

УДК 070

Составитель И.А. Михайлов

Рецензент

Кандидат филологических наук Н.И. Степыкин

Тенденции развития региональной журналистики:
методические указания к практическим занятиям и СРС/ Юго-Зап.
гос. ун-т; сост. И.А. Михайлов, 2021. 37 с.

Методические указания к практическим занятиям и СРС для преподавателей и студентов по дисциплине «Тенденции развития региональной журналистики» разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования для направления подготовки 42.04.02 Журналистика. Методические указания содержат систему вопросов и заданий для закрепления теоретических знаний, вопросы для самоподготовки студентов, дополнительный материал и выстроенную систему практических заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Практические занятия, представленные в рецензируемом пособии, направлены на формирование профессиональных компетенций, а также на закрепление полученных на лекционных занятиях знаний об основных понятиях и концепциях функционирования региональных СМИ.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. Уч.-изд.л. Тираж 100 экз. Заказ Бесплатно 534
Юго-Западный государственный университет

ВВЕДЕНИЕ

Необходимость построения представленной системы практических занятий в значительной степени определяется спецификой самого курса «Тенденции развития региональной журналистики», который входит в систему вузовской подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

Основной целью практических занятий является формирование у студентов целостного представления о тенденциях развития региональной журналистики, ее типологических, структурно-тематических и жанровых разновидностях, значении региональных СМИ в общем информационно-коммуникационном пространстве. Последовательность практических занятий определяется последовательностью лекционного материала.

Практические занятия направлены на формирование профессиональных компетенций, а также на закрепление полученных на лекционных занятиях знаний об основных понятиях и концепциях функционирования региональных СМИ, об общественно значимых периодических изданиях, теле- и радиоканалах (особенности функционирования, жанрово-тематическая направленность и т.д.) Курской области и умения их анализировать, на овладение навыками типологизации различных СМИ, на формирование у студентов представления о тенденциях развития региональных СМИ, на привитие навыков владения основами методологии исследования коонтента СМИ.

В рамках предлагаемой системы практических занятий происходит актуализация проблемно-деятельностного подхода к журналистскому образованию, в частности, к овладению практическими навыками и приемами анализа специфики организации работы региональных СМИ разных типов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Введение. Миссия региональной журналистики

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Региональные СМИ сегодня: дизайн и содержание. Взаимодействие местных редакций с властью и обществом. Реформирование системы региональных СМИ. Миссия региональной журналистики как духовно-практической, социально ответственной деятельности. Что такое «качественная» информация сегодня?

Цель:

формирование представлений студентов о специфике работы региональных СМИ в современных реалиях социального государства и цифровой трансформации информационного пространства.

Задачи:

закрепление знаний о профессиональных стандартах сотрудника редакции СМИ;

формирование представлений о системе региональных СМИ в современной России;

знакомство с экономической стороной журналистской информации на примере региональной прессы;

расширение представлений студентов как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. В чем главные отличия региональной прессы в эпоху цифровизации СМИ от областных и районных изданий конца XX века.
2. Что такое «ответственная» и «качественная» региональная журналистика?
3. Взаимодействие редакций СМИ с муниципальными и региональными властями.
4. В чем социальная миссия местных средств массовой информации.
5. Как реализовывать профессиональные стандарты сотруднику редакции СМИ на региональном уровне.
6. Журналистская информация и экономические реалии регионального информационного рынка.

7. Проблемы формата, проблемы юридической грамотности, проблемы и рентабельности среднестатистической районной редакции.
8. Сертифицирование журналистской профессии: «за» и «против».
9. Региональные государственные медиа-холдинги в регионах ЦФО.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагмент статьи Тулупова В.В.(Воронеж). ...Состоялось учредительное собрание региональной общественной организации «Гильдия аналитических журналистов» (The Guild of Analytic Journalists) в составе доцента кафедры теории и практики журналистики журфака ВГУ Р.В. Жолудя, собкора в Черноземье газеты «КоммерсантЪ» В.В. Инютина, обозревателя отдела общественно-политической информации газеты «Коммуна» В.В. Казанова, корреспондента газеты «Воронежский Курьер» А.В. Прыткова, руководителя отдела специальных проектов газеты «Берег» А.С. Пылева, воронежского журналиста Д.Н. Пыркова, экономического обозревателя газеты «Молодой коммунар» А.Г. Саубанова, декана факультета журналистики ВГУ В.В. Тулупова и главного редактора издания «"Коммерсантъ" в Черноземье» А.А. Цветкова.

На собрании был принят Устав организации и избран Совет ГАЗ (GAJ). Согласно Уставу, Гильдия «является творческим общественным объединением, не связанным с какой-либо идеологией, политическим направлением или религиозным учением». Деятельность Организации основывается на принципах добровольности, равноправия, самоуправления и законности, является гласной.

Цели и задачи новой журналистской организации связаны с:

- консолидацией профессионального сообщества представителей СМИ, специализирующихся в сфере аналитической журналистики; консолидацией профессиональных ресурсов и повышением творческого мастерства молодых журналистов;

- повышением качества аналитической журналистики; совершенствованием профессиональных стандартов журналистского мастерства;

- содействием профессиональной творческой деятельности воронежских журналистов, реализующих принципы свободы массовой информации, гарантии права граждан на оперативное получение всесторонней и достоверной информации через средства массовой информации;

- совершенствованием критериев социальной ответственности СМИ; содействием укреплению общественного доверия к средствам массовой информации;
- аккумуляцией и распространением позитивного опыта творческого взаимодействия СМИ;
- защитой прав и свобод журналистов, их профессионально-творческих интересов, авторских прав и деловой репутации;
- осуществлением просветительской деятельности; повышением информированности населения о политической, экономической, социальной, культурной и иных значимых сферах жизни общества;
- содействием распространению в СМИ идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека;
- профилактикой социально-опасных форм поведения граждан; содействием укреплению толерантности в обществе; утверждением идеи недопустимости проявлений ксенофобии, национализма и экстремизма;
- развитием институтов гражданского общества; повышением уровня саморегулирования СМИ; расширением взаимодействия СМИ с политическими партиями, общественными и религиозными объединениями, иными структурами гражданского общества; формированием площадок для взаимодействия и обмена позитивным опытом социально-направленной деятельности СМИ, общественных и религиозных объединений, иных структур гражданского общества.

Уже на первом заседании были намечены конкретные мероприятия по реализации озвученных целей и задач. Команда начала разработку сайта ГАЖ, где будут размещаться разнообразная информация о журналистике и журналистах (воронежских прежде всего); «колонки» — образцы аналитической журналистики; научно-методический и справочный разделы.

Созданы планы по разработке и осуществлению образовательных (курсы, семинары, школы) и издательских проектов (тематические сборники по проблемам аналитической журналистики, свободы СМИ и т.п.; сборники публицистики; учебно-методические и научные издания; энциклопедия воронежской журналистики). Гильдия намерена также активно участвовать в проведении научно-практических конференций по проблемам публицистики, конкурсов и фестивалей журналистского мастерства.

