

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна  
Должность: проректор по учебной работе  
Дата подписания: 06.02.2025 11:25:38  
Уникальный программный ключ:  
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

## МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



Проректор по учебной работе  
О.Г. Локтионова  
2022 г.

## ОСНОВЫ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

Методические указания  
к практическим занятиям и СРС  
для преподавателей и студентов  
направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Курск 2022

УДК 82

Составитель: И.А. Михайлов

Рецензент

Кандидат филологических наук, доцент Беспалова Е.А

Основы радиожурналистики: методические указания к практическим занятиям и СРС/ Юго-Зап. гос. ун-т; сост. И.А. Михайлов. – Курск, 2022. 28 с. Библиогр.: с. 28.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям и СРС по дисциплине «Основы радиожурналистики», содержат систему вопросов для закрепления теоретических знаний, вопросы для самоподготовки студента, дополнительный теоретический материал и выстроенную систему практических заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Методические указания соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Для преподавателей и студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. Тираж экз. Заказ 1195 Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

## ВВЕДЕНИЕ

Целью выполнения заданий для собеседования на практических занятиях является систематизация знаний об актуальных проблемах современной журналистики, изучение тенденций развития современного телевидения как одного из основных средств массовой информации, особенностей жанров, языка, стиля и подачи материалов, специфики работы тележурналиста.

Практические занятия направлены на формирование профессиональных компетенций, а также на закрепление полученных на лекционных занятиях знаний о телевидении, их специфике и отличительных чертах.

Важным фактором усвоения материала курса «Основы радиожурналистики» и овладения его категориями является самостоятельная работа студентов (СРС). Данный вид учебной работы представляет собой непрерывную деятельность по выполнению текущих заданий к практическим занятиям курса, закрепление практических навыков

- анализа распространенных форматов печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, жанровой и стилевой характеристики различного рода медиатекстов, особенностей новостной журналистики и ее других направлений;

- создания в рамках отведенного бюджета времени материалов для масс-медиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем в зависимости от типа СМИ; практическими навыками работы в жанрах информации, телерепортажа;

- создания и выпуска печатного издания, теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями.

Результативность самостоятельной работы студентов обеспечивается эффективной системой контроля, включающей в себя систему вопросов по содержанию лекций, плановую проверку выполнения текущих заданий и упражнений, которые проводятся на всех практических занятиях.

# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

## Радио в общественно-политическом и социокультурном контексте (2 часа)

### Основные вопросы занятия

- Потребность в информации как стимул возникновения и развития средств информирования.
- Формирование радио как средства массовой информации (50-е-60-е гг.). 1957 год (и VI Всемирный фестиваль молодежи) – переломный в становлении государственной системы вещания в СССР: от «островного» к общесоюзному охвату.
- Реорганизация радио и телевидения в 70-е гг. Гостелерадио СССР и его роль в расширении общественно-политического раздела вещания (1969-1985 гг.)
- Радиовещание периода перестройки (1985-1991 гг.)
- Распад СССР, изменение структуры и статуса общегосударственного радио, частные FM-станции.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевидения; рассмотрение основных технологий, применяющихся в данных СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

### Задачи:

- формирование представлений об электронных СМИ
- закрепление знаний об истории радиовещания
- знакомство с классификацией способов доставки радиосигнала
- закрепление понятий о журналистских жанрах
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## СОДЕРЖАНИЕ

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Изобретение радио.
2. История становления отечественного радиовещания.
3. Радиовещание в СССР. Радио в России в период с 1984 по 1991 гг.
4. Развитие радиовещания в России 1991 – 2010 гг. FM-станции
5. Современное отечественное и зарубежное радиовещание.

## 6. Интернет-радио.

### III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме

Прочитайте и законспектируйте фактические данные из предложенного текста:

*«После того как в 1991 году было разрешено частное, коммерческое радиовещание в Москве, Санкт-Петербурге и в областных центрах страны начинается бурный рост негосударственных радиостанции. Если в 1990 году в Москве функционировали всего 3 негосударственные станции, то в 1991 году их стало 10, в 1992 — 21, в 1993 — 27, в 1994 году — 33 станции. В целом же к середине 1994 года государством было выдано более 400 лицензии на независимое телерадиовещание. На рубеже 80-90-х годов, естественно, стал заполняться диапазон УКВ (отечественный стандарт). Это связано главным образом с тем, что отечественная аудиотехника, доступная в то время потребителю, была рассчитана только на его прием.*

*Но, по мере насыщения российского рынка западной и японской техникой нашей аудиторией стал уверенно осваиваться FM-диапазон, причем наиболее успешные станции, такие, как «Русское радио», «Европа Плюс», «Максимум», «Авторadio», «Эхо Москвы» обладали частотами в обоих диапазонах. Важная черта развития СМИ на рубеже XX и XXI веков — образование мощных вещательных корпораций: в 1996 году был создан "Медиа-Мост" — мультимедийный холдинг, в который наряду с НТВ, "НТВ Плюс": "НТВ Пробит", "НТВ Дизайн", телесетью ГНТ, "Бонум-1" — спутником цифрового вещания, издательским домом "7 дней".*

*Идет процесс создания своеобразных радиовещательных империй — сетевых музыкальных станций: "Европа Плюс", "Русское радио", «Радио России "Ностальжи"», "Радио 101" и других, выходящих в FM-диапазоне в Москве и через спутники на другие города России и дальнего зарубежья. Примечательно и то, что ряд станций имеет дочерние предприятия, например «Радио "Классика"», начавшее вещание в апреле 1997 года, — дочерний проект "Русского радио". Радио по-прежнему играет, важнейшую, а подчас и ключевую роль в комплексе независимых средств массовой информации страны. Это обстоятельство объясняется рядом причин. Ведь исторически радио было и остается главным источником информации, особенно в "глубинке" России.*

*Именно поэтому оно способно сыграть важнейшую интегрирующую роль. Социологические исследования показывают, что 89% жителей областных центров России слушают радио, 77% из числа опрошенных отмечают, что радиовещание в целом их удовлетворяет. В среднем время прослушивания радиопередач в будние дни составляет 2 часа 42 минуты и почти столько же в выходные — 2 часа 36 минут (для сравнения: средний американец слушает радио 3 часа 20 минут в сутки, при этом 56 % американцев черпают первую информацию днем именно из радиопередач). В отличие от телевидения, которое смотрят в основном дома, радио слушают и дома, и в автомобиле, и на работе, и на даче. Более половины радиослушателей (58,8%) имеют в своих домашних хозяйствах один радиоприемник; 28,1 — два; 12,2% — три и более.*

*В Москве насыщенность радиоприемниками выше, чем в центральных регионах России: процент людей, имеющих два, три и более радиоприемников, составляет 35,2 и 17,4 соответственно».*

### IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

1. Развитие радио в России в 1991 – 2010 гг.
2. Интернет-вещание радиостанций. Интернет-радио
3. Этические и эстетические основы телевидения.

