

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 06.02.2025 10:41:57
Уникальный программный ключ:
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943d74a4851fda5610019

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

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

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



О.Г. Локтионова
2022 г.

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

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

Курск 2022

УДК 82

Составители: Т.В. Летапурс, И.А. Михайлов

Рецензент

Кандидат филологических наук, доцент Беспалова Е.А.

Телевизионная журналистика: методические указания к практическим занятиям и СРС/ Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Т.В. Летапурс, И.А. Михайлов. – Курск, 2022. 27 с. Библиогр.: с. 27.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям и СРС по дисциплине «Телевизионная журналистика», 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 *1.192* 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 «Телевизионная журналистика» 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

Телевидение в общественно-политическом и социокультурном контексте (2 часа)

Основные вопросы занятия

- Потребность в информации как стимул возникновения и развития средств информирования.
- Формирование телевидения 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 телевидения в 70-е гг. Гостелерадио СССР и его роль в расширении общественно-политического раздела вещания (1969-1985 гг.)
- Телевизионное вещание периода перестройки (1985-1991 гг.)
- Распад СССР, изменение структуры и статуса общегосударственного телевидения.

Цель: формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевещания; 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 телевещания
- знакомство с классификацией способов доставки тв-сигнала
- 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 телевидения.
2. История становления отечественного телевидения.
3. Телевидение в СССР. телевидение в России в период с 1984 по 1991 гг.
4. Развитие телевидения в России 1991 – 2010 гг.
5. Современное отечественное и зарубежное телевидение.
6. Телесюжеты в интернете.

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме

Прочитайте статью и сделайте тезисы основных идей автора:

Раскладкина М.К. ИНТЕРНЕТ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА И ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА

«Разработчики портала —Smi.ru - средства массовой информации в интернете» медиа-ресурсы классифицируют по четырем типам: —бумажные» (т.е. сетевые версии традиционных СМИ), сетевые СМИ (не имеющие традиционных аналогов), сетевые агентства (занимающиеся поиском информации и распространением по различным каналам, включая интернет), электронные СМИ (сайты радио- и телеканалов). Иван Давыдов, руководитель исследовательского отдела интернет-департамента ФЭП, предлагает более подробную классификацию:

1. собственно сетевые издания (то есть такие, которые выходят только в интернете);

2. сетевые версии традиционных СМИ.

Далее сетевые СМИ могут быть подразделены по типу представленного на них контента; здесь возможны две классификации:

1. новостные, комментарийные, смешанные;

2. авторские, редакционные, смешанные.

Возможны также классификация по тематике: □ монотематические (внутри этой группы деление может стать почти бесконечным ввиду обилия вариантов представленных монотематических ресурсов) и политематические; и классификация по принадлежности: принадлежащие государству; принадлежащие медийным □ группам; политическим группам; бизнес-группам; независимые (впрочем, на данный момент не существует сколько-нибудь значимых независимых медийных ресурсов).

Кроме того, существенно деление, которое, несмотря на используемую терминологию, относится не столько к географическому положению редакций конкретных ресурсов, сколько к аудитории, на которую данные ресурсы ориентированы в первую очередь: общероссийские ресурсы; региональные ресурсы (к данному типу могут быть отнесены также зарубежные русскоязычные ресурсы, ориентированные на относительно узкие диаспоры).

В ранее делавшихся попытках классификаций уделялось также внимание различным элементам интерактивности внутри ресурсов разных типов. В настоящее время элементы интерактивности не играют существенной роли для наиболее значимых медийных интернет-ресурсов. Многие лидирующие проекты внутри этого сектора вообще не имеют интерактивных элементов [Давыдов И., 2000]. Вопрос классификации может показаться узкопрофессиональным, но он видится важным в силу необходимости определения места и роли Интернет-СМИ в системе традиционных средств массовой информации. Какой видят исследователи журналистику в мире новых технологий? Можно выделить следующие аспекты изучения проблемы:

1) работа журналиста, использующего новые технологии, в традиционных медиа;

2) работа журналиста, формирующего собственно сетевой контент;

3) интеграция традиционных СМИ и новых медиа, ее роль в создании новой информационной среды.

