать кошку»
9.

Миллиметражки
Несколько коротких веселых роликов, совмещающие видео и мультипликацию и объединенные в цикл. Снимайте сразу сериал для Марафона школьных СМИ России!



Плейлист «Миллиметражки», агентство НАШпресс
10.

Обзор/ Видеообзор
Список для обзора не ограничен: кино, книги, проекты, ролики, картины, товары, услуги, события, люди и их деятельность. Ведущий показывает и рассказывает



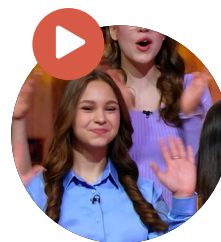
Реальная комедия: «Мистер Блейк к вашим услугам» (студия ШКИТ, Нижний Тагил)

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 ШКЛП

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**

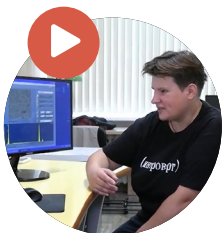
21. Стрит-ток
Уличный опрос

[Почитать
про стрит-токи](#)



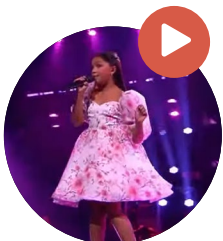
Зачем нужны псевдонимы?
Детская студия «Телеидея»,
Москва

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



Мальчик-геолог

23. Телешоу
Развлекательная телевизионная передача



Голос. Уже не дети.
Анастасия Рагинская

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



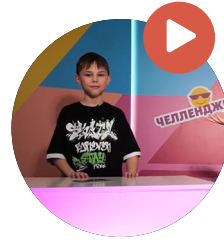
**Ток-шоу
«О наблевшем.
Новые подростковые
зависимости»**

25. Флешмоб
Яркое коллективное действие



Флешмоб по-русски

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



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

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

Свой вариант

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

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

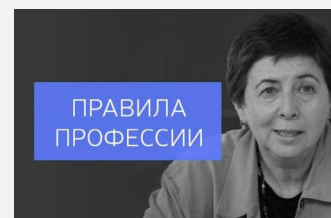
Сценарная заявка на телепередачу



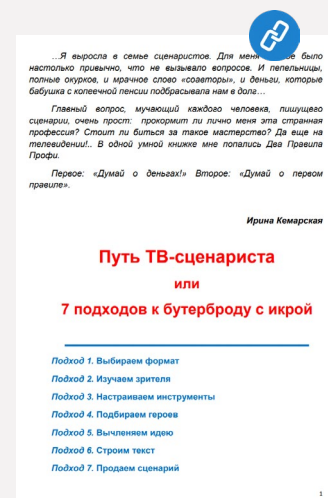
[Сценарная заявка на телепередачу](#)



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



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



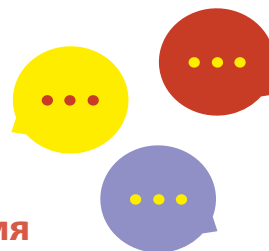
Любит ежиков



А что можно сказать о вас?



Составьте фоторобот представителя вашей реальной и идеальной целевой аудитории



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

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





«Этот мир интересней,
чем вам кажется!»

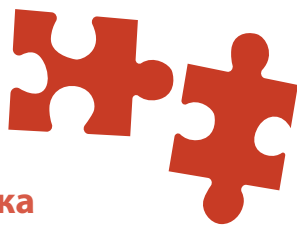
«Нет ничего более
постоянного, чем
временное»



БЕРЕГИТЕ СЕБЯ И СВОИХ БЛИЗКИХ

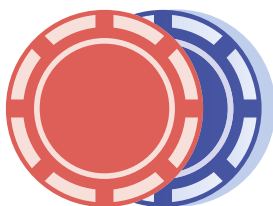


Шеф-повар всяя Руси



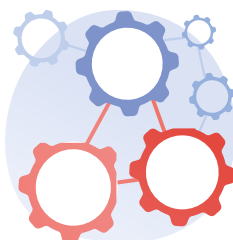
Лексика

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



Речевые формулы

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



Ассоциации, связанные с образом ведущего

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



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



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.

Одежда

Приметный аксессуар

Жесты

Преобладающие цвета

Резюме

Бриф на разработку фирменного стиля телепередачи

1	Ответственный за заполнение брифа	
2	Название телепередачи	
3	Краткое описание (атрибуты бренда и такое описание, чтобы зрители могли четко ассоциировать телеканал с личностью)	
4	Главное обещание (самое важное сообщение целевой аудитории)	
5	Рубрики (контент)	
6	Целевая аудитория (кто адресат послания, портрет потребителя)	
7	Основные конкуренты (их преимущества и недостатки, их методы продвижения, мнение зрителей)	
8	Фирменный стиль • Фирменные цвета • Шрифт • Слоган • Герой или символ • ...	
9	Какие элементы нужно разработать	
10	Примечания (комментарии, которые могут помочь в разработке стиля)	

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			