## **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 2.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 2.

## **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Рэддик, Р., Кинг, Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Internet и других электронных ресурсов/ Пер. с англ. – М., 1999.
4. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей.– М., 1998.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2**

### **Радио и общество**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Общественные функции радио как СМИ (информационная, культурно-просветительская, социально-педагогическая, организаторская, образовательная, рекреативная, интегративная).
- Идеальная модель и реальная практика; радио и политика; радио и культура; радио и проблема социальной интеграции.
- Перспективные направления развития радиовещания. FM-радиостанции, цифровое радио. Радиожурналистика в электронных сетях (Интернет).

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевидения; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данных СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

#### **Задачи:**

□ формирование представлений об общественных функциях радио (информационной, культурно-просветительской, социально-педагогической, организаторской, образовательной, рекреативной, интегративной):

закрепление знаний об идеальной модели и реальной практике; о соотношении радио и политики, радио и культуры; о решении с помощью радио проблемы социальной интеграции;

формирование представлений о перспективных направлениях развития радиовещания: FM-радиостанциях, цифровом радио, радиожурналистике в электронных сетях (Интернет)

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Охарактеризуйте общественные функции радио:

- информационная,
- культурно-просветительская,
- социально-педагогическая,
- организаторская,
- образовательная,
- рекреативная,
- интегративная

2. Почему «идеальная» модель радио отличается от реальной практики?

3. Каковы политические ресурсы радиовещания?

4. Как выстраивается программная политика каналов радиотелевещания о культуре?

5. Как решается на радио проблема социальной интеграции? 6. Охарактеризуйте перспективные направления развития телевидения.

6. В чем заключаются основные параметры деятельности радиожурналистики в электронных сетях (интернете)?

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме**

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме**

Прочитайте статью из истории возникновения канала «Культура» на радио.

Что положено в основу концепции радио? Сделайте тезисы об основных идеях.

*«Радио «Культура»: концепция вещания» «Как сообщили 13 июля информационные агентства, радиостанция "Культура" (входит в ГТРК "Культура") начала эфирное вещание в тестовом режиме. Трансляция программ идет через спутник связи "Экспресс" в радиопакетах компаний "Комкор ТВ" и "НТВ плюс".*

*В настоящее время сигнал со спутника можно принимать в европейской части России и Восточной Сибири, странах СНГ, а также Латвии, Литве, Эстонии, Финляндии, Швеции, Норвегии, Дании, Польше, восточной части Германии и Австрии. С октября планируется выпуск программ в полном объеме на частоте 91,6 МГц.*

*Сейчас на Радио "Культура" транслируется классическая музыка, а с середины июля в эфир будут выходить информационные блоки. OnAir.ru публикует фрагменты концепции вещания новой радиостанции. Задачи проекта*

*Главная задача новой радиостанции – убедить человека, считающего себя не чуждым культуре или стремящегося «стать культурным», в том, что, слушая радио «Культура», он получит адекватную картину культурного пространства и не упустит ничего действительно значимого и существенного. Подобная мотивация обращения к культурной информации*

*(опасение выглядеть не вполне информированным или несведущим) оказывается чрезвычайно актуальной в ситуации, когда напряженный ритм жизни не дает возможности в полном объеме потреблять даже культурные суррогаты.*

*Радио «Культура» может и должно определять основные параметры «культурного поведения» (культурного потребления, выстраивания приоритетов) граждан. Целевая аудитория Предполагается ориентировать радиостанцию «Культура» на аудиторию в возрасте 25-40 лет. Отметим, однако, что речь может идти не только и не столько о привычных сегментах аудитории, которые характеризуются социальнодемографическими параметрами – возрастом, уровнем образования, доходами и т.п.*

*В настоящее время общество дробится на все более компактные субкультурные группы, в которых, например, возрастной показатель оказывается неглавным. При этом даже небольшие по размеру группы могут оказывать значительное влияние и на культурную жизнь, и на социальные процессы. 18 Новости на Радио «Культура»*

*В информационных выпусках приоритет отдается новостям культуры – театральным и кинопремьерам, выставкам, новинкам книжного, издательского рынка, а также всем событиям, имеющим отношение к культурной жизни общества и культурному процессу, происходящему не только в нашей стране, но и в мире. Выпуски новостей радио «Культура» рассказывают о том, чему в обычных, привычных для слушателя информационных выпусках уделяется минимум внимания (как правило, одно-два сообщения о культурных событиях помещаются в конце традиционного выпуска новостей).*

*Это не значит, что новостей политики, экономики, спорта на радиостанции «Культура» не будет вовсе. Мы не хотим, чтобы наш слушатель за такой информацией обращался к другим радиостанциям. Поэтому новости такого рода будут присутствовать в выпусках, но лишь в кратком изложении.*

*В утреннее и вечернее время, помимо двух выпусков новостей в час, каждый 15 и 45 минут слушателям будет предложена программа «Афиша» □ короткие сообщения о том, как с пользой можно провести сегодняшний (завтрашний) день, посетив театры, выставки, клубы и т.д. Большое внимание в информационных выпусках будет уделяться региональным новостям.*

*Очевидно, что сейчас в регионах проходит огромное количество разного рода культурных мероприятий, информация о которых не доходит до столичного слушателя. Мы постараемся восполнить этот пробел в московском радиозэфире. Выпуски новостей □ каждые 15 минут.*

*В начале часа □ короткий выпуск общих актуальных общественно-политических новостей и традиционный выпуск новостей культуры. В 15, 30 и 45 минут каждого часа □ лаконичные выпуски о предстоящих культурных событиях (сегодня вечером, завтра, на этой неделе и т.д.). Периодичность выхода выпусков новостей в эфир может меняться при трансляции концертов, радиоспектаклей и т.д. Музыка на Радио «Культура»*

*Музыкальная классика в самом широком понимании – основа музыкального вещания Радио «Культура». В рамках тематических программ можно будет услышать произведения разнообразных направлений и стилей – от симфоний Чайковского или Малера, опер Моцарта и Верди, литургической музыки Палестрины или Пендерецкого (Мессиаана), давно уже ставших неотъемлемой частью духовного наследия, до самых спорных и экстравагантных опытов наших современников.*

*Классика составит основу и фоновой (форматной) музыки на Радио «Культура», правда, это будет в первую очередь популярная классика. Но это кажущееся на первый взгляд ограничение мы постараемся преодолеть путем самого радикального расширения пределов популярной музыки – ведь целые пласты ее до сих пор остаются мало известными широкой публике.*

*А между тем великолепная и невероятно талантливая музыка звучала и на средневековых придворных празднествах, и во время обеденных церемоний у аристократов 17-18 веков, и в светских салонах романтической эпохи. Все это, наряду со всем известными и давно любимыми репертуарными сочинениями, станет музыкой, которая будет звучать на Радио «Культура».*

*Сотрудничество с регионами Одной из своих задач «Культура» считает освещение культурной жизни регионов. В эфире нашей радиостанции запланированы несколько проектов и программ, посвященных региональным театрам, музеям, фестивалям, конференциям.*

*Таким образом, мы стремимся восполнить пробел в освещении региональной жизни, показать, что культурный процесс развивается не только в столице. Никто не сможет так оперативно сообщить и со знанием дела рассказать о том, чем живут российские регионы, как человек, работающий там. Мы заинтересованы в сотрудничестве с региональными корреспондентами, занимающимися вопросами культуры. (2004 год)*

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Место радио как СМИ в системе коммуникации.
2. Социологические основы радиовещания.
3. Этические и эстетические основы радиовещания.
4. Функциональная составляющая радиовещания

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 3
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.