В каждом случае внимания заслуживают следующие аспекты: социальная сущность журналистики; технологическая сущность; профессиональные критерии; профессиональные особенности. В рамках подхода к теме рассмотрим некоторые из них, удостоенные внимания исследователей и практиков. М.В. Шкондин, определяя суть единой общей функции массовой

коммуникации в любой сфере деятельности —...в том, чтобы обеспечить переход индивидуальных, групповых духовных продуктов, которые в процессе развития условий жизни общества создаются или приобретают социальное значение, в достояние общественного сознания, создать механизмы хранения, потребления, использования этих продуктов соответствующей массовой аудиторией», утверждает, что организация этой функции принадлежит средствам массовой коммуникации. СМИ же организуют массовую коммуникацию, —выполняя общие функции по отношению к различным сферам творческой, созидательной деятельности, обеспечивая усвоение этих продуктов массовой аудиторией, ее различными составляющими» [Шкондин М.В., 2003. - С.14]. Исследователь высказывает опасение по поводу отождествления понятий —средства массовой информации» и —средства массовой коммуникации», а также наметившихся в научной литературе акцентов на коммуникативной функции журналистики.

Недооценка информационно-производящей функции журналистики как самодостаточной творческой деятельности может отрицательно сказаться на развитии средств массовой информации в новом столетии. Известный исследователь в области информационного общества профессор Елена Вартанова, заместитель декана факультета журналистики МГУ, утверждает, что интернет-журналистике принадлежит будущее. «У нас ни одно СМИ — и это уникальная российская ситуация — не сумело сохранить единое информационное пространство. Газеты в силу многих причин превратились в региональные или местные. Общациональных ежедневных газет практически не сохранилось. Телевидение, сохранив универсальный доступ к населению, извратило понятие —средство массовой информации», вернувшись к старой модели —средства массовой пропаганды» или —средства массового развлечения».

У Интернетжурналистики в России появилась задача, своего рода вызов, который многих журналистов делает создателями единого общационального информационного пространства. Есть проблемы с достоверностью, этикой, но журналистика в Интернете лучше, чем во многих других видах СМИ» [Вартанова Е., 2003]. Во взглядах на технологическую сущность журналистики новых медиа исследователи расходятся. Е. Вартанова [Вартанова Е., 2003] считает, что суть профессии сохранилась в силу того, что журналист как был создателем контента, информации, текста (под текстом в СМИ понимается все, что создано журналистом -и собственно текст, и фотография, и видео), так им и остался. В способах доставки контента как раз и произошли настолько радикальные изменения, что кажется, будто журналистика поменяла свою суть.

Однако сохранилась творческая составляющая и необходимость создавать текст. Профессор Дитрих Ратцке, директор Свободного российско-германского института публицистики при МГУ им. Ломоносова, предполагает, что в будущем главной задачей журналиста будет подготовка такой информации, которую адресат бы мог использовать, не прикладывая больших усилий.

Он должен освободить адресата от большей части работы. Новым журналистам в электронных текстовых СМИ будет не столь важно давать комментарий [Ратцке, 1998. - С. 133]. 16 Б.Н. Лозовский, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Уральского госуниверситета, высказывает опасение, что журналистика потеряет значение профессии, заключающейся в поиске и обработке новости, в связи с увеличением количества вторичной информации, так называемого —бэкграунда» (это информация из вторых рук, которая уже кем-то собрана, обработана и выдана в свет), снижением критерия к ее отбору. —Компьютеризация <...> означает облегчение журналистского ремесла, но она

сопровождается более высокими интеллектуальными требованиями к самому труду журналиста» [Лозовский Б., 1998. - С. 176].

Компания Rainier, проведя в феврале 2002 г. исследование об использовании журналистами интернета, заключает: —Данные показывают, что интернет сделал журналистов более ленивыми в получении собственной информации... в связи с чем публикуемые в сети новости должны быть качественнее, чем когда-либо» (Цит. по: Бедулин). Все возрастающую роль интернета как вторичного коммуникативного канала, одного из основных источников получения информации для журналиста, подтверждает исследование, проведенное журналом —СРЕДА», на тему —Использование в средствах массовой информации ресурсов Интернет» [Там же]. Ставилось целью выявить влияние глобальной Сети на работу журналистов. 43% опрошенных заявили, что основным источником получения новостей для них является интернет.