Выполнение практических заданий по теме занятия

- **Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «Друг для друга»
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «Курские известия»
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «Районные будни» (Рыльский район)

СРС

Самостоятельна работа над материалами лекции № 2.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 2.

Самостоятельный подбор и анализ материалов издания «Курская правда».

Список литературы

1. Свитич Л.Г. Профессия: журналист. - Москва: Аспект Пресс, 2011. - 260 с.
2. Тулупов В.В. Российская региональная журналистика на современном этапе: - <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-regionalnaya-zhurnalistika-na-sovremennom-etape>
3. Колисниченко А.В. Практическая журналистика. - Москва: Изд-во Московского ун-та, 2010. - 191 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Региональная журналистика на современном этапе: тенденции и вызовы

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Структурная перестройка региональных СМИ. Цифровизация телевидения: региональный аспект. Результаты технологического развития традиционных СМИ. Этико-профессиональный и образовательный вызовы.

Цель:

формирование теоретических представлений об основных проблемах и задачах, стоящих перед редакциями региональных СМИ.

Задачи:

формирование представлений о главных тенденциях развития традиционных региональных СМИ в «цифровую» эпоху;
закрепление знаний о типологии современных печатных и электронных СМИ;
знакомство с главными вызовами, стоящими перед региональными редакциями на местном информационном рынке;
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Какие основные проблемы, стоят перед региональными СМИ?
2. Какая из этих проблем, на ваш взгляд, является самой важной? Почему Вы так считаете?
3. Какие опасности несет с собой цифровизация телевидения для региональных телеканалов?
4. «Двадцать первая» и «двадцать вторая кнопка» на телевизионном пульте.
5. Обязательные условия свободы прессы — независимость и ответственность.
6. Есть ли будущее у региональной печатной прессы? Какое оно?
7. О некоторых парадоксальных результатах технологического развития традиционных региональных СМИ.
8. Курские региональные СМИ. Что мы читаем, смотрим, слушаем? Почему?
9. Интернет-площадки для региональных СМИ: возможность или обязанность?

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагмент статьи Олешко В.Ф.(Екатеринбург). ... Зададимся простым вопросом: если все сегодня говорят о всеисилии информации, о влиянии СМИ и новых информационных технологий на конкретные социальные группы и отдельную личность, то почему никто не озабочен проблемой выстраивания системы журналистского образования. Сегодня есть её вершина – вузы, и существует основание – журналисты-практики, в той или иной мере отвечающие критериям профессионализма, но чаще всего «варящиеся в своем провинциальном соку».

По опыту организации и участия знаю, что на различного рода семинары, фестивали, стажировки приезжают, как правило, руководители. И то из числа наиболее экономически состоятельных СМИ.

И нет России, в отличие, например, от той же Швеции, срединного звена работы со специалистами разной спецификации в рамках круглогодично работающей и финансируемой государством Школы повышения квалификации работников масс-медиа. По закону раз в пять лет туда имеет право приехать в оплачиваемый по постоянному месту работы «творческий отпуск» любой журналист. Или с коллегами из других вузов мы неоднократно обсуждали идею создания при университетах колледжей областного подчинения, где в сокращенные сроки вузовские преподаватели отчитывали бы только профессиональные дисциплины.

Лучшие выпускники бы рекомендовались к получению грантов и продолжению обучения на факультетах журналистики. Скептикам замечу – зайдите в редакцию любой районки и спросите, когда к ним приехал последний выпускник журфаков?.. Мы много говорим о демократических завоеваниях новейшего времени, но не нужно забывать о противоречии, которое мы уже сформулировали как определенного рода равнодоступность к получению информации, которой в ряде случаев лишены провинциальные читатели, телезрители, радиослушатели.

Превалирование в информационной повестке дня СМИ информационных поводов только федерального уровня, или «безбашенное» обсуждение в Интернете проблем интимно-личностного свойства происходит чаще всего не от хорошей жизни.

Яркие блогжурналисты, творчество которых с удовольствием, а чаще всего не от хорошей жизни сегодня перепечатывают некоторые местные газеты, творят ежевечерне тексты «на коленке», ловко манипулируя яркими образами и метафорами. Но всё это так далеко от реалий, окружающих их читателя...

А ведь аксиомой любой информационной деятельности в истинно правовом государстве является то, что понятие свободы прессы включает в качестве обязательных условий не только независимость, дарованную новыми технологиями передачи информации, но и ответственность за сказанное тобой слово.

Для общественного сознания россиян довольно долгое время было характерно представление, что рыночная экономика – это некий процесс

в котором каждый субъект выживает самостоятельно. Причем, исходя лишь из своих представлений о том, что в этом процессе допустимо и нравственно. Информационный процесс, в котором акцент делается лишь на Интернет-ресурсы и контент федеральных СМИ, чаще всего развлекающих и пугающих, похож на корабль, плывущий без руля и ветрил. Авось пристанет к берегу, но, скорее ведь всего, поплывет в неизвестном направлении. До первой бури...

Выполнение практических заданий по теме занятия

- **Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «Городские известия».
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «Комсомольская правда» Курск.
 - Обзор курских печатных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Газета «МК в Черноземье».
 - Обсуждение и анализ материалов издания «Курская правда».

СРС

Самостоятельная работа над материалами лекции № 3.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.

Самостоятельный подбор и анализ материалов радиоканала «Наше радио-Курск».

Список литературы

1. Ворошилов В.В. Журналистика: - Москва: КНОРУС, 2017. - 491 с.
2. Олешко В.Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18266507>
3. Радиожурналистика: Учебник / Под ред. А.А. Шереля. - Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2000. - 480 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

Региональные медиа: взгляд в будущее.

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Проблема кризиса доверия к СМИ на региональном уровне: пути решения. Универсальные сотрудники региональных медиа и

собственные корреспонденты из числа пользователей социальных сетей как новый тип работников СМИ. Новые способы сторителлинга как инструмент сохранения аудитории традиционного СМИ.

Цель:

формирование теоретических представлений о качестве и характере перемен, происходящих сегодня в работе региональных редакций традиционных СМИ.

Задачи:

закрепление знаний об устройстве конвергентных редакций СМИ;
знакомство с методами сохранения аудитории современными региональными медиа;

развитие аналитических способностей студентов, расширение о специальности в целом;

формирование представлений о главных компетенциях регионального журналиста будущего

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. В чем главная опасность существования такого явления, как «фейковые новости» для журналистики?
2. Кризис доверия к СМИ: что может помочь местной редакции преодолеть это общественное явление?
3. Согласны ли вы с тем, что региональные медиа сегодня трансформируются в явление культуры? Почему?
4. Лонгриды. Их аудитория будет расти в будущем? Почему Вы так считаете?
5. Какие шаги могут предпринять региональные СМИ в ближайшее время, чтобы сохранить, а, возможно, и нарастить аудиторию?
6. Есть ли потенциал у региональных цифровых медиа-проектов?
7. Региональные СМИ и этические проблемы будущего.
8. Рассказывание историй — главная компетенция регионального журналиста будущего?
9. Кто такой универсальный журналист и что такое конвергентная редакция регионального СМИ?