3. Обоснуйте выбор ответа.

1). К какой группе функций радиовещания относится рекламная функция?

- а) информационной;
- б) социального управления обществом;
- в) культурно-просветительской;
- г) интегративной.

2). К какой группе функций радиовещания относится консолидирующая функция?

- а) информационной;
- б) социального управления обществом;
- в) культурно-просветительской;
- г) агитационной.

### **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей.– М., 1998.
- 4.Рогожин, М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие / М. Ю. Рогожин. – 2-е изд., доп. – М.: РДЛ, 2004. – 224 с.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3**

### **Природа радиовещания**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Язык радио: понятие шума, интершума, синхрона, звукового баланса.

- Монтаж как средство отражения и выражения (параллельный и перекрестный, ассоциативный и дистанционный).
- Этапы создания радиопередачи
- Режиссура радиоэфира.
- Проблема соотношения слова и музыкального оформления радиопередачи.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в электронны СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

**Задачи:**

- закрепление знаний о выразительных средствах радиоэфира
- формирование представлений об особенностях режиссуры радиопрограмм;
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

### **II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Каковы особенности восприятия текста на слух?
2. Какова ритмическая организация текста?
3. Как осуществляется запись текста на магнитофон?
4. В чем заключается специфика репортажного текста с интершумом?

### **III. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Какие элементы входят в понятие «радиодом»?
2. Какие технические устройства размещаются в режиссёрской аппаратной?
3. Какими конструктивными и акустическими особенностями должна обладать современная радиостудия?
4. В чём заключается особенность записи и воспроизведения звука на современных цифровых устройствах?
5. Каково функциональное назначение микшера в радиовещании?

### **IV. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 4.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 4.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 4.

## Список литературы

-   Локшин, Б. Цифровое вещание: от студии к зрителю. □ М., 2001.
-   Олефиренко П.П. Техника и технология радиовещания. Жуковский, 2000.
-   Тулупов, В.В., Колосов, А.А., Цуканова, М.И. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: Уч./ Под ред. В.В. Тулупова. □ Спб., 2008.
-   Барабаш НС, Дебабова А.А. и др. Отечественное радиовещание на современном этапе: Сб. ст. □ М., 1998. 5. Колесников В.М. Лазерная звукозапись и цифровое радиовещание. □ М., 1991.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

### Система жанров радиожурналистики

(2 часа)

#### Основные вопросы занятия

- Информационные жанры: заметка, отчет, выступление, интервью, репортаж, пресс-конференция.
- Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия.
- Художественно-публицистические жанры: зарисовка, очерк, эссе, фельетон.
- Документальный телефильм.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио и телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях теле- и радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данных СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

#### Задачи:

- формирование представлений об информационных жанрах;
- закрепление знаний об аналитических и художественно-публицистических жанрах;
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности;
- формирование навыков анализа медиатекстов разных типов и жанров.

## СОДЕРЖАНИЕ

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

## **II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Восприятие текста на слух. Ритмическая организация текста.
2. Запись текста на магнитофон. Прослушивание текста.
3. Репортажный текст с интершумом. Текст с подложенной музыкой.
4. Звуковой баланс голоса и фонового шума или музыки.

## **III. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

- Речевые жанры на радио;
- Музыкальные жанры на радио;
- Соотношение музыки и речи в современном радиоэфире.

2. Внимательно прочитайте текст:

*Почти 200 стран мира в ходе переговоров в столице Руанды Кигали достигли договоренностей, регулирующих выбросы в атмосферу гидрофторуглеродов, сообщает агентство Associated Press. Эти вещества, используемые в кондиционерах и холодильниках, способствуют глобальному потеплению. Причем эффект от гидрофторуглеродов в тысячи раз хуже, чем от диоксида углерода, и в данный момент по своему объему гидрофторуглероды являются самым быстрорастущим загрязнителем атмосферы, уточняет АР. Согласно договоренностям, государства-участники соглашения делятся на три группы. Первая, в которую вошли США и большая часть стран Европы, обязуются сократить выбросы гидрофторуглеродов на 10% к 2019 году и на 85% к 2036 году. Вторая и третья группы прекратят увеличивать использование этих вредных веществ соответственно в 2024 и в 2028 годах, после чего начнут постепенно отказываться от них.*

3. Выполните задания по тексту:

Приведите текст в соответствие с жанром информационного радиосообщения

Подумайте, кто бы мог выступить экспертом по данной теме.

Какие вопросы Вы задали бы эксперту?

Смодерируйте радиобеседу по теме предложенного текста.

Выберите гостей и экспертов, продумайте вопросы, структуру радиопрограммы.

## **IV. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 5.

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

3. Описание стратегии программирования следующих телеканалов:

- Маяк;
- Авторадио;
- Ретро-FM;
- Русское радио;
- Наше радио.

4. Формулировка и обоснование 5 правил, которые, по Вашему мнению, регламентировали бы деятельность журналиста при проведении интервью в прямом эфире, в записи.

## **Список литературы**

1. Локшин, Б. Цифровое вещание: от студии к зрителю. – М., 2001.
2. Олефиренко П.П. Техника и технология радиовещания. Жуковский, 2000.
3. Тулупов, В.В., Колосов, А.А., Цуканова, М.И. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: Уч./ Под ред. В.В. Тулупова.– Спб., 2008.
4. Барабаш НС, Дебабова А.А. и др. Отечественное радиовещание на современном этапе: Сб. ст. – М., 1998.
5. Колесников В.М. Лазерная звукозапись и цифровое радиовещание. – М., 1991.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5**

### **Работа над сценарием радиопрограммы**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Понятие «художественный образ». Его компоненты.
- Основные пространственно-временные виды искусства (театр, кино, телевидение).
- Особенности понятия «художественный «образ» для современного радиоискусства.
- Сравнительная характеристика пространственно-временных видов искусств (телевидение, кино, театр).
- Профессия «режиссёр» – история и истоки. Профессия «режиссёр радиопрограмм».