В среднем 38,2% материалов готовится с использованием глобальной сети, основная роль которой при этом - —дополнение цифрами и фактами о событиях». На вопрос о доверии к информации, полученной в интернете, положительно ответили 96% опрошенных. Последний тезис, по нашему мнению, требует пристального внимания и изучения. Столь высокая степень доверия к указанному каналу информации может объясняться существующим в сознании потребителя мифом о —неподконтрольности», —независимости» сетевых ресурсов либо элементарным незнанием структуры сети, технологии и идеологии размещения материалов, неумением отличать качественные источники от каналов дезинформации и —PRупражнений».

Называются различные технологии, широко используемые через интернет в политическом пиаре: отмыв информации, имитация субъекта, технология компромата, распространения слухов и т.д. [Щепилова Г., 2001. - С.43]. Интернет как полимедиа-среда в силу специфических особенностей дает современным политикам новые возможности по сравнению с классическими средствами массовой информации и коммуникации. Этот тезис прекрасно иллюстрирует доклад Фонда эффективной политики —Использование интернет-технологий в решении коммуникативных проблем в сфере политики и бизнеса. Теория и практика» (ФЭП, 2001. - www.fep.ru), а конкретно -его раздел, посвященный конкретным схемам решения коммуникативных задач посредством интернет-технологий. Многие из этих схем использовались или используются до сих пор в журналистской практике интернет-СМИ для публикации тех или иных фактов и мнений, которые по тем или иным причинам не могут быть поданы в явном виде

Отдельно в этом ряду стоит проблема первоисточника, полученная интернетом —в наследство» от традиционных СМИ. —Ссылаться на агентство Reuters, CNN или Associated Press все уже научились. А как доходит дело до Интернета -воцаряется гробовая тишина, наводящая на мысль о том, что информация, которую ты уже читал в Сети две-три недели назад, самозародилась в данном конкретном СМИ самым что ни на есть волшебным образом» [Носик А., 1999]. 17 В той степени, в какой имеются различия в специфике выпускаемого информационного продукта, его структуре и системе производства, принципиальные отличия имеет и технология работы редакций традиционного СМИ и сетевого издания.

Для нас эти различия играют определенную роль, поскольку связаны с характеристиками производимого контента, о чем будет сказано ниже. Для сравнения выбраны следующие параметры: контроль качества контента, контроль формата, контроль графика, контроль внешнего вида издания».

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

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

V. СРС

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

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.
2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
3. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

Телевидение и общество

(2 часа)

Основные вопросы занятия

- Общественные функции телевидения (информационная, культурно-просветительская, социально-педагогическая, организаторская, образовательная, рекреативная, интегративная).
- Идеальная модель и реальная практика; телевидение и политика; телевидение и культура; телевидение и проблема социальной интеграции.
- Перспективные направления развития телевидения. Кабельное ТВ. Вещание через искусственные спутники Земли. Стриминговое вещание. Телеурналистика в электронных сетях (Интернет).

Цель: формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевещания; 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 телевидения, (информационной, культурно-просветительской, социально-педагогической, организаторской, образовательной, рекреативной, интегративной):

- закрепление знаний об идеальной модели и реальной практике; о соотношении телевидения и политики, телевидения, радио и культуры; о решении с помощью телевидения проблемы социальной интеграции;
- формирование представлений о перспективных направлениях развития телевидения: о кабельном ТВ, вещании через искусственные спутники Земли;
- закрепление знаний о журналистике в электронных сетях (Интернете); предвидимых перспективах развития ТВ в XXI столетии;
- 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 телевидения:

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

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

3. Каковы политические ресурсы телевидения?

4. Как решается на телевидении проблема социальной интеграции? 6. Охарактеризуйте перспективные направления развития телевидения.

5. Охарактеризуйте свойства кабельного ТВ. В чем его преимущества и недостатки?

6. Как осуществляется вещание через искусственные спутники Земли?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

1. Место телевидения в системе коммуникации.
2. Социологические основы телевидения.
3. Этические и эстетические основы телевидения.
4. Функциональная составляющая телевидения

IV. 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 телевидения относится рекламная функция?
 - а) информационной;
 - б) социального управления обществом;
 - в) культурно-просветительской;

г) интегративной.