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Залог успешного выживания любого регионального издания исключительно в том, что выстроить доверительные отношения с аудиторией — знать ее проблемы, создавать дискуссии вокруг проблем, способствовать их решению. Но если традиционная газета имела более менее стабильного читателя и определенный круг проблем, то аудитория Интернет-версии или полноценного Интернет-СМИ шире и разнообразнее.

Наталья Колыванова, главный редактор чувашской газеты «Грани», возрастная аудитория которой значительно приросла молодежью, сделала ставку на региональный аспект в контенте. Востребованными оказались проекты «Многонациональная держава», в котором представили разного этноса рассказывают о своей культуре и традициях, а также проект «Народный контроль», где журналисты совместно с читателями создают карты «убитых дорог» или следят за качеством и ценами продуктов в магазинах.

Залог успешного выживания любого регионального издания исключительно в том, что выстроить доверительные отношения с аудиторией. «Я считаю, что в будущем изданиям нужно будет искать аудиторию, которой нужна их газета, ведь «Грани» являются тем инструментом по решению проблем, к которому люди приходят после чиновников. У нас было ощущение, что к журналистике перестали относиться как к «четвертой власти», но сегодня мы видим это возвращение, когда люди с горящими глазами идут к нам с подчеркнутыми абзацами в нашей газете».

Исследование известного медиаэксперта Натальи Лосевой (опрос 79 медиаменеджеров) показал, что в топе ключевых мотиваций аудитории для обращения к СМИ находятся следующие в порядке убывания значимости:

- гарантия качества контента;
- необходимость иметь общий «фильтр» в информационной картине дня;
- необходимость получить проверенную информацию.

Это традиционные мотивы, которые, очевидно, будут относительно стабильными и в будущем. Но дальше в списке появляются две новые важные составляющие:

- алгоритмы персонализации контента, которые обеспечат персональный набор информации, максимально устраивающей потребителя;

- привязанность к определенному автору или уникальному жанру, «клубность».

Насколько легко будет перестроиться под принцип персонализации контента, издатели затрудняются ответить. Вот некоторые выдержки из их рассуждений:

«Персонализированные подборки материалов в зависимости от запросов разных аудиторных групп в вебе, рассылках и т.д. У нашего медиа очень широкая и размытая ЦА, персонализировать выдачи для разных его подгрупп кажется нам важной задачей».

«Решений, использующих данные из внешних источников для персонализации, обратную связь (поведенческие метрики) и поддерживающих мультиканальную дистрибуцию — одному пользователю по разным каналам».

Есть действительно прорывные технологии. Например, собственные корреспонденты из числа пользователей социальных сетей

В виде персональных настроек уведомлений — в зависимости от географии, тематики, авторов и жанров, персональных рассылок по темам, регионам, времени суток и т.д.

«Наше издание не имеет возможности на данном этапе разрабатывать алгоритмы (даже один) персонализации контента самостоятельно. Поэтому нам придется использовать те инструменты, которые уже есть на рынке. Как минимум, сейчас мы занимаемся внедрением алгоритма-подписки на ту тему, которая интересна пользователю.

Это позволит впоследствии в первую очередь выдавать ему те материалы/сюжеты/рубрики, которые для него интересны и кликабельны больше всего. Здесь же предполагается подписка на темы и авторов. Также мы думаем над созданием (или внедрением уже существующего механизма), который позволит фильтровать новости подобным образом и в мобильном приложении, чтобы создать для читателя его собственную ленту новостей (вместе с коммерческим, который приятен читателю)».

«...зон, где пользователь будет ожидать такой контент. Это может быть как внутри медиа, так и снаружи в социальных сетях, поэтому я верю в ботов в месенджерах, где каждый может построить своего персонального ассистента по нужному медиа».

Выполнение практических заданий по теме занятия

- **Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Изучение конкурентных СМИ.
- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Курск».
- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Искатель».
- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Маяк».
- Обсуждение и анализ материалов редакции радиоканала «Наше радио-Курск»

СРС

Самостоятельная работа над материалами лекции № 4.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 4.

Самостоятельный подбор и анализ материалов радиоканала «Вести-Курск».

Список литературы

1. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. Москва: Аспект Пресс, 2004. - 320 с.
2. Медиасистема России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2019. - 384 с.
3. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Москва: Аспект Пресс, 2004. - 239 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Социальная тематика в современных региональных СМИ

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Социальный контент в современных СМИ как профессиональная реакция на запрос общества. Социальная функция журналистики как одна из важнейших в деятельности региональных редакций СМИ. Особенности сбора, обработки и производства социальной информации.

Цель: формирование теоретических представлений о социальной миссии редакций региональных средств массовой информации.

Задачи:

формирование представлений об особенностях социальной информации;

закрепление знаний о терминах социальной журналистики;
знакомство с особенностями восприятия социальной информации аудиторией СМИ;

расширение представлений студентов о современных стандартах журналистской деятельности;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Возможности влияния контента современных СМИ на когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты психики аудитории.
2. Трансформация термина «пропаганда» в современном информационном пространстве.
3. Термин «социалка» как отражение изменений в журналистике, порожденных, общественной жизнью России в конце XX века.
4. Сложности соотношения социальной и политической информации в СМИ на региональном уровне.
5. Проблема восприятия аудиторией в СМИ журналистских материалов, основанных на заключениях научных исследователей, политических деятелей, культурных работников.
6. Социальный контент региональных медиа и современные стандарты журналистской деятельности.
7. Социальная журналистика – средство реализации социальной потребности общества.
8. Аспекты подачи редакцией социального контента.
9. Взаимодействие с обществом в решении социальных проблем как миссия региональной журналистики.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Важность социальной информации обусловлена тем, что люди все время находятся в социальной среде, где зачастую сталкивается с несоответствием ожиданий правилам и установленным нормам. В этом случае именно журналистика помогает людям корректировать ожидания и влияет на определенные социальные процессы.

Стоит также понимать, что массмедиа в настоящее время во многом формируют общественное сознание. Социальная функция журналистики в этом случае рассказать обществу об обществе. А значит донести

подробную и объективную информацию, в которой нуждается аудитория в данный промежуток времени. Таким образом мы понимаем, что социальная функция все время находится на стадии развития, при этом взаимодействует с самим обществом.

Выбор тем социальной информации также не случаен. «Социальная тема» - это все события и явления, связанные с обыденной жизнью общества. Однако необходимо понимать, что такие тематики не обязательно будут проблемными. К ним могут также относиться материалы о праздниках, различных мероприятиях, благоустройстве городов, строительстве нового объекта и многое другое.

