

# ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

Утверждено  
Директор Института \_\_Маркарян К.В.\_\_



«\_19\_»\_июня\_2024\_, протокол № 13

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: **Основы теле- и радиожурналистики**

Автор (ы) к. искусствоведения, доцент Аракелян А.Р., Акопян Т. Г.

Направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

## **1. АННОТАЦИЯ**

### **1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;**

Курс «Основы теле и радиожурналистики» призван ознакомить студентов в лекционной форме с научными основами функционирования трех телевизионных технологий – с углубленным изложением таких аспектов смежных дисциплин, как научная теория информации, особенности массового информационного процесса, психологические факторы взаимоотношений адресанта и адресата, способы манипулирования и воздействия на общественное сознание, законы драматургии и человеческой деятельности, традиции ораторского искусства и методы подготовки речей и др.

Курс также знакомит студентов с комплексом теоретического материала об избранной ими специальности. Изучаются специфические особенности и общественные функции радиовещания, его место в системе средств массовой информации, структура выразительных средств, жанры и формы радиовещательных программ, вопросы методики работы радиожурналиста как в прямом эфире, так и при подготовке передач в звукозаписи.

### **1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет);**

10 ECTS, 136 академических часа

### **1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности**

Курс «Основы теле и радиожурналистики» является важной составной частью профессиональной подготовки журналистов. Дисциплина преподается на втором и третьем курсах и тесно связана с рядом предшествующих и параллельно читаемых дисциплин: «Основы теории журналистики, введение в специальность», «Журналистика в эпоху информационных технологий», «Операторское мастерство и основы монтажа» и др.

### **1.4. Результаты освоения программы дисциплины:**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код индикатора достижения компетенций</b>	<b>Наименование индикатора достижений компетенций</b>
<b>УК-4</b>	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<b>УК-4.1</b> <b>УК-4.2</b> <b>УК-4.3</b>	Владеет грамматическими нормами русского языка  Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках  Знает особенности лексической сочетаемости, клишированные, устойчивые выражения и грамотно использует их своей устной и письменной речи
<b>ПК-1</b>	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	<b>ПК-1.1</b> <b>ПК-1.2</b> <b>ПК-1.3</b>	Знать технологические и технические способы для осуществления профессиональной деятельности, необходимое техническое оборудование и программное обеспечение  Уметь применять современных стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста

			и (или) продукта Владеть навыками использования интернет-технологий и специализированных программных продуктов
<b>ПК-2</b>	Способен готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу	<b>ПК-2.1</b> <b>ПК-2.2</b> <b>ПК-2.3</b>	Знать принципы разработки, анализа и коррекции материалов СМИ Уметь применять методы анализа Владеть навыками систематизации информации, составления аналитического медиатекста
<b>ПК-7</b>	Способен готовить материал определенного жанра и тематики (очерки, статьи, аудио/видеосюжеты) для телевидения, радио, сетевого издания, печати и информационных лент	<b>ПК-7.1</b> <b>ПК-7.2</b> <b>ПК-7.3</b>	Знать программные, аппаратные, коммуникационные средства и методы реализации мультимедиа-проектов Уметь готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время Владеть навыками создания и редактирования журналистских материалов в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанрах и в различных форматах в соответствии с требованиями

			редакционной политики
<b>ПК-8</b>	Способен готовить авторские материалы: аналитические, обобщающие, обзорные по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу	<i>ПК-8.1</i> <i>ПК-8.2</i> <i>ПК-8.3</i>	Знать основы разработки локального авторского медиапроекта; Уметь выражать собственное мнение по рассматриваемому вопросу без нарушения норм и принципов журналистской этики Владеть навыками анализа актуальной проблематики для создания медиапродукта
<b>ПК-10</b>	Способен использовать технические средства монтажа и различные типы монтажного оборудования	<i>ПК-10.1</i> <i>ПК-10.2</i> <i>ПК-10.3</i>	Знать работу монтажной техники и программ, весь процесс подготовки телерадиопрограммы, мультимедийного материала, технологическую работу редакции Уметь участвовать в производственном процессе выхода теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями Владеть навыками подготовки материалов к выходу в эфир в соответствии с технологическими стандартами

## 2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

## 2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель – комплексное изучение тележурналистики: его общественных функций, структуры и организации. Параллельно с усвоением теоретического материала студенты в учебной телестудии осваивают формы и методы журналистской работы, которые не могут быть доверены им в условиях реального телепроизводства.

Задачи – познакомить студентов со спецификой теле и радиожурналистики, историей возникновения и развитием мирового телевидения и радиовещания, подробнее ознакомить с периодами становления армянского телевидения и радио.