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

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

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
2. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.
3. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст]: учебное пособие /
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 телевидения

(2 часа)

Основные вопросы занятия

- Язык экрана; его элементы – кадр, план, ракурс, монтаж, звучащее слово. Виды монтажа, его цели (технический, конструктивный, художественный).
- Монтаж как средство отражения и выражения (внутрикадровый и междукадровый, параллельный и перекрестный, ассоциативный и дистанционный).
- Работы С. Эйзенштейна и В. Пудовкина о монтаже.
- Работы Д. Вертова и Э. Шуб, их значение для телевидения.
- Профессия оператора – между техникой и искусством.
- Режиссура телевизионного эфира.
- Проблема соотношения слова и изображения в телевидении.

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:

- закрепление знаний о выразительных средствах экрана
- формирование представлений об особенностях режиссуры телевизионных программ
- 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

- Понятие «монтаж».
 - Принцип Льва Кулешова.
 - Понятие «крупности планов».
 - Принципы (законы) монтажа.
 - Виды (приёмы) монтажа.
 - Понятие «многокамерная съёмка»: особенности и сфера применения.
 - Схема расстановки камер при трансляции спортивного состязания.
 - Понятия «мизансцена», «мизанкадр», «внутрикадровый монтаж».
- Мизансцены «открытого» и «закрытого» типа.
- Расстановка телевизионных камер и монтажных фраз, которыми они снимаются.

Контрольные вопросы

1. В чем проявляется принцип монтажа Льва Кулешова?
2. Каковы основные принципы (законы) монтажа?
3. Какие существуют виды (приёмы) монтажа?
4. Каковы особенности и сфера применения «многокамерной съёмки»?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

1. Каковы особенности режиссуры программы разговорного формата?
2. Что лежит в основе драматургии?
3. Каковы основные элементы мультимедийного образа?
4. Какова роль ведущего в программе?
5. Особенности режиссуры программ разговорного формата, в основе драматургии которых лежит «диалог». Их разновидности, эфирное позиционирование в сетке вещания.

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

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.
2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
3. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Система жанров телевизионной журналистики

(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:

- закрепление знаний о жанрах журналистики
- осмысление специфики телевизионного документального кино
- 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

Съемка ток-шоу. Этапы подготовки

- Техническая и творческая сторона.
- Съемка ток-шоу.
- Этапы подготовки к съемке телевизионного ток-шоу.
- Подготовка ведущего ток-шоу к работе в студии.

- Этапы работы с гостями в студии.
- Специфика работы модератора аудитории в студии.
- Съёмка ток-шоу в павильоне учебной телестудии.
- Монтаж телевизионного ток-шоу в аппаратной учебной телестудии.

Контрольные вопросы

1. Каковы особенности подготовки к съёмкам ток-шоу. Выбор темы.
2. Как осуществляется подбор гостей для ток-шоу?
3. Как осуществляется съёмка ток-шоу в павильоне учебной телестудии?
4. Что представляет собой монтаж телевизионного ток-шоу в аппаратной учебной телестудии?

III. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Фил Донахью – «отец» ток-шоу. Первые ток-шоу на ТВ
- Телемост Ленинград - Сизтл.
- Владислав Листьев как основатель жанра в России. Появление и зарождение жанра ток-шоу в России. Особенности стиля ведения ток-шоу.
- Трансформация жанра ток-шоу на российском ТВ.

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:
 - Первый;
 - НТВ;
 - РЕН-ТВ;
 - МАТЧ-ТВ;
 - КУЛЬТУРА.
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. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.
2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
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.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Работа над сценарием экранного произведения

(2 часа)

Основные вопросы занятия

- Понятие «художественный образ». Его компоненты.
- Основные пространственно-временные виды искусства (театр, кино, телевидение).
- Особенности понятия «художественный «образ» для современного телевизионного искусства.
- Сравнительная характеристика пространственно-временных видов искусств (телевидение, кино, театр).
- Профессия «режиссёр» – история и истоки. Профессия «режиссёр телевидения».
- Круг обязанностей режиссёров телевидения различных специализаций.