Безусловно, в социальных сюжетах будут присутствовать и проблемы общества. Но кроме обозначения таких вопросов СМИ должны инициировать их обсуждение, поиски решения проблемы. Журналистика обязана не только показывать существующие «недуги» общества, но и давать определенные «лекарства» от них. То есть зритель должен не просто заинтересоваться новостью, но найти ответы на свои вопросы в ней. Для аудитории важно знание того, что на их конкретную проблемную ситуацию найдется решение.

Кроме того, в выборе социальной темы стоит учитывать, что она должна затрагивать вопросы, которые будут важны не только одному человеку. Стоит отметить, что социальная информация заключается в том, что при ее помощи происходит изменение социальных связей в обществе. Также формируются определенные потребности и возникают способы их удовлетворения.

Социальная сфера остается одной из сложнейших. В ней все время возникают большое количество фактов, явлений, событий, которые тем или иным способом сопряжены с различными сферами жизни. Однако при всем тематическом разнообразии мы понимаем, что именно в социальной сфере сосредоточены механизмы развития и сохранения общества. Именно повседневная жизнь несет в себе интерес для целого общества.

Действительная жизнь привлекает зрителя возможностью изучения быстро меняющегося мира, а также дает возможность изучить определенные привычки, нравы и сохраняет устоявшийся образ жизни.

Таким образом, мы понимаем, что социальная информация должна быть доступной, актуальной и оперативной. Кроме того, она должна привлекать внимание и ее необходимо корректно подавать и истолковывать зрителю.

Выполнение практических заданий по теме занятия

- **Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**
 - Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Автордио».
 - Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Русское радио».
 - Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Радиоканал «Радио России».
 - Обсуждение и анализ материалов радиоканала «Вести-Курск»

СРС

Самостоятельная работа над материалами лекции № 5.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 5.

Самостоятельный подбор и анализ заголовков новостей печатных и электронных курских региональных СМИ за неделю.

Список литературы

1. Теория и практика массовой коммуникации: учебное пособие / под ред. А.А. Маркова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 369 с.
2. Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. - Москва: ВК, 2011. - 548 с.
3. Колисниченко А.В. Практическая журналистика. - Москва: Изд-во Московского ун-та, 2010. - 191 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Стиль и язык современных региональных медиа

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Функциональные особенности современного языка средств массовой коммуникации. «Легализация» нелитературных элементов в массмедийных текстах. Консерватизм и качественные изменения в использовании элементов различных функциональных стилей региональными СМИ.

Цель:

формирование теоретических представлений о стилевых и языковых особенностях современных районных печатных СМИ.

Задачи:

закрепление знаний о функциональных стилях и современном языке средств массовой информации;
формирование представлений об особенностях работы региональных печатных медиа;
знакомство с публицистическим стилем материалов региональных газет;
развитие умения анализировать контент печатного издания;
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Функциональное назначение публицистического стиля в современных СМИ.
2. Функциональные стили и язык массовой коммуникации.
3. История «легализации» нелитературных элементов, жаргонизмов, профессионализмов в средствах массовой информации.
4. Стилиевые и языковые особенности современной районной прессы.
5. Официально-деловой и публицистический стили в местных СМИ.
6. Стилистико-языковой консерватизм языка районных газет на примерах заголовков.
7. Некоторые особенности использования иноязычных неологизмов региональными СМИ.
8. Романтизация трудового энтузиазма как продолжение линии редакций советских газет.
9. Использование вербальных и невербальных приемов укрупнения личности в районной прессе.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагмент статьи Запрягаевой М.Я. (Воронеж). ... В числе лексико-фразеологических ошибок наиболее яркими являются лексическая избыточность, или плеоназм; тавтология; лексическая недостаточность. Приведем примеры:

1. Долго еще сидели женщины за чашкой чая, вспоминая свою жизнь. Все, принявшие участие в празднике, получили памятные сувениры («Голос Рамони», 7.10.11);
2. День учителя рамонские педагоги отмечают не только с коллегами по месту работы («Голос Рамони», 11.10.11);

3. Пострадавший, к счастью, остался жив, он госпитализирован в больницу («Ленинский завет», 11.10.11). Как видно из примеров, к плеоназму приводит незнание (или неточное знание) значения иноязычных слов.

К многословию, т.е. употреблению лишних слов, приводит некачественная правка текста:

1. Удивительно было и то, что именно привело гостью к нам на водоем, какими судьбами она очутилась здесь («Верхнехавские рубежи», 4.10.11);

2. Но тем не менее, эта скульптура дает возможность задуматься о том, что ты за человек, что ты сделал для общества, какую пользу ты несешь близким, друзьям, в коллективе, где ты работаешь («Народное слово», 8.10.11).

Часто в предложениях возникает тавтология:

1. Мошенники рассказывают свою легенду (они могут представиться социальным работником, представителем какой-либо фирмы или организации, кем угодно) («Донская новь», 20.09.11);

2. Губернатор призвал Воронежцев быть смелее: даже если кто-то уверен в отсутствии у него плохих качеств, присесть на стул хотя бы в качестве профилактики («Народное слово», 8.10.11).

Пропуск необходимых слов для раскрытия авторской мысли характеризует высказывание как недостаточное:

1. В центре магазина, где все это намечалось, с утра играла музыка, частушки, песни («Ленинский завет», 11.10, 11). Причиной появления данной ошибки могла стать диалектная особенность. В южнорусских диалектах глагол играть сочетается и с существительными песня, частушка.

2. Новые экономические условия... требуют особого профессионализма и навыков тружеников села («Голос Рамони», 11.10.11);

3. Сейчас модернизация шагнула вперед, оснащенность в школах стала богаче («Ленинский завет», 4.10.11); 4. За пару месяцев ремонтники изменили до неузнаваемости («Лискинские известия», 11.10.11).

Встречаются в текстах лексические ошибки, связанные с незнанием значений слов:

1. Отвечая на намеки про засилье так называемых легионеров, скажу, что основу ФК «Калач», т.е. сборной района, составляют именно наши доморощенные игроки («Калачеевские зори», 11.10.11). Слово доморощенный имеет несколько значений:

1) выращенный дома, в своем хозяйстве (овощи, фрукты, животные);

2) перен., ирон. – не обладающий достоинствами, приобретаемыми систематическим изучением чего-либо, работой, деятельностью в какой-либо области; примитивный (МАС: Т.1, 427). Таким образом, в предложении произошло снижение образа.

Ошибки, возникшие в результате смешения паронимов немногочисленны:

1. Учитель – это особая профессия, которая признана не только обучить подрастающее поколение разным наукам, но и быть носителем духовности («Аннинские вести», 8.10.11). В приведенном предложении отмечена не только лексическая ошибка, но и неудачное построение высказывания, так как не профессия призвана обучать, а учитель.

2. Сейчас, в силу объективных причин, (он) только болельщик. И активный сподвижник сельского футбола («Ольховатский вестник», 20.09.11). Сподвижник – соратник, тот, кто участвует с кем-то в важном деле (МАС: Т.4, 227); подвижник – тот, кто самоотверженно борется за достижение высоких целей на каком-либо поприще (МАС: Т.3, 178 – 1791).