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данном СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

#### **Задачи:**

- закрепление знаний о пространственно-временных видах искусства
- формирование представлений об профессии режиссер радиопрограмм
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

#### **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Расскажите, в чём заключается ежедневная работа радиожурналиста?
2. Поясните, как радиожурналисту надлежит систематизировать и хранить информацию?
3. Назовите факторы, влияющие на общение журналиста с героями его репортажей? Раскройте технологию подготовки и проведения интервью на радио в прямом эфире, в записи.
4. Какие факторы работы в прямом эфире играют важную роль во взаимодействии радиожурналиста с аудиторией?
5. К чему должен быть готов радиорепортёр, выполняющий свою работу в экстремальных условиях?
6. Как взаимодействуют радиожурналист и радиорежиссёр в процессе своей профессиональной деятельности?
7. Какие Вы знаете особенности работы ведущего музыкальной радиопередачи?

### **III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Прочитайте данную информацию, воспользуйтесь при подготовке к ответам по вопросам занятия.

*«Знание особенностей жанров, умение применять их в своих работах является одним из основных условий профессиональной работы журналиста, способности правильно, доходчиво и адекватно подать свой материал. В свою очередь, это умение предполагает ясное понимание того, что есть жанр вообще и какова специфика каждого из них. Категория «жанр» является комплексной. Она включает в себя особенности содержания, глубину проникновения в материал, способ его подачи, используемые выразительные средства, объём материала и многое другое.*

*Любая человеческая деятельность направлена на удовлетворение определённых потребностей. Журналистика, в первую очередь, удовлетворяет необходимость в информировании о событиях в мире, независимо от того, будет это событие мелким, локальным или будет иметь общечеловеческое значение. <sup>37</sup> Далее, она отвечает потребности в анализе означенных событий, в их осмыслении и формировании отношения к ним, что позволяет человечеству адекватно реагировать на происходящие в жизни процессы. Наконец, человек, как существо, не лишённое нравственности, нуждается в духовном осмыслении происходящего вокруг него.*

*Все эти и более конкретные потребности человечества порождают значительное разнообразие способов, приёмов как создания информационных продуктов, так и их распространения. Продукты эти в значительной степени похожи друг на друга, но в то же время и существенно отличаются. Эту ситуацию можно сравнить с велосипедом, который, как известно, не надо изобретать. Все велосипеды выполняют одну и ту же функцию, но по-разному, применительно к специфической ситуации, способны решить разные задачи.*

*Так и жанры журналистики: имея нечто общее с другими, каждый из них решает специфические задачи, достигая определённые цели. Жанры радио и телевидения обладают известными особенностями по сравнению с жанрами печатной журналистики. Эти особенности вызваны тем, что на радио и телевидении информация сообщается не записанным на бумаге текстом, а звучащим словом, музыкой, шумами и изображением.*

*Другими словами, «особенности радио(теле)жанра определяются спецификой визуально-акустического отражения действительности... Основной элемент здесь – звуковой или визуально-звуковой способ передачи информации, с помощью которого можно непосредственно воздействовать на радиослушателей и телезрителей и передавать в эфир сообщения о событиях, явлениях и процессах в момент свершения или после записи их на магнитную ленту». Это обстоятельство, помимо отличий жанров электронной*

журналистики от печатных собратьев, порождает на радио и телевидении такие жанры, которых нет в печатной журналистике (например, ток-шоу). Важное значение имеет на РВ и ТВ уровень владения текстом.

*Их существует три.*

□ Первый представляет собой полную импровизацию. В этом случае слишком часты оговорки, неудачные формулировки, текст звучит неровно, со сбоями и повторами, с отклонениями от мысли, а это отвлекает, раздражает, и потому информация воспринимается плохо.

□ Второй уровень представляет собой создание текста по заранее продуманным тезисам. Это оптимальный вариант, поскольку журналист у микрофона хорошо знает, о чём и что он хочет сказать, а в студии он лишь облачает это в конкретные формулировки. Такой текст ближе к разговорной речи, и потому она звучит более убедительно.

□ Третий – воспроизведение заранее написанного текста. Такая ситуация требует от читающего высокого артистизма, иначе неестественность интонаций напрочь лишит текст достоверности.

На хорошем уровне такой текст способны воспроизвести скорее профессиональные дикторы, обыкновенному журналисту этого лучше не делать. Чаще всего существующие жанры принято объединять в три группы:

- жанры информационные,
- жанры аналитические и
- жанры документально-художественные.

Возникают они в соответствии с тремя способами отображения действительности: сообщение фактов, интерпретация фактов и событий, образно-публицистическое отражение фактов и событий. Первая группа жанров имеет своей целью относительно краткое оперативное информирование слушателя/зрителя о только что произошедшем или происходящем событии. Они отвечают на вопросы «кто?», «что?», «где?», «когда?» и в меньшей степени – «почему?». Соответственно, их отличает оперативность, меньший объём, краткость.

Сюда относятся заметка (радиосообщение или хроникальное сообщение на ТВ), комментированная новость, выступление в кадре (на ТВ), обзор печати (на радио), интервью, репортаж, отчёт. Заметка (иногда её называют сообщением) – самый «короткий» жанр электронной журналистики. Задача заметки – сообщить об отдельном событии, факте, поэтому важнейшими требованиями, предъявляемыми к ней, являются оперативность и актуальность.

Часто именно соображения оперативности приводят к появлению в эфире заметки, а не репортажа или отчёта. Актуальность для заметки не менее важна. Она определяется общественной значимостью сообщаемой информации. Следует учитывать, что то, что значимо для одних людей, совершенно неинтересно для других. Так, информация о проблемах, связанных с небывалой жарой и засухой 2010 г., была актуальна для огромной части населения в Центральной России, в ряде регионов Урала и Сибири.

А вот информация, связанная с проблемами, вызванными ремонтом теплотрасс и закрытием для движения ряда улиц в Тамбове, актуальна только для жителей областного центра и для тех, кто часто туда ездит. Другими словами, актуальность информации (это касается всех жанров) прямо зависит от масштаба аудитории данного радио- или телеканала. Заметка может длиться 30□40 с, которых достаточно, чтобы слушатель/зритель понял смысл информации, убедился в её действительности, смог послушать звучащий фрагмент события или получить о нём зрительное представление. Хроникальная заметка может быть ещё короче – 10□15 с. Она сообщает предельный минимум информации.

Радиозаметка отличается скупостью выразительных средств: здесь могут отсутствовать голоса участников, интенсиумы и музыка. Особенностью заметки на телевидении является то, что она нередко передаётся без видеоряда: на экране зритель видит только диктора или фотографию, на которой могут быть либо сообщивший новость журналист, либо другое изображение, связанное с сообщаемым событием. Это вызвано тем,

*что заметка обладает высшей степенью оперативности: событие только что произошло, в силу чего не было возможности подготовиться к эфиру аудио- или телезапись.*

*Радиозаметка может оказаться более оперативной по сравнению с телевизионной. Причина этого заключается в том, что радио технически проще телевидения, и потому радиокорреспондент более мобилен, сделать минимально необходимые записи он может на простой диктофон, и передача его информации возможна с любого телефона, рации и т.п.»*

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Мастерство эфирного выступления.
2. Круглый стол или беседа в студии радио.
3. Роль артикуляции в работе радиожурналиста.
4. Экспрессивная окраска речи радиожурналиста.