Изучить жанры телевидения и радиовещания, познакомиться с творческим процессом создания передачи, познакомить с системой управления теле и радиоккомпанией, изучить теоретические проблемы современной теле и радиожурналистики.

## 2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		— сем	— сем	— сем	4 сем.	5 сем	— сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>	<b>360</b>				<b>180</b>	<b>180</b>	
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	<b>136</b>				<b>68</b>	<b>68</b>	
1.1.1. Лекции	<b>68</b>				<b>34</b>	<b>34</b>	
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	<b>68</b>				<b>34</b>	<b>34</b>	
1.1.3. Другие виды (указать)							
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	<b>224</b>				<b>112</b>	<b>112</b>	
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)	<b>Зачет</b>				<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>	

## 2.3. Содержание дисциплины

### 2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6
<b>1. ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>	16	8	8		
<b>2.ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ</b>	16	8	8		
<b>3.РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ</b>	16	8	8		
<b>4.РАДИОАУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ</b>	20	10	10		
<b>ИТОГО</b>	<b>68</b>	<b>34</b>	<b>34</b>		
<b>Раздел 1. Искусство телевидения. Введение в дисциплину. Предмет и задачи курса. Понятийный аппарат курса.</b>	16	8	8		
Тема 1.1. Телевизионная работа –					
Тема 1.2. Мастерская режиссера.					
Тема 1.3. Культура телевизионной					
Тема 1.4. Телевизионное					
<b>Раздел 2. Телебеседа. Телеинтервью. Теледиспут.</b>	16	8	8		
Тема 2.1. Диалог, его формы и					
Тема 2.2. Формула «Обратной					
Тема 2.3. Телебеседа.					
Тема 2.3. Телеинтервью.					
Тема 2.4 Теледиспут.					

<b>Раздел 3. «Живое» телевидение. Работа в прямом эфире.</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>8</b>		
Тема 3.1. Форма сценариев.					
Тема 3.2. Проблема изображения и					
Тема 3.3. Репортаж в новостях.					
Тема 3.4. Работа с оператором.					
Тема 3.5. Репортер в эфире.					
<b>Раздел 4. Новые телевизионные возможности.</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>		
Тема 4.1. Видеозапись и живое					
Тема 4.2. Съемка видеосюжета.					
Тема 4.3. Творческие проблемы					
<b>ИТОГО</b>	<b>68</b>	<b>34</b>	<b>34</b>		

### 2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

#### Введение в дисциплину.

*Предмет и задачи курса.*

*Понятийный аппарат курса.*

**Предметом** теории радиожурналистики являются фундаментальные явления и понятия, определяющие роль и назначение радиожурналистики в обществе, ее взаимоотношения с культурой, системой власти и отдельным человеком; основы эффективной радиожурналистской деятельности. Основные понятия радиожурналистики: особенности радио как средства массовой информации.

### Раздел 1. ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

#### Тема 1. Радиовещание в системе современных каналов коммуникации

Каким же образом радио удастся сохранить свою привлекательность в действительно очень трудных для него условиях жесточайшей конкурентной



борьбы за внимание аудитории? Здесь правомерно выделить три природных свойства радиовещания, обуславливающих его жизнеспособность.

1. В структуре современных СМИ радио остается наиболее оперативным. Ни телевидение, ни кинематограф даже на рубеже XXI века не обладают техникой, позволяющей без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент начала этого события. Соответственно это обстоятельство облегчает приглашение к микрофону в качестве комментаторов наиболее актуальных и социально значимых фактов и явлений представителей общественности, государственных деятелей, авторитетных людей во всех областях знаний и, конечно же, самих участников событий. Во всем этом, как показывает мировая практика вещания, включая и российскую, радио уверенно опережает и прессу, и телевидение.

2. Из всех СМИ радио является самым удобным («неприхотливым», «комфортным») для восприятия аудиторией. Слушание радио, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить и с производственной занятостью, и с бытовыми реалиями (уборкой квартиры, хозяйственными делами и т.п.). Колоссальную часть аудитории радио во всех направлениях вещания – от музыкальных программ, новостных выпусков до передач литературно-драматических композиций и «радиокниг» – составляют автомобилисты за рулем и их пассажиры. Более того, разнообразие интересов именно этой части аудитории стимулировало значительное расширение жанрово-тематических параметров вещания (что в свою очередь способствовало увеличению числа современных форматов радиостанций, а также увеличению количества самих станций, более четкой их адресной и содержательной направленности и дифференциации).