3. Люблю тебя, моя отчина: день города и района. Видимо, автор публикации имел в виду слова Отчизна, отечество, родина. Лексема отчина является устаревшей и имеет значение «наследственное земельное владение»; лексема вотчина в словаре характеризуется как историзм с аналогичным значением (МАС: Т.2, 722).

К стилистическим лексическим ошибкам можно отнести следующие:

1) использование канцеляризмов: Он поздравил всех с праздником, сказал много душевных слов в адрес пожилого населения, ответил на вопросы («Голос Рамони», 7.10.11); У братской могилы состоялся митинг, в котором приняли участие общественность села, педагогический коллектив Карайчевской ООШ и школьники («Призыв», 1.10.11); Он постоянно интересуется нуждами и чаяниями детворы и педагогов, всегда в курсе школьных событий и никогда не преминет заглянуть в гости к подрастающему поколению («Подгоренец», 11.10.11);

2) неуместное использование просторечных слов в официально-деловом контексте: Уважаемые жители Верхнемамонского района! Будьте осторожны с незнакомыми и малознакомыми людьми, не спешите запускать их в дом и во двор вашего домовладения, чтобы избежать хищений («Донская новь», 20.09.11); А по окончании, аккурат накануне дня пожилых людей, решил справить новоселье («Вести Придонья», 01.10.11). Много ошибок возникает в связи с неудачным использованием

образных средств: Нерукотворную красоту природы каждым летом нарушают плоды рук человека («Борисоглебский вестник», 11.10.11).

Наиболее распространенные морфологические ошибки представлены:

- 1) неверным образованием форм степеней сравнения: Зоотехники ставят обеим буренкам самую высшую цифру («Народное слово», 20.09.11);
- 2) неправильным употреблением собирательных числительных: Трех дочерей воспитывали («Призыв», 01.10.11);
- 3) неудачным образованием форм деепричастий и причастий: Учили мыслить своих воспитанников, они полны заботы о гармоничном развитии каждого; Не отстали от взрослых учащиеся школы, прошедшие это мероприятие накануне («Аннинские вести», 11.10.11).

Следует отметить, что самыми распространенными в районных газетах являются синтаксические ошибки, прежде всего в предложениях с управлением. Укажем основные синтаксические ошибки:

1. Неверное использование предлога: Техника большегрузная, водитель старается, и на этом виде работ у него спорится дело («Светлый путь», 17.09.11); В этом предприятии работала и супруга Александра Филипповна, и одна из дочерей («Аннинские вести», 01.10.11); На протяжении многих лет по Воронежской области продолжают совершаться мошеннические действия («Донская новь», 20.09.11).
2. Неудачное управление при однородных членах предложения, которое возникает в том случае, если при словах, требующих разного управления, есть общий зависимый член: Сегодня мы чествуем тех, кто посвятил свою жизнь физическому воспитанию молодежи, кто поддерживает и является частью физкультурного движения района («Верхнехавские рубежи», 29.09.11); Мы остались очень довольны и благодарны за прекрасно проведенное время («Родное Придонье», 11.10.11).
3. Разнотипность в оформлении однородных членов предложения или однородных предложений: При утере паспорта, а также если к вам обращаются с просьбой оформить на себя некую организацию, необходимо обратиться с заявлением в правоохранительные органы. Надо: Если вы потеряли паспорт или к вам обращаются с просьбой...; Хочется пожелать всем острогожцам крепкого здоровья и чтобы с каждым годом увеличивалось количество молодых семей. Надо: Хочется пожелать всем острогожцам крепкого здоровья и увеличения количества молодых семей. («Острогожская жизнь», 20.09.11).
4. Неудачное использование личных местоимений 3 лица (или относительного местоимения который в качестве союзного слова),

заменяющих существительные в предшествующей части. Такие ошибки приводят к двусмысленным высказываниям: Кроме того, сообщение может содержать ваше имя, как будто оно действительно адресовано вам лично («Призыв», 01.10.11); Алексей Гордеев упомянул в беседе об открытии дома ветеранов в Бобровском районе, который по уровню комфорта полностью соответствует современным стандартам.

5. Нарушение порядка слов в предложениях: Стараясь не шуршать, я подошла поближе к водоему и смогла в полной красе рассмотреть возмутителя спокойствия. Надо: ...рассмотреть возмутителя спокойствия (в чем?)... Выделенный фразеологизм в МАС (т. 2, с. 120) не отмечен; в словаре приводится фразеологизм во всей (своей) красе, который имеет помету «ирон.» и употребляется в значении «со всеми недостатками, во всей неприглядности».

Выполнение практических заданий по теме занятия

• **Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Заголовки новостей курских печатных СМИ.
- Заголовки новостей курских радиоканалов.
- Заголовки новостей курских телеканалов.
- Обсуждение и анализ заголовков новостей курских сетевых изданий

СРС

Самостоятельная работа над материалами лекции № 6.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 6.

Самостоятельный подбор и анализ материалов городского телеканала «Такт».

Список литературы

1. Медиасистема России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2019. - 384 с.
2. Запрягаева М.Я. Язык и стиль районных газет. - <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23352571>
3. Тулупов В.В. Газеты: маркетинг, дизайн, реклама. - Воронеж: Кварта, 2001. - 313 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

Редакция регионального СМИ: переформатирование «по требованию» времени

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Общие проблемы редакций региональных СМИ и удачные способы их решения. Авторский контент, дифференциация целевой аудитории и нативная реклама. Региональные СМИ как общественный контролер.

Цель:

формирование теоретических представлений о положении дел в региональной журналистике.

Задачи:

знакомство с некоторыми распространенными мифами о работе региональных СМИ;

формирование представлений о способах работы с социальными сетями в региональных редакциях;

расширение представлений студентов об объективных проблемах традиционных местных СМИ;

закрепление знаний о современных рекламных форматах в СМИ;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Молодежные lifestyle-издания на укрепляются информационном и рекламном региональных рынках.
2. Региональные СМИ учатся делать качественный развлекательный контент.
3. Таргетирование контента в социальных сетях.
4. Новые форматы размещения рекламы: нативная реклама, спецпроекты, брендинг.
5. Острая проблема - отсутствие или недостаточное эксклюзивного авторского контента и скромная жанровая палитра редакции.
6. Сложности с дифференциацией аудитории и недостаток историй реальных людей.
7. Объективная сложность — работа с интернет-аудиторией и создание конвергентного СМИ.
8. Проблема районных газет — черно-белые полосы и низкое качество печати.
9. Региональное СМИ должно брать на себя функцию общественного контролера.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагмент интервью пресс-секретаря Президента России Дмитрия Пескова. ... Из-за слабо развитого в России рынка рекламы некоторые СМИ разорятся, если перестанут получать господдержку. Особенно это касается региональных средств массовой информации. Еще имеется большой резерв для развития рынка СМИ и всех видов рекламы.