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 6.

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

 Используя цифровой диктофон, сделайте небольшое интервью (по составленному Вами радиосценарию) и отдельно запишите звук (радишум), который обозначал бы: а) место протекания действия; б) переход от одного эпизода к другому; в) характеризовал бы характер действующего (интервьюируемого) лица. Смонтируйте получившееся интервью

### **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Рэддик, Р., Кинг, Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Internet и других электронных ресурсов/ Пер. с англ. – М., 1999.
4. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей. – М., 1998.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6**

### **Журналистские профессии на радио**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Особенности журналистской информации. Алгоритмы публикации информации в журналистике.
- Репортер, ведущий, комментатор, обозреватель, интервьюер
- Редактор – организатор творческого процесса.
- Круг обязанностей редакторов телевидения различных специализаций.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях

радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данном СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

### **Задачи:**

- формирование представлений о деятельности, обязанностях редактора
- организатора творческого процесса;
- закрепление знаний об основных специализациях на радио;
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Какими свойствами обладает социальная информация?
2. Назовите основные признаки журналистской информации.
3. Каковы формы публикации информации в журналистике?
4. Какие существуют правовые ограничения к доступу информации?

### **Контрольные вопросы**

1. Какие существуют источники информации по способу организации хранения и использования?
2. Назовите источники информации по форме собственности.
3. Назовите информационные ресурсы по типу их происхождения.
4. Какие существуют информационные ресурсы по степени доступности?

**III. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Информационные ресурсы различных источников информации по способу хранения и использования.
2. Информационные ресурсы различных источников информации по форме собственности.
3. Информационные ресурсы по типу происхождения.
4. Информационные ресурсы по степени доступности (открытые, ограниченного доступа, закрытые). Информационные ресурсы по степени достоверности (официальные, неофициальные, анонимные).

### **IV. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 7.

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

  Прочитайте текст и выявите основные специфические черты представителей радио и телевидения:

*Интервьюер.*

*Интервью, по мнению опытных журналистов, □ это нормальный человеческий разговор, одинаково интересный для обоих собеседников. Интервью - неременная часть почти любого*

репортерского сюжета для новостей. Проблемные передачи выявляют разные точки зрения опять же методом интервью.

Существует несколько основных разновидностей интервью, знать которые необходимо хотя бы для того, чтобы не оказаться в роли известного русского народного персонажа, который плакал на свадьбе и плясал на похоронах. Есть информационные интервью, есть портретные и проблемные. Есть уличные типа «вокс-поп» (в России их называют «интервью-анкета»), тогда интервьюер -- это специалист по проведению опросов (телефонных, уличных, поквартирных) в рамках маркетинговых исследований. Анкета, ручка и улыбка на лице - вот главные орудия сотрудника, являющегося основным звеном между мнениями людей и теми, кому эти мнения интересны. Разумеется, физическое изображение человека присутствует в любом из вариантов, но портретное интервью отличается от информационного или «вокс-попа» так же сильно, как произведение фотохудожника от моментальной фотографии на пропуск.

Иногда полагается, что набор одних и тех же стандартных вопросов («что вам нравится?», «что не нравится?», «что цените в мужчинах?», «... в женщинах?», «над чем сейчас работаете?», «расскажите что-нибудь о...», «что больше всего запомнилось?», «что вы цените в искусстве?» и т.п.), выученный раз и навсегда, позволяет обращаться к любому человеку, причем безапелляционно, словно сам-то интервьюер знает правильные ответы на любой вопрос. Это глубокое заблуждение. Настоящий серьезный интервьюер придумывает вопросы каждый раз новые - исходя из того, с кем предстоит беседовать и в какой ситуации. Хороший вопрос - вещь одноразовая. Найти хорошего интервьюера сегодня непросто. Работа с людьми требует терпения и доброжелательности.

Основные качества: активность, общительность, коммуникабельность, умение расположить к себе собеседника. Убедить респондента в том, что именно его мнение очень важно, □ дело не из легких. Кроме того, интервьюер должен быть ответственным: заполнять бланки добросовестно и сдавать анкеты в срок. От интервьюеров очень многое зависит, порой больше, чем от исследователя. Ведь если интервьюеры исказят собираемую информацию (в достаточном объеме), и это не будет обнаружено, то последствия могут быть далеко не радужными.

Именно по этой причине важнейшими требованиями к кандидату являются ответственность и честность. Информационные интервью делятся на два основных вида: есть «интервьюфакт» и «интервью-мнение». В первом случае интервьюер ищет свидетельства очевидцев, видевиших событие. Репортер, берущий информационные интервью, занимает определенную позицию: он добывает документальный материал по поручению и от имени зрителя.

Сложнее роль интервьюера в больших диалогах. Тут интервьюер может выступать как заботливый друг, если имеет дело с человеком, не очень уверенным в себе. Эта роль предполагает, что журналист оказывает значительную помощь собеседнику. Тип взаимоотношений - сотрудничество. Можно заранее договориться о круге вопросов, не определяя, впрочем, точных формулировок. Острее и интереснее бывает соперничество, когда журналист выступает в роли скептика, подвергает сомнению позицию собеседника, приводит аргументы противоположной стороны (не «от себя», а «говорят, что...»).

Если журналист располагает фактами, которые собеседник хотел бы скрыть, он выступает как некий разоблачитель - но делает это корректно, не превращая интервью в допрос. Иногда полезно сыграть наивного человека, «валять дурака», прикидываясь незнающим (таковы, к сожалению, на самом деле многие интервьюеры), а потом уже выложить свои «козыри». Таким образом, интервьюер сочетает в себе таланты исследователя и актера. Интервью основано на тщательной подготовке и мгновенной импровизации.

Для разработки программных вопросов журналист знакомится с досье на своего героя, если таковое имеется в справочной службе телекомпании, с его предыдущими выступлениями в прессе. До основных вопросов могут быть заданы контактные, это некий камертон, настраивающий собеседника на разговор. Контактный вопрос может быть связан с последними событиями, с окружающей обстановкой, если эфир прямой - можно спросить, кто из знакомых и родных сейчас у телевизора и т.п. Уточняющие вопросы, как видно из

названия, необходимы тогда, когда собеседник не раскрывает каких-либо неясных для аудитории вещей, считая их само собой разумеющимися, или намеренно уклоняется от разъяснений.

Надо реагировать на прозвучавшие слова собеседника, а не просто задавать следующий программный вопрос. То есть вести себя, как в нормальном разговоре. Это и будет «высший пилотаж». Общее впечатление от интервьюера должно быть таким: этот человек знает многое, но хочет узнать еще больше; это человек воспитанный, грамотный, словом, - личность, а не подставка для микрофона. На лице - заинтересованное внимание и уважение к собеседнику. Кивать головой, не обязательно.