3. Радиовещание оказывает несомненное психологическое влияние на людей. В системе СМИ радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека. На это обращают внимание многие современные физиологи вслед за великими русскими учеными И.М. Сеченовым и И. П. Павловым. Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Процесс этот неизбежен, он не зависит от

желания человека, ибо выражает объективную закономерность природы восприятия окружающего мира.

Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и неосознанным эмоциям. Иначе говоря, оно помогает человеку выйти из той эмоциональной «стабильности», в которую приводят его бесконечно повторяющиеся, постоянно дублирующие друг друга служебные, рабочие и бытовые обстоятельства, условия среды, регламентирующие развитие личности.

Радио высвобождает воображение и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях, которые выработаны привычным жизненным опытом.

К этому следует добавить и повторяемость всевозможных стрессов, которые человек получает на работе, в быту, в обстоятельствах жизни большого города. Эти стрессы, как утверждают психологи, также полностью подчиняют себе мышление и эмоции.

Что же происходит с индивидуумом?

До предела «загруженный» проблемами напряженного производственного дня, окунувшись в агрессивную по отношению к отдельной личности общественную среду в дороге, человек и дома не всегда может избежать разнообразных хлопот и тревог. Наконец вечером он садится к телевизору и... получает с огромной экспрессией отобранные и продемонстрированные слепки (копии, аналоги) тех самых стрессовых фактов, ситуаций и обстоятельств, которые сопровождали его в течение дня. Причем получает он их с высокой точностью и большой выразительностью: в цвете, со стереофоническим звуком, в быстром клиповом ритме, а в перспективе – и в объемном (стереоскопическом) изображении. Восприятие такого человека оказывается явно перегруженным, фантазия – задавленной, воображение – отключенным. Между тем нормальный организм требует эмоционального равновесия, которое в определенной мере и способно создать прослушивание радиопередач. Социопсихологи утверждают, что даже самая трагическая информация воспринимается с меньшим нервным напряжением по радио, чем с экрана телевизора, ибо в этом случае срабатывает механизм психологической защиты, который есть у каждого индивидуума.

Таковы основные свойства радио, позволяющие ему успешно взаимодействовать (при хорошем организационном уровне) с телевидением, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию, а также интерес слушателей.

### **Тема 1.2. Функции радиовещания**

Многочисленные функции радиовещания правомерно сгруппировать следующим образом.

**I. Информационные:** собственно информационная функция, рекламная.

**II. Обеспечивающие социальное управление обществом:** интегративная функция, функция выражения и формирования общественного мнения, общения, воспитательная, агитационно-пропагандистская, организаторская.

**III. Культурно-просветительские:** эстетическая, просветительская, функция развлечения – рекреативная.

**I. Информационные функции.** Радио распространяет информацию полнее, быстрее, достовернее и эмоциональнее других СМИ. Из общетеоретических курсов по журналистике известно разнообразие толкований понятия «информация». Здесь мы употребляем этот термин в самом узком и конкретном смысле: осведомление людей о событиях в стране и мире, рассказ о новостях. Лишь в этом значении можно выделить **собственно информационную** функцию радио, поскольку информацией в широком плане является и трансляция театрального спектакля. Попадая в контекст радиопрограммы, любая передача обретает дополнительную информационную окраску благодаря взаимосвязи с другими элементами программы и событиями дня.

Регулярное получение социальной информации стало для человека необходимым условием полноценного участия его в современной жизни. Информационные выпуски, состоящие из репортажей и устных сообщений о том, что произошло в последние часы в мире или в том регионе, на который вещает данная станция, составляют опорные точки ежедневной сетки вещания. Все остальные радиопередачи располагаются в интервалах между выпусками новостей. Сдвиг выпуска новостей с традиционного места и времени в эфире – событие чрезвычайное, но характерное для переустройства системы массового вещания в конце XX века.

Иногда в выпуски новостей включается прямой репортаж с места события, но это происходит лишь тогда, когда это событие совпадает по времени с выходом в эфир новостей и если каждый момент его достаточно динамичен, красноречив, достоин рассказа (например, Олимпийские игры).

Для удовлетворения потребности людей получать оперативную информацию в концентрированном виде применяются все новые формы ее подачи – «заголовки новостей» перед основным выпуском и после него, сверхкраткие выпуски между другими передачами.

В выпусках новостей принято сначала сообщать о наиболее существенных фактах из сферы политики, а также о событиях, резко отличных от обычного, нормального течения жизни. И уже затем идут новости из области медицины, культуры, науки. Особое место занимают новости спорта. Всегда привлекательны также события вечно длящегося противостояния человека и природы: восхождения, перелеты, глубинные погружения, походы через пустыни, к полюсу. Некоторые радиостанции организуют выпуски биржевых новостей, а также новостей моды (модной одежды, модного стиля в оформлении жилищ и т.п.).