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:

- закрепление знаний о пространственно-временных видах искусства
- формирование представлений об профессии режиссера телевидения
- 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

- Понятие «художественный образ». Его компоненты.
- Основные пространственно временные виды искусства (театр, кино, телевидение).
- Особенности понятия «художественный «образ» для современного телевизионного искусства.
- Сравнительная характеристика пространственно-временных видов искусств (телевидение, кино, театр).

- Профессия «режиссёр» – история и истоки. Профессия «режиссёр телевидения».
- Круг обязанностей режиссёров телевидения различных специализаций.

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Прочитайте текст и составьте своё отношение к изложенным характеристикам профессиональной деятельности режиссера телевидения.

«Общие положения

1.1. Должность «Режиссер телевидения» относится к категории «Профессионалы».

1.2. Квалификационные требования полное высшее образование соответствующего направления подготовки (магистр, специалист). Без требований к стажу работы.

1.3. Знает и применяет в деятельности: постановления, распоряжения, приказы и другие нормативные документы органов высшего уровня, определяющие требования к художественному уровню радиопрограмм; информацию об общественно-политических событиях, состоянии и перспективы развития хозяйственной, научной и культурной жизни в стране и за рубежом; передовой отечественный и зарубежный опыт режиссерского мастерства; творческий процесс и технологию создания радиопередач; основы трудового законодательства, экономики, методические рекомендации по регламентации деятельности творческих работников; правила и нормы охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.

1.4. Режиссер телевидения назначается на должность и освобождается от должности приказом по организации (предприятию/учреждению).

1.5. Режиссер телевидения подчиняется непосредственно _____

1.6. Режиссер телевидения руководит работой _____.

1.7. Режиссер телевидения во время отсутствия, замещается лицом, назначенным в установленном порядке, которое приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее выполнение возложенных на него обязанностей.

2. Характеристика работ, задачи и должностные обязанности

2.1. Осуществляет в соответствии с календарно-тематическим планом вещания творческо-производственный процесс создания радиопрограмм.

2.2. Участвует в разработке тематического плана отдела (редакции).

2.3. Обеспечивает выполнение комплекса работ по подготовке программы.

2.4. Способствует обеспечению техническими средствами соответствующих передач.

2.5. Оказывает творческую помощь авторам в процессе работы над сценарным планом.

2.6. Разрабатывает совместно с творческой группой режиссерский (рабочий) сценарий, при этом адекватно трактуя авторский замысел; проект календарно- 40 постановочного плана (график производства), смета расходов (расчет основных расходов) и подает их на утверждение.

2.7. Участвует в разработке звукового решения передачи.

2.8. Подбирает и представляет на утверждение в установленном порядке состав исполнителей и основных участников передач.

2.9. Проводит репетиции, записи, монтаж передач, выпуск их в эфир в установленные сроки.

2.10. В случае необходимости работает за пультом.

2.11. Обеспечивает соблюдение графика производства, рациональную организацию труда творческой группы и бригады обслуживающих работников, экономное использование выделенных технических ресурсов.

2.12. Сдаст вместе с редактором готовую передачу.

2.13. Подписывает репетиционно-явочные листы, другие финансовые документы.

2.14. Руководит творческой группой и бригадой обслуживающих работников, которые

создают передачу, поддерживает творческую атмосферу в коллективе, работает над совершенствованием видов и форм речи.

2.15. Знает, понимает и применяет действующие нормативные документы, касающиеся его деятельности.

2.16. Знает и выполняет требования нормативных актов об охране труда и окружающей среды, соблюдает нормы, методы и приемы безопасного выполнения работ.

3. Права

3.1. Режиссер телевидения имеет право предпринимать действия для предотвращения и устранения случаев любых нарушений или несоответствий.

3.2. Режиссер телевидения имеет право получать все предусмотренные законодательством социальные гарантии.

3.3. Режиссер телевидения имеет право требовать оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и осуществлении прав.

3.4. Режиссер телевидения имеет право требовать создание организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей и предоставление необходимого оборудования и инвентаря.

3.5. Режиссер телевидения имеет право знакомиться с проектами документов, касающимися его деятельности.

3.6. Режиссер телевидения имеет право запрашивать и получать документы, материалы и информацию, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей и распоряжений руководства.

3.7. Режиссер телевидения имеет право повышать свою профессиональную квалификацию.