Следует учесть еще два профессиональных аспекта. Первый. Если есть возможность выбрать место проведения интервью - необходимо продумать, где лучше всего будет выглядеть ваш разговор с собеседником: в студии (здесь журналист - хозяин и принимает гостя «на своей территории»), на службе у собеседника (здесь уже журналист «в гостях»). Встреча может состояться дома, на даче, на рыбалке и т.п. - если разговор со службой не связан и хочется получить информацию о частной жизни, пристрастиях, увлечениях собеседника.

Можно сочетать все эти варианты: одни вопросы задать на работе, другие - дома или на отдыхе, таким образом, ваш собеседник предстанет и официальным лицом («в галстуке»), и раскрепощенным обстановкой. Если интервью посвящено воспоминаниям о каком-то важном событии в жизни вашего собеседника, лучше всего поехать с ним на место, связанное с событием. Наиболее трудные моменты в каждом интервью - вводные, начальные фразы. Плохо поступает журналист, когда начинает, обращаясь к зрителям, давать характеристики собеседнику. При этом герой не знает, куда девать глаза. Гораздо лучше совместить представление и первый вопрос. Произнеся первую фразу на камеру, развернуться к собеседнику и вместе с ним развивать разговор. [Г. В. Кузнецов. Так работают журналисты. 6 с.]/

*Ведущий телерадиоэфира.*

Дискуссии, круглые столы Дискуссия (от латинского *discussio* - исследование, обсуждение, рассмотрение) предполагает, что процесс развития мысли вокруг обсуждаемого предмета происходит на глазах телезрителей и, тем самым, активизирует интеллектуальную деятельность аудитории, включая ее в процесс поиска истины. Предварительная работа журналиста при подготовке передачи этого жанра может быть невелика, зато резко возрастает значимость таких качеств как умение регулировать разговор, давать возможность высказываться и вовремя останавливать участников, направлять общий ход дискуссии.

Важно, чтобы разговор не ушел в какую-то узкопрофессиональную нишу, а оставался на уровне, интересном аудитории. Модератор в данном случае выполняет роль посредника между интересами зрителей и находящимися в студии специалистами по той или иной теме. Важное место 50 здесь занимает умение журналиста импровизировать, так как ход дискуссии не всегда может быть предсказуем, и домашними заготовками обойтись не получится. [С.Ф. Платонов. Телевидение в системе СМИ. 14 с.]. В последнее время у нас появилась важная разновидность дискуссии - предвыборные теледебаты, где мировая практика предписывает помимо заявлений претендентов их словесную «дуэль»: один отвечает на неловкие вопросы другого, затем роли меняются. Ведущий (модератор) при этом обязательно сохраняет нейтральность.

Если он станет «подыгрывать» какой-либо стороне - это станет концом его журналистской карьеры. Важнейший принцип: ведущий дискуссии не является ее участником, не становится на сторону кого-либо из собеседников. Безусловно, он имеет право выражать сомнение или ставить под вопрос чье-то мнение - все это необходимый арсенал ведения передачи. Часто судят о личности ведущего по тому, как он держится с высокопоставленными гостями. Отрицательную реакцию аудитории вызывает как невоспитанность и грубость, так и льстивое заискивание.

В интервью и ток-шоу любого вида первостепенное значение имеет быстрота реакции ведущего, остроумие, дружелюбие, контактность. «Круглые столы», или беседа □

разновидность передач, на которых собираются сторонники противоположных мнений. Журналист в этом случае из интервьюера превращается в модератора. Он и участник беседы, он и организатор, гостеприимный хозяин. Беседа (круглый стол) может быть формой отдельной передачи, либо фрагментом в передаче наряду с другими жанровыми формами. жанр может быть усложнен посредством телемоста такого же формата в другом городе. Столкновение различных точек зрения в разговоре нередко приводит к эволюции жанра: беседа перерастает в дискуссию.

Дискуссия заменяет беседу все чаще - это соответствует стилю жизни в условиях многообразия мнений и суждений, динамики общественных изменений, уровню социальной активности. В беседе чаще всего принимают участие более двух человек. Эти передачи бывают довольно острыми. Поэтому ведущий заранее должен продумать свою тактику, изучить опубликованные высказывания будущих собеседников и возможное развитие событий в их споре. Глубокое знание сути проблемы есть важнейшее условие работы в такой передаче. Ведущий следит за справедливым распределением времени высказываний. Его задача - не «потерять тему», не давать участникам уходить от предмета спора, который может быть очерчен и в предварительной беседе, до эфира.

Всегда есть и другая опасность - потерять горячность и спонтанность, т. е. как раз то, что является особенностью передачи. Журналиста □ организатора общения в студии иногда сравнивают с катализатором химического процесса. Как известно, это вещество само не участвует в реакции, но без него реакция не идет. Сравнение достаточно точное. Какой бы служебной ни казалась роль модератора, но одно лишь присутствие того или иного из известных журналистов в корне меняет сам характер телевизионной передачи. Для молодого журналиста амплуа модератора едва ли уместно: любое замечание из его уст (даже о необходимости соблюдать время и заканчивать высказывание) выглядит как нарушение этических норм по отношению к старшим. Г. В Кузнецов, А. Я. Юровский. Телевизионная журналистика. 193 с.

Шоумен, ведущий «ток-шоу», или, по старой терминологии, «массовой передачи».

Слово «шоу» напоминает о том, что из словесной ткани искусно плетется нечто цельное, разговор становится зрелищем. В «ток-шоу» может быть превращено обсуждение подготовки крупного города к зиме или конкурс архитектурных проектов. Для работы в ток-шоу недостаточно иметь журналистский опыт. Известны случаи, когда неудачу в жанре ток-шоу терпели некоторые известные российские журналисты, привыкшие вести интервью с одним □ двумя собеседниками и почувствовавшие неуверенность, оказавшись перед двумя сотнями незнакомых людей. «Держать» такую большую группу, формируя из людских характеров, темпераментов, пристрастий единое зрелище, □ особая профессия.

Это, так сказать, «массовик-затейник» высшего класса. Возможно, эта работа требует больше актерских, нежели журналистских, навыков. Работа талантливого шоумена поражает широтой возможностей ведущего: его эрудиция, такт, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели должны приводить к поиску истины через диалоги и, тем самым, оказывать огромное духовное воздействие на телезрителей. Такие передачи не должны сводиться к звучащей в них вербальной информации, здесь все важно: выражения лиц, сомнения, паузы - и скрепляющая все печально-оптимистическая улыбка ведущего. В подобных передачах, можно только догадываться, сколь тщательно готовился журналист к этим беседам».