«Этот рынок у нас еще недоразвит, недооценен. И конечно, объемы рынка рекламы в нашей стране маленькие, и здесь огромный резерв для роста. По мере его роста при умелом менеджменте СМИ будут становиться финансово самостоятельными».

Навязывание телеканалам политики в области культуры бесперспективно, поскольку приведет к сокращению аудитории. Сегодня телеканалы пытаются подстраиваться под спрос людей, чтобы продавать рекламу.

Можно, конечно, вещать «в стенку», но тебя никто не будет смотреть.

Отвечая на вопрос о доле пропаганды в средствах массовой информации, Песков заявил, что она бывает разная, и отметил большое количество заказных материалов.

– Эту тему я бы скорее отнес к коррупции в СМИ, – добавляет Дмитрий Песков.

«Доля пропаганды в том или ином СМИ – вопрос разумного баланса, который определяет руководство издания. «Если ты переусердствуешь с чем-то, то читатели уйдут».

Выполнение практических заданий по теме занятия

• Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Телеканал «Сейм».
- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Телеканал «Вести-Курск»
- Обсуждение и анализ эфирных материалов редакции городского телеканала «Такт».

СРС

Самостоятельная работа над материалами лекции № 7.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 7.

Самостоятельный подбор и анализ материалов сетевого издания «Курсксити».

Список литературы

1. Медиасистема России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2017. - 384 с.
2. Журналистика России. Значимое интервью Пескова. - <https://zen.yandex.ru/media/worldjournalism/jurnalistika-rossii-znachimoe-interviu-peskova-5dc41a001ee34f00b0d41812>
3. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. Москва: РАГС, 2007. - 204 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Современная русская провинция как «среда обитания» региональных СМИ

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Концептуализация метафоры «русская провинция». Провинция как исторический, социальный и культурный феномен. Влияние провинциального мировоззрения на творческую личность.

Цель:

формирование теоретических представлений о провинции как историческом и культурном явлении российской общественной жизни.

Задачи:

формирование представлений о провинции как феномене русского национального самосознания;

закрепление краеведческих и культурно-исторических знаний о русской провинции;

знакомство с философскими обобщениями определений, понятий и представлений о русской провинции;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Словосочетание «Русская провинция» как современная метафора неоднозначного феномена общественной жизни.

2. Актуальность дискурса о русской провинции для национального самосознания.
3. Компоненты понятия «русская провинция», отраженные в ходе художественно-творческой деятельности.
4. Мировоззренческие и эстетические составляющие понятия «провинция».
5. Жители провинции как воплощение противоречивых духовных основ жизни России.
6. Синтетизм как сущность «ойкумены» провинциальной русской культуры.
7. Творческая личность в провинции и провинциальная творческая личность.
8. «Скука» как совершенно специфическое состояние, мироощущение, жизненная позиция.
9. Провинциализм и космополитизм.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Интеллигентность и провинциальность. К концу XIX в., когда понятие русского интеллигента обретает законченные очертания, особенно остро воспринимается вопрос о соотношении интеллигентности и провинциальности. Интеллигент-провинциал ощущает в себе и не приемлет в других «небывалого» и «притом типичного в своей житейской захудалости, в своих нервах» человека, каким его увидел Розанов в Достоевском. Этот интеллигент стыдится своих провинциальных, причем не барственно-усадебных, но мещански-городских корней, стыдится города, который «грязен, пуст, ленив, безграмотен и скучен» (А. Чехов). Спокойствие, успокоенность в понимании провинциала как обывателя, провинциала как неинтеллигентного человека становятся условием отрешения его от мировых проблем и мирового движения.

В провинции интеллигент почти всегда маргинал. Столичная среда для него могла бы быть благоприятна благодаря большей плотности культурных связей, наличию иной инфраструктуры; в провинции радикальные и достаточно масштабные идеи и поступки оказываются либо неостребованными, либо не оцененными. Для человека, ощущающего себя провинциалом – чуть ли не изгоем, – привычным становится мотив избранничества и обделенности жизнью в одно и то же время. Для него характерны чувство вины, скука,

одиночество, разочарованность и утомляемость, переходящие в чрезмерную возбудимость. Соединяя все эти мучительные чувства и ощущения, русский провинциал имеет способность испытывать «такое необычное в Европе чувство одиночества» (Ф. Кафка).

Интеллигент, одинокий в России, как одинок вообще житель провинции, тоскует о несбывшемся, являет комплекс неполноценности. Отсюда может следовать вывод, связанный с рассуждением В. Соловьева о грамматическом смысле слова «русские»; к прилагательному философ предлагал добавить существительное «европеец».

Вот почему особый смысл в психологическом портрете представителя русской провинции приобретают его взаимоотношения собственно с европейцами. Русский провинциал традиционно возмущается упорядоченностью, «нормальностью» европейской жизни, а европейцы оказываются перед неразрешимой «загадкой русской души» или «русских пространств», обнаруживая в своем непонимании странную провинциальность духа рядом с неясным мерцанием и парением чувств русских провинциалов.

Для самоощущения русской интеллигенции традиционно особое отношение к драматическому положению России между Востоком и Западом, между темным прошлым и туманным будущим. Она испытывает презрение или нелюбовь к западной цивилизации за то, чем не владеет русский, но что – обладай этим русский – уравнесило бы русскую «азиатчину».

Однако русские и за границей – в Ницце, Монте-Карло, Берлине, Париже, Нью-Йорке – создают свою «провинцию» как локальное духовное и даже бытовое пространство. П. Чайковский сетовал на «поразительно банальную обстановку» своей жизни во Флоренции – «точно где-нибудь в русской провинции»; для Чехова черты провинциальности выделялись в любой экзотически-отдаленной стране, как только ее бытие оказывалось понятным и физически доступным для него бытом (это относится к таким «роскошным» местам, как Сингапур, Индия, Цейлон, Китай, а также города Италии, Франции и Германии); однако Набоков возил с собой в эмиграции резиновую складную ванну, видя в ней спасение от чужого духа в «бесчисленных европейских пансионах».

Покинув родину, которая могла раздражать провинциальностью, русский художник творил «там» фрагмент своей провинции, своего, отдельного от всего мира бытия. Так возникают представления

о внутренней провинции и внутренней «загранице». «Совсем Азия! Такая кругом Азия», – горевал Чехов, а в провинции И. Бунина «иногда по целым неделям несло непроглядными азиатскими метелями». Русского интеллигента раздражала «внутренняя» провинция, когда «азиатчина» становилась определением духовного качества провинциальной жизни.

«Для русского западника-азиата, – мрачно иронизировал познавший прелести западной культуры Бердяев, – Запад – Земля обетованная, манящий образ совершенной жизни». Тяготясь жизнью в географической провинции, где работает только тело, но не дух, Чехов предвосхищал жесткость взгляда, присущего человеку русской культуры, ставшему постоянным жителем Запада; позднее и Бердяев подчеркивал: «Европа не есть идеал культуры вообще, Европа сама провинциальна» – то есть самодовольна. Ограниченна интеллектуально и нравственно, замкнута на собственных интересах, лишена широты и тонкости миропонимания. Из отдельных, то едких, то мрачных замечаний и горестных суждений выстраивается ощущение уже не провинциальности как таковой, но специфичности русского бытия в сравнении с европейским.