3.8. Режиссер телевидения имеет право сообщать обо всех выявленных в процессе своей деятельности нарушениях и несоответствиях и вносить предложения по их устранению.

3.9. Режиссер телевидения имеет право ознакомливаться с документами, определяющими права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.

4. Ответственность

4.1. Режиссер телевидения несет ответственность за невыполнение или несвоевременное выполнение возложенных настоящей должностной инструкцией обязанностей и (или) неиспользование предоставленных прав.

4.2. Режиссер телевидения несет ответственность за несоблюдение правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

4.3. Режиссер телевидения несет ответственность за разглашение информации об организации (предприятии/учреждении), относящейся к коммерческой тайне.

4.4. Режиссер телевидения несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение требований внутренних нормативных документов организации (предприятия/учреждения) и законных распоряжений руководства.

4.5. Режиссер телевидения несет ответственность за правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством.

4.6. Режиссер телевидения несет ответственность за причинение материального ущерба организации (предприятию/учреждению) в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством.

4.7. Режиссер телевидения несет ответственность за неправомерное использование предоставленных служебных полномочий, а также использование их в личных целях».

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

1. Каковы основные компоненты художественного образа?

2. Охарактеризуйте основные пространственно временные виды искусства.

3. Дайте сравнительную характеристику пространственно-временных видов искусств (телевидение, кино, театр).

4. В чем заключается специфика профессии «режиссёра телевидения»?

V. СРС

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 6.

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

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.

2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.

3. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6 **Журналистские профессии на телевидении** (2 часа)

Основные вопросы занятия

- Особенности журналистской информации. Алгоритмы публикации информации в журналистике.
- Редактор – организатор творческого процесса.
- Круг обязанностей редакторов телевидения различных специализаций.

Цель: формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевидения; 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 телевидении;
- 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.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 7.

Опишите стратегию программирования следующих телеканалов:

- ОТР;
- МИР;
- Россия-24;
- Пятый канал;
- ТВЦентр.

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.
2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
3. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985. – 205 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Телевизионная программа

(2 часа)

Основные вопросы занятия

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

Цель: формирование отчётливого представления у студентов о телевидении как средстве массовой информации, о лучших традициях и особенностях телевещания; 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 ТВ программы;
- осмысление специфики основных структурно-тематические разделов телепрограммы; – формирование навыков анализа деятельности культурнопросветительного и учебно-образовательного направления деятельности современного ТВ;
- 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 программа о развитии сельского хозяйства.
- 2) Особенности программы о молодежной политике в России.
- 3) Программирование ТВ «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;
 - видеозапись стендапа.

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
2. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.
3. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст]: учебное пособие /
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 № 8 **Телевидение 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 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, 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, фокусгруппах.
- 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. Спивака, 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. Бурдые, 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. Место телевидения в системе коммуникации.
2. Социологические основы телевидения.
3. Телеаудитория.
4. Этические и эстетические основы телевидения.
5. Функциональная составляющая телевидения.

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. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с.
2. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
3. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Телевидение 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 телевидения?
2. Охарактеризуйте рекламу как творчество.
3. Каковы технические перспективы развития телевидения?
4. Каковы социально-политические перспективы развития телеканалов?
5. Каковы творческие перспективы развития телевидения?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по

теме.

Прочитайте статью А.А. Данилова «Реклама как творчество». Выделите основные мысли автора.

«Многие рассматривают рекламу как ремесло и преподают ее так же. Если в рекламе мечтаем возвыситься над экстазом наживы, прыгнуть с лиан потребления, б5 проникнуть в офисы, коттеджи и в дома рядовых тружеников, необходимо ремесло рекламы приблизить к искусству. В отличие от физического труда, творчество — акт уникальный. Труд — это повторяющаяся последовательность действий; творчество — это не действие, это событие, явление.

Интеллект генерирует идеи, а творец воплощает их в прикладных задачах, образах, замыслах и целях. Можно ли рядового студента научить творчеству? Можно ли в стенах гуманитарного университета, где имеются факультеты культуры и искусств, готовить специалистов, кто создаёт творческий рекламный продукт? Мы считаем можно.