## **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей. – М., 1998.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7**

## Радиовещательная программа

(2 часа)

### Основные вопросы занятия

- Программа как жанрово-тематическая структура радиовещания.
- Процесс создания радиопрограммы (этапы программирования): прогнозирование, перспективное и календарное планирование, верстка и выпуск в эфир.
- Основные структурно-тематические разделы радиопрограммы: информационно-публицистический; художественно-игровой; развлекательный.
- Культурно-просветительный и учебно-образовательный – разделы, исчезающие из структуры современного радио.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данном СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

### Задачи:

- закрепление знаний о процессе создания радиопрограммы;
- осмысление специфики основных структурно-тематические разделов радиопрограммы; – формирование навыков анализа деятельности культурнопросветительного и учебно-образовательного направления деятельности современного радиовещания;
- развитие аналитических способностей студентов;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности; расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## СОДЕРЖАНИЕ

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

### II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

-  История программирования
-  Тайм-слот
-  Блоковое программирование
-  Соединение
-  Кросспрограммирование
-  Деление дня

### III. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

1). Жанрово-тематическая радиопрограмма о развитии сельского хозяйства.

2) Особенности радиопрограмм о молодежной политике в России.

3) Программирование радио «Роскосмос»

#### **IV. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 8.

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

3. Подготовка двух материалов с использованием одного из информационных и одного из аналитических жанров журналистики. Выбор темы самостоятельный. Работа строится с использованием следующих этапов:

- замысел;
- сбор информации;
- план материала;
- написание текста;
- редактирование текста;
- озвучивание и запись на цифровой носитель.

#### **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.

2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.

3. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей. – М., 1998.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8**

#### **Радио как процесс коммуникации**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Целостная модель: коммуникатор – сообщение – канал – аудитория.
- СМИ и социальное управление.
- Методы и средства исследования аудитории. Интервью, анкетирование, дневник зрителя; электронные методы (ауди-метр).
- Типологическая выборка аудитории, фокус-группы.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о радио как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данном СМИ; осмысление современного положения дел и перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир, проблемы отношений СМИ и аудитории, вопросов социального управления с помощью СМИ.

#### **Задачи:**

- формирование представлений о целостной модели «коммуникатор – сообщение – канал – аудитория»;
- закрепление знаний о СМИ и социальном управлении; формирование навыков анализа исследования аудитории. методами и средствами: интервью, анкетирования, дневников зрителя; электронные методов и т.д.;
- закрепление знаний о типологической выборке аудитории, фокус-группах.
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Целостная модель: коммуникатор – сообщение – канал – аудитория.
2. СМИ и социальное управление.
3. Методы и средства исследования аудитории. Интервью, анкетирование, дневник зрителя; электронные методы (ауди-метр).
4. Типологическая выборка аудитории, фокус-группы.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Прочитайте отрывок из автореферата диссертации о СМИ и социальном управлении. Аргументируйте свою позицию по отношению к выводам автора.

*«В современной России средства массовой информации (СМИ) выступают важнейшим инструментом формирования общественного сознания, отношения каждого члена общества к сложившейся экономической, политической, социальной ситуации, а также к культуре, моде.*

*В настоящее время на информационном пространстве России активно взаимодействуют три реальности: государственная власть, общество и рынок. На управленческую деятельность любой организации оказывают влияние внешняя и внутренняя среда управления. Учитывая рыночную конкуренцию, политические и социально-экономические интересы властных структур, общественные запросы, руководители организаций СМИ вынуждены искать оптимальные модели управления коллективом.*

*В условиях постоянного ускорения темпов научно-технического прогресса и интеллектуализации информационного бизнеса главным источником развития и повышения конкурентоспособности социальных организаций СМИ является персонал. Поэтому исследование различных моделей управления персоналом организации СМИ и мотивации персонала на труд становится важным звеном формирования высокопрофессионального коллектива. Анализ литературы по теме диссертационной работы показывает, что различные аспекты социального управления организациями нашли отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых.*

*Решению проблем управления посвящены работы зарубежных исследователей: Ф. Тейлора, А. Файоля, М. Вебера, Э. Мэйо, А. Маслоу, Ф. Херцберга, Д. Макгрегора, П. Друкера и других. Многие авторы исследовали проблемы управления организационными отношениями, культурой организации, мотивацией на труд и стимулирования работников в трудовых коллективах. Так, например, концепции организационной культуры и анализ ее составляющих изложены в работах И.В. Грошева, В.Д. Козлова, О. Родина, В.А. Сливака, В.В. Томилова и других. Теоретическое обоснование взаимосвязи организационной культуры с различными процессами управления социальной организацией рассмотрено в работах Е.П. Ильина, А.Я. Кибанова, Н.П. Пищулина, А.Г. Поршинева, Т.О. Соломанидиной, Э.А. Уткина, С.А. Шапиро и других. Типологию организационной культуры разрабатывали К. Камерон, Р. Куинн, У.*

Нойман, Т. Дил, А. Кеннеди, Ф. Уайти, Г. Хофстед, Э. Шейн и другие. Теории и практике управления социальными организациями СМИ посвящены работы зарубежных исследователей П. Бурдьё, Дж. Виллиса, Р. Каплана, Д. Нортон, Д. Б. Уиллиса, К. Финка, П. Шампань и других. Исследованиям в области социологии управления организациями СМИ в современной России посвящены работы К. В. Ветрова, С. М. Гуревича, А. Б. Зверинцева, Е. Л. Вартановой, В. В. Ворошилова, А. И. Верховской, Н. Н. Мироненко и других. 58 При подготовке и проведении эмпирического исследования автором использовались работы И. Ф. Девятко, А. И. Кравченко, Д. Ж. Марковича, Г. В. Осипова, В. А. Ядова и других авторов.

Таким образом, общие проблемы социального управления организациями исследовались и анализировались многими учеными, но, отмечая важность полученных результатов, следует констатировать, что социальное управление организациями СМИ осталось недостаточно освещенным. В настоящее время в российской социальной теории сложилось реальное противоречие между необходимостью повышения уровня эффективности социального управления с целью создания высокопрофессионального коллектива и недостаточным уровнем развития научно-методического обеспечения управленческих структур для решения задач, связанных с повышением эффективности социального управления организациями СМИ.

В связи с этим выдвигается гипотеза: основными условиями разрешения противоречия являются: совершенствование механизмов социального управления организациями СМИ; всесторонний учет воздействий социальной среды управления; разработка новых путей совершенствования социального управления с учетом реализованности творческого потенциала персонала организаций СМИ. Основные положения, выносимые на защиту:

1. Сущность социального управления организациями СМИ заключается в осуществлении целенаправленных комплексных административных и неформальных (неадминистративных) воздействий на персонал с целью создания высокопрофессионального коллектива для повышения конкурентоспособности создаваемого товара на информационном рынке. Содержание социального управления организациями СМИ состоит в совокупности организационно-оформленных подразделений и управленческих связей между ними, при осуществлении которых реализуется взаимодействие между организациями СМИ и различными социальными институтами.

2. Социальные организации средств массовой информации – особые, относительно самостоятельные системы социальных групп, созданные для передачи информации массовой аудитории. Социальные организации СМИ отличаются спецификой производственной деятельности. Основным источником существования современных организаций СМИ является доход от рекламы. Структура трудового коллектива организаций СМИ включает управленческий, творческий и производственный персонал. Эти отличия обуславливают необходимость разработки научно-методического обеспечения путей совершенствования социального управления с целью обеспечения конкурентоспособности организации СМИ на информационном рынке.