Выполнение практических заданий по теме занятия

• Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

– Аудиторная письменная работа. Сочинение-рассуждение «Что такое для меня «русская провинция»».

СРС

Самостоятельна работа над материалами лекции № 8.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 8.

Подготовка развернутого сообщения на тему «Курская журналистика. Персона».

Список литературы

1. Бердяев Н.А. Русская идея. - Москва: АСТ, 2010. - 287 с.
2. Свитич Л.Г. Социология журналистики. - Москва: Юрайт, 2021. - 397 с.
3. Проблемы провинциальной художественной культуры [Текст]: Материалы всерос. науч.-практ. конф., Курск, 13-14 июня 1998 г. - Курск: КГПУ, 1998. - 211 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Региональное телевидение: история и современность

(2 часа)

Основные вопросы занятия

История телевизионного вещания в Курской области. Первые передачи, редакторы и дикторы. Развитие телевизионного вещания с конца 1990-х годов до наших дней. Телевидение и Интернет.

Цель:

формирование теоретических представлений о государственном и частном региональном телевидении.

Задачи:

закрепление знаний об истории советского и российского ТВ;

формирование представлений о работе региональной телевизионной редакции;

знакомство с компетенциями и должностными обязанностями сотрудников электронного СМИ;

расширение представлений студентов как о ньюсруме и мультимедийной редакции как форме организации журналистского труда;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Телевизионное вещание в Курской области: исторический аспект.
2. Телевизионное вещание в Курской области времен Советской России: персоны.
3. Государственное и частное региональное телевидение в 1990-2000-е годы.
4. Подготовка к цифровизации регионального ТВ. Формат DVB-2, мультиплексы и 21-я кнопка.
5. Отключение «аналога» и переход регионального телевидения на цифру.
6. Краткий обзор информационных программ областных ТВ-каналов.
7. ТВ, YouTube или Телеграм?
8. Можно ли делать креативное региональное ТВ? Несколько вдохновляющих историй.

9. Телевидение или интернет? Успешные региональные сетевые медиапроекты.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Региональными СМИ телеканал «Сейм» и радиоканал «Сейм» (эфирное наименование «Наше радио Курск») решается задача оперативного и объективного информирования жителей Курской области о работе региональной государственной власти. Это реализация конституционного права граждан на доступ к информации, в том числе социально-значимой и жизненно-важной, распространяемой в чрезвычайных ситуациях. Телеканал «Сейм», как государственное электронное СМИ, включен в региональную комплексную систему экстренного оповещения населения Курской области.

«Сейм» - единственный в регионе телеканал, новостные выпуски которого (программа «События дня») сопровождаются субтитрами.

Но журналисты редакции телеканала делают не только новости. В эфир выходит огромное количество программ на социальную тематику, культурно-просветительских, краеведческих, музыкальных и спортивных проектов, главные герои которых - куряне. Кстати, ежедневная информационная программа телеканала «События дня» - лауреат XX всероссийского фестиваля «Территория хороших новостей» (г.Тверь) в номинации «Новости». Жюри фестиваля возглавлял гуру российской журналистики Анатолий Лысенко. У редакции «Сейма» есть «ТЭФИ-Регион» за программу «Лица курского баскетбола» из цикла «Спорт-ТВ». А, например, в прошлом году программа о жизни курской молодежи заняла второе место среди электронных СМИ в номинации «Россия молодая» на Всероссийском конкурсе региональных СМИ «Патриот России».

Команда «Наше радио Курск» - обладатель Международной Премии Попова - самой, возможно, престижной профессиональной награды в области радиовещания. А на VI Всероссийском конкурсе работников электронных СМИ «Как наше слово отзовется» в 2009 году радиожурналисты взяли награду «За образцовое владение русским языком в профдеятельности».

В качестве программ и проектов телеканала «Сейм» легко убедиться, открыв сайт seyminfo.ru Посмотрите, например, цикл программ 2018 года «Печки-лавочки» о курской глубинке и людях, которые там живут. Или проект «Ход мысли» о курских ученых и курской науке. Уже четыре года в эфире телеканала «Люди Победы» -

программа о совершивших беспримерный подвиг в годы Великой отечественной войны курянах-ветеранах. Проект, посвященный социальной тематике – «Тема для сюжета» в текущем году рассказывал о проблеме бродячих собак в городе Курске, о поддержке в регионе малого и среднего бизнеса, о курянах, посвятивших себя волонтерству, о курянах - участниках локальных конфликтов, о том, как уживаются на нашей Курской земле люди разных национальностей и вероисповеданий.

В сети Интернет на всей территории Курской области в потоковом режиме телеканал транслирует компания «Яндекс».

В связи с реализацией федеральной целевой программой «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009-2018 годы» Минкомсвязи включил «Сейм» цифровой врезкой в эфир Общественного телевидения России, входящего в первый цифровой мультиплекс и имеющего 98-и процентный охват территории Курской области.

В основе эфира «НАШЕ Радио Курск» - 15 часов собственного вещания в неделю (СМИ радиоканал «Сейм») и программы московского «НАШЕго Радио». Музыкальное наполнение радиоканала составляют только русскоязычные песни. Региональное вещание включает в себя 6 ежедневных выпусков новостей о жизни Курской области. А российское информационное агентство «Национальная служба новостей» в федеральной составляющей радиоэфира рассказывает о происходящем в России и мире.

Телеканал «Сейм» и радиоканал «Сейм» выполняют на территории Курской области Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» на безвозмездной основе предоставляя эфирное время избирательным комиссиям для информирования избирателей о выборах, а в период предвыборной агитации в СМИ обеспечивают равные условия проведения предвыборной агитации, предоставляя бесплатное эфирное время зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям для проведения предвыборной агитации.

Информационная сфера, согласно Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, является одной из сфер обеспечения национальной безопасности наряду с внутривластной, экономической, социальной, науки и образования, международной, духовной, военной, оборонно-промышленной и экологической сферами, а также сферой общественной безопасности. Сегодня совершенно очевидно, что сохранение и развитие регионального

телевизионного и радиовещания — это вопрос, в том числе, информационного суверенитета страны.

Выполнение практических заданий по теме занятия

• Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

- Курская журналистика: персона. Валентин Овечкин.
- Курская журналистика: персона. Геннадий Бодров.
- Курская журналистика: персона. Александр Балашов.
- Курская журналистика: персона. Владимир Злуникин.
- Курская журналистика: персона. Сергей Малютин.

СРС

Самостоятельна работа над материалами лекции № 9.

Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 9.

Самостоятельный подбор и анализ контента курских региональных сетевых изданий.