На рекламу работают гении творчества: ИДЕЯ, СЦЕНАРНОЕ МАСТЕРСТВО, ДИЗАЙН. Вместо стандартных типов, манер, идей, которые несёт традиционная реклама, они создают шедевры разового пользования. Творец самостоятельно находит идею, совмещая, казалось бы, несовместимые элементы и силы, и идет дальше, забывая о достигнутом, погружаясь в новую задачу.

Знание системных законов уводит творца от шаблонов, подталкивает к нетривиальному мышлению, свойственному талантам. Заимствуя идеи отовсюду, краски со всех палитр, звуки со всех клавиатур, реклама может преподнести мысль в самых необычных формах, которые не будут компиляцией и сохраняют эстетическую стилистику: ненавязчивость, простоту, естественность. Не обязательно для этого уметь выдумывать иллюстрацию, как это делают художники, достаточно развитого вкуса и компьютерных технологий.

Преподавание рекламы должно быть направлено на то, чтобы молодой специалист, даже сугубо не творческий, каких сегодня много на рекламном поприще, овладел стандартными приемами, был уверен в себе, создавал не рекламных «монстров», каких так же много, а приемлемые «шедевры», которые отвечали бы требованиям маркетинга и технологии продаж.

Азы рекламной деятельности, прописанные в государственном учебном стандарте по Рекламе, – основные понятия, исследование, планирование рекламной кампании, разработка стратегии и др. – крайне важны, совершенно необходимы, и в то же время это исключительно «теоретическая», не творческая деятельность рекламиста. Итогом его деятельности является конкретный продукт: буклет, плакат, видео или аудио ролик. Разработка рекламных текстов — копирайтинг, печатная реклама, фирменный стиль, дизайн, рекламный ролик — это рекламное творчество.

Можно ли студентов, не имеющих ни художественных, ни театральных, ни литературных наклонностей обучить творчеству? Отвечаем еще раз. Можно. Для рекламиста необходимы знания в сценарном, режиссерском и операторском мастерстве, эстетике и литературе, приемах дизайна, музыкальном, артистическом творчестве... Специалист по рекламе должен всем этим владеть.

Компьютерные технологии, которые во многом замещают одаренность, присущую в прежние времена только художнику, лишь помогают рекламисту воздействовать на чувства и мысли людей. Чтобы уменьшить или исключить бездарность в рекламе, необходимо готовить специалистов, которые понимают, что такое хорошая реклама и умеют создавать ее, используя в рекламном дизайне текстовые и графические редакторы, при создании видеофильмов пакеты InterVideoDVD, WindowsMovieMaker и аудио редактор AdobeAudition.

Необходимо обучать студентов генерированию рекламных идей с использованием технологий известных в инженерном творчестве, копирайтингу — созданию рекламных текстов на основе знания литературы и поэзии, рекламному дизайну и, в конце концов, сценарному, режиссерскому и съёмочному мастерству при создании рекламных роликов».

IV. 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.

V. 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 телевизионные лекции?
- а) воспитательную;
 - б) функцию просвещения;
 - в) рекреативную функцию;
 - г) эстетическую функцию.

Список литературы

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. □ 399 с.
2. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. □ 2-е изд., испр. и доп. □ М.: Молодая гвардия, 1985. □ 205 с.
3. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст]: учебное пособие /
4. 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

1. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс] : учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Режим доступа - <http://biblioclub.ru>.
2. Лапина, М.А. Информационное право [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Лапина, А.Г. Ревин, В.И. Лапин; под ред. И.Ш. Киясханова. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 336 с. // Режим доступа - <http://biblioclub.ru>.

Дополнительная учебная литература

3. Быков, Р. Е. Основы телевидения и видеотехники [Текст] : учебник / Р. Е. Быков. – М.: Горячая линия - Телеком, 2006. – 399 с.
4. Ученова, В. В. Беседы о журналистике [Текст] : / В. В. Ученова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Молодая гвардия, 1985.– 205 с.
5. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст]: учебное пособие / Б. Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
6. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность [Текст] : учебник для студентов вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2004. – 526 с.
7. Рогожин, М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие / М. Ю. Рогожин. – 2-е изд., доп. – М.: РДЛ, 2004. – 224 с.
8. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2015. – 495 с. – Режим доступа – <http://biblioclub.ru/>