3. Эффективность социального управления организациями СМИ определяется общими (комплексными и временными) критериями макроуровня и частных критериями микроуровня и оценивается количественными и качественными показателями. К комплексным критериям относятся: ценностно-рациональный, целерациональный и прагматический. К временным критериям относятся: долгосрочные (выживание), краткосрочные (производство, производительность и удовлетворенность персонала организацией) и промежуточные (адаптивность и развитие организации). Макроуровень социального управления оценивается показателем общественной полезности (качество продукции, комфортность приобретения, деловое общение). Микроуровень – показателем удовлетворенностью трудом в организации СМИ.

4. На развитие и совершенствование социального управления организациями СМИ оказывает влияние совокупность факторов внешней и внутренней среды организации. Факторы внешней среды включают факторы косвенного (экономические, политические, демографические и др.) и прямого (органы законодательной власти и местного самоуправления, информационный рынок) воздействия. К факторам внутренней среды относятся организационная культура, условия труда, система стимулирования и мотивации

на труд, социально-психологический климат и уровень социальной защищенности персонала.

5. Основными путями совершенствования социального управления организациями СМИ являются: □ совершенствование нормативной правовой базы, обеспечивающей деятельность социальных организаций СМИ; □ оптимизация системы отбора и найма персонала, □ улучшение условий труда и социального климата в коллективе; □ разработка и внедрение способов материального и морального стимулирования; □ повышение уровня образования и квалификации сотрудников; □ усовершенствование систем внешней и внутренней коммуникации». (Шуба Сергей Алексеевич. Социальное управление организациями средств массовой информации: диссертация кандидата социологических наук - Москва, 2008)

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Современные технические устройства в арсенале радиожурналиста. Цифровые диктофоны, наушники, микрофоны.
2. Особенности записи и воспроизведения звука на современных технических устройствах. Микшер как системный узел в технологической цепи на радио.
3. Компьютерная обработка звука. Работа с программным обеспечением Sound Forge. Основные приёмы записи, сохранения и обработки звуков.

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 9.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 9.
3. Анализ образцов литературы по теме практического занятия № 9.

#### **Список литературы**

1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей.– М., 1998.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9**

### **Радио в современном мире**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

- Коммерциализация электронных СМИ – общемировая тенденция.
- Реклама как творчество.
- Технические, социально-политические и творческие перспективы развития телевидения.

**Цель:** формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях теле- и радиовещания; рассмотрение основных технологий, применяющиеся в данных СМИ; осмысление современного положения дел и

перспектив развития технологий сбора, обработки и передачи информации в эфир.

### **Задачи:**

- формирование представлений о коммерциализации электронных СМИ как общемировой тенденции;
- закрепление знаний о технических, социально-политических и творческих перспективах развития радиовещания;
- закрепление знаний о креативной сущности рекламы;
- развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;
- воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Как и почему начался процесс коммерциализации радио?
2. Охарактеризуйте рекламу как творчество.
3. Каковы технические перспективы развития радиовещания?
4. Каковы социально-политические перспективы развития радиоканалов?
5. Каковы творческие перспективы развития радио?

**III. Выполнение практических заданий по теме занятия**

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

1. Психологические основы рекламной деятельности на телевидении.
2. Реклама на радио: специфика подготовки.

**IV. СРС**

Подготовьте обоснованные ответы, почему вы выбрали тот или иной ответ.

- 1). Манипулирование общественным мнением проявляется как дисфункция
  - а) функции пропаганды;
  - б) рекламной функции;
  - в) функции формирования и выражения общественного мнения;
  - г) воспитательной функции.
- 1). Какую функцию выполняют радиолекции?
  - а) воспитательную;
  - б) функцию просвещения;
  - в) рекреативную функцию;
  - г) эстетическую функцию.

## **Список литературы**

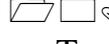
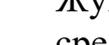
1. Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М., 2002.
2. Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. – М., 2005.
3. Хорвиц Р. Руководство для начинающих радиовещателей. – М., 1998.

4. Борисов,Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст]: учебное пособие /
- 5.Рогожин, М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие / М. Ю. Рогожин. – 2-е изд., доп. – М.: РДЛ, 2004. – 224 с.

## Основная учебная литература

-  Ключи к эфиру: в 2 кн. Кн. 1: Радиожурналист и политика / Под ред. Г.А.Шевелева. □ М.: Аспект Пресс, 2007. 205 с.
-  Ключи к эфиру: в 2 кн. Кн. 1: Основы мастерства / Под ред. Г.А.Шевелева. □ М.: Аспект Пресс, 2007. 250 с.
-  Радиожурналистика: учебник/ Под ред. А.А. Шереля. □ М., 2005. 480 с.
-  Тулупов, В.В., Колосов, А.А., Цуканова, М.И. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет: Уч./ Под ред. В.В. Тулупова. Спб., 2008.

## Дополнительная учебная литература

-  Время работать на радио / Под ред. Е.Н. Филимоновых. □ М., 2002.
-  Глейзер М.С. Радио и телевидение в СССР. Даты и факты (1917—1986). □ М., 1989.
-  Гоголь А., Никодимов И., Рейман Л. Развитие связи в России. Из истории в будущее. □ Спб., 2001.
-  Егоров, В.В. Телевидение: теория и практика : учебное пособие / В.В. Егоров. – М. : Изд-во МНЭПУ, 1993.
-  Ефимова, Н.Н. Культура работы со звуком в эфире : учебное пособие / Н.Н. Ефимова. – М. : Изд-во ИПК РТР, 2003.
-  История советской радиожурналистики: Документы. Тексты. Воспоминания/ Сост. Т.М. Горяева. □ М., 1991.
-  Колесников, В.М. Лазерная звукозапись и цифровое радиовещание. М., 1991.
-  Лукина М.М. Технология интервью. □ М., 2003.
-  Олефиренко П.П. Техника и технология радиовещания. Жуковский, 2000. 17. Почкай, Е.П. Технология СМИ. Выразительные средства телевидения и радио: учебное пособие / Е.П. Почкай. – СПб., 2000.
-  Радиожурналистика : учебник / под ред. А.А. Шереля. – 2-е изд. – М. : Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002.
-  Строкач, А.А. Основы радиотелевизионной журналистики : учебное пособие. Ч. II / А.А. Строкач ; под ред. В.А. Ар-тёмова. – М. : Изд-во МГИМО(У), 2001.
-  Радио: музыкальное, новостное, общественное/ Под ред. В.А. Сухаревой. □ М., 2001.
-  Радиожурналистика в системе профессиональных координат/ Под ред. Д.В. Васильевой В.Г. Осинского, Г.Р. Петрова. Ч.1. □ СПб., 2002. 23. Телевизионная журналистика : учебник / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Моск. ун-та «Наука», 2005