Список литературы

1. История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков: учебное пособие / под ред. Г.А. Шевелева. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - 160 с.
2. Рохлин А.М. История отечественного телевидения: учебное пособие. - Москва: Аспект Пресс, 2008. - 125 с.
3. Медиасистема России: учебное пособие / под ред. Е.Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2019. - 384 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Региональные и общероссийские СМИ в современном информационном пространстве

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Возникновение и развитие региональных сетевых СМИ. Современное состояние. Каналы на YouTube, паблики в социальных сетях и Телеграм-каналы как новые медиа: региональный аспект.

Цель:

развитие теоретических представлений об основных тенденциях формирования и функционирования средств массовой информации в современных условиях.

Задачи:

формирование представлений об особенностях производства контента редакцией регионального СМИ в формирующемся информационном обществе;
закрепление знаний состояния современной типологии прессы;
знакомство со спецификой работы журналиста в условиях мультимедийной редакции;

расширение представлений студентов о влиянии новых технологий на структуру и типологию СМИ;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Оргмомент (объявление темы, целей и задач занятия).

Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Основные факторы изменения типологической палитры средств массовой информации в России за последние два десятилетия.
2. Эволюция медиасистемы от вертикальной и партийной— к горизонтальной и коммерческой структуре.
3. Новые грани и границы типологии: пресса финансовая и бульварная.
4. Общемировая практика изменений, происходящих в жанровых системах СМИ.
5. Появление в медиапространстве изданий, объединяющих в себе несколько типов информации, — как серьезные информационные и аналитические блоки, так и разделы, рассчитанные на широкие массы читателей.
6. СМИ и процессы глобализации и развития новых технологий.
7. Тенденция к численному увеличению специализированных изданий.
8. Интернет как возможность доступа к новой аудитории.
9. Появление изданий, существующих только в электронных версиях и социальных сетях.

Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Ускорение процессов информирования общества, появление новых способов подачи материала и принципиально иных возможностей взаимодействия с аудиторией значительно изменили медиаландшафт российских регионов.

Усилившиеся в последние годы факторы экономической зависимости региональных СМИ от власти и крупного бизнеса, активизации в информационном пространстве субъектов пиар-

деятельности, снижения популярности традиционных массмедиа на фоне возросшего влияния интернет-ресурсов и социальных медиа, а также формирования новой культуры медиапотребления напрямую отразились на журналистике.

Мы, вслед за Д. МакКуэйлом, будем определять журналистику как основную творческую деятельность, которая формирует прессу и является результатом профессиональной работы сотрудников редакций. Журналистика в российских регионах становится сегодня все чаще инструментом воздействия на аудиторию с целью решения определенных информационных и идеологических задач.

Сущность же журналистики как социально значимой профессии постепенно нивелируется. Несамостоятельность в определении информационной политики редакции как следствие экономической зависимости СМИ от власти и крупного бизнеса является сегодня, пожалуй, главной особенностью региональной журналистики.

Снижение общего профессионального уровня редакций и утрата журналистами представлений об этических нормах – тенденция, появившаяся в результате экономической и политической зависимости СМИ.

Журналисты, получая ежедневно значительный массив официальных сообщений органов власти и пресс-релизов коммерческих структур и общественных организаций, практически перестали создавать свои собственные, авторские тексты. Они ограничиваются добавлением к пресс-релизу нескольких комментариев экспертов, полученных по телефону.

Региональные СМИ зачастую транслируют информацию, которая не нужна и не интересна обществу, поскольку не соответствует критериям массовой и социально значимой информации, к которым Д. Л. Стровский относит актуальность, необычность, персонифицированность и конфликтность в рамках описываемого факта.

Игнорирование же редакциями событий, имеющих общественный резонанс, полностью нарушает этические принципы журналистики как профессии, служащей и подконтрольной обществу. Такое положение дел сформировало еще одну тенденцию, характерную для региональной журналистики – значительное сужение жанрового разнообразия в создании материалов.

Львиную долю газетного пространства, лент новостей интернет-изданий, теле- и радиоэфиров занимают сегодня информационные сообщения, развернутые информации и корреспонденции, созданные на

основе официальных сообщений, или репортажи с места события, с участием официальных лиц или представителей крупного бизнеса.

Разумеется, интервью с представителями культуры, образования и общественными деятелями, равно как рецензии и авторские колонки, присутствуют в общем содержании изданий, однако доминирующего влияния на информационное пространство в целом они не оказывают. Некоторое разнообразие в линейку журналистских жанров вносит активное использование редакциями технологий мультимедийности и конвергентности.

Сегодня региональные СМИ (преимущественно интернет-СМИ) облачают популярный и читаемый контент (путевые заметки, авторские колонки, хронику исторических событий и т. д.) в яркие мультимедийные истории с выразительными иллюстрациями, интерактивными картами и схемами, обилием фото и видеовставок. Для редакций создание такого рода материалов – это попытка удержать аудиторию (которая стремительно теряет интерес к региональным СМИ), отражая ее запрос на универсальный конвергентный медиапродукт, который можно получить с одного носителя.

И, наконец, мы обозначим тенденцию отсутствия в регионах внятной информационной политики, которая в условиях экономических и политических изменений, происходящих в стране, позволила бы перенести возросший уровень дискуссионности общества в журналистские материалы, а значит, в более цивилизованное русло. Мы полагаем, что возрождению социальной миссии журналистики может послужить пересмотр приоритетов в реализации информационной политики, которая должна стать комплексом совместных усилий власти, общества и СМИ, направленных на создание условий для формирования на базе журналистских материалов открытого обсуждения действий власти и политических событий.

В этом случае СМИ смогут вернуть доверие аудитории, а журналистика вновь станет значимой профессией, служащей в первую очередь интересам общества.

Выполнение практических заданий по теме занятия

• Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.

- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Сетевое издание «46ТВ».
- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Сетевое издание «Секунда.Медиа».

- Обзор курских электронных СМИ. Формат, контент, целевая аудитория. Сетевое издание «Курск сегодня».
- Обсуждение и анализ материалов редакции сетевого издания «Курсксити».

СРС

Самостоятельный подбор и анализ материалов курских региональных Телеграм-каналов.

Список литературы

1. Мультимедийная журналистика: учебное пособие / под общей ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой - Москва: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2017. - 413 с.
2. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: учебное пособие. - Москва: Аспект Пресс, 2009. - 296 с.
3. Сетевые СМИ российского мегаполиса / под ред. И.Н.Блохина, С.г. Корконосенко. - Санкт-Петербург: СпбГУ, 2011. - 217 с.

Основная и дополнительная литература

Основная учебная литература

1. Свитич Л.Г. Профессия: журналист. - Москва: Аспект Пресс, 2011. - 260 с.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: - Москва: КНОРУС, 2017. - 491 с.
3. История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков: учебное пособие / под ред. Г.А. Шевелева. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - 160 с.

Дополнительная учебная литература

4. Колисниченко А.В. Практическая журналистика. - Москва: Изд-во Московского ун-та, 2010. - 191 с.
5. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. Москва: Аспект Пресс, 2004. - 320 с.
6. Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. - Москва: ВК, 2011. - 548 с.