Радионовости называют «секундной стрелкой истории». Работа этой «стрелки», особенно в горячие часы истории, во многом определяет эффективность радиовещания и общественную потребность в нем.

**Рекламная функция** радио близка к собственно информационной, но содержит в себе столько специфических особенностей (в целеполагании, стилистике), что ее справедливо выделяют как самостоятельную. Реклама нужна: она помогает ориентироваться слушателю в быстро меняющемся сложном мире товаров, услуг, идей, ценностей, дает возможность полезного выбора, принятия разумных решений. Реклама требует от радиожурналиста профессионализма, специальных знаний, способностей и навыков.

Средства, полученные от рекламы, помогают функционированию вещательных редакций (станций, программ, рубрик). Для многих негосударственных станций она является главным источником дохода.

Существует мнение, что рекламная функция появилась только в последнее десятилетие XX века. Однако это не так. Реклама зазвучала в эфире еще с середины 20-х годов. Нарботан интересный опыт, который заслуживает

специального изучения. В начале 30-х годов реклама из радиопрограмм исчезла: не вписалась в идеологическую концепцию КПСС. В дальнейшем (особенно в региональном вещании) появлялись разного рода объявления, но традиция радиорекламы прервалась. Поэтому реклама, особенно в нынешнем ее объеме и виде, и представляется явлением принципиально новым.

Радиореклама, начавшись практически с нуля, к середине 90-х годов буквально захлестнула эфир. Происходит экспансия рекламы как элемента дикого рынка. Сразу обнаружилось множество дисфункциональных моментов: отсутствие четких законодательных норм относительно финансовых вопросов, содержания, качества и количества эфирной рекламы, а также правил и норм размещения ее в программах. Появилась проблема скрытой рекламы.

**II. Функции, обеспечивающие социальное управление обществом.** Радио, обладающее уникальными возможностями воздействия на население страны, вполне естественно используется весьма активно как инструмент социального управления обществом. Здесь важно отметить, что речь идет не только и не столько о регулировании общественного поведения сотен тысяч и миллионов граждан и, конечно, не только о возможности радио стимулировать тот или иной поступок людей (например, выйти или нет на демонстрацию или на субботник, заняться тем или иным видом благотворительных работ и т.д. и т.п.), – речь идет о воздействии на *глубинные* процессы развития общества, именно на те факторы, которые обеспечивают стабильное развитие всей существующей общественной и государственной системы в целом.

В работе по социальному управлению радиовещание имеет несколько функций.

**Интегративная** (консолидирующая, объединяющая) **функция.** Как известно, журналистика работает или на разрыв конкретного социального организма, или на его преобразование, укрепление. Эти позиции осознанно или неосознанно отражаются в программах радиовещания. В идеале деятельность СМИ должна укреплять общество, семью, а значит, и государственный строй, поддерживать принятую в обществе систему ценностей и уровень культуры, воспитывать личность. Радио по природе своей обладает огромными интеграционными возможностями.

Уже сам факт регулярного и одновременного прослушивания программы разными людьми свидетельствует об их определенной общности, но вещатель должен сознательно работать на ее укрепление. Доминанта вещания – выявление общих для аудитории (общечеловеческих, общенациональных, общеевропейских, общегородских и т.п.) ценностей, обсуждение путей решения общих проблем и противодействие деструктивным, опасным для общества тенденциям.

Интегративная функция радио решается всеми разделами вещания (публицистика, искусство, спорт, развлечения). Она как бы накладывается на другие функции, частично совпадая с информационной, культурно-просветительской, организаторской, образовательной и другими функциями. Для журналиста, осознанно реализующего интегративную функцию радио, первейшим качеством можно назвать умение объединять в подходе к материалу потребности общества с заботами отдельного человека у радиодинамика.

**Функция выражения и формирования общественного мнения.** Ее роль определена возрастанием значения общественного мнения в жизни общества и самой природой вещания, органически связанной с этим феноменом. Среди форм и механизмов проявления общественного мнения следует назвать выборы и референдумы. Во времена политических перемен редакции радиовещания не остаются в стороне от этих событий. А возможности радио в разъяснении смысла, целей и задач подобных акций велики.

Известно, что общественное мнение формируется тогда, когда общество хорошо информировано. Необходимо обеспечивать общество достаточным объемом информации, доступной и понятной массовому сознанию, представлять набор фактов, аргументов и контраргументов. Важно отражать полный спектр, широкий диапазон реальных мнений, существующих в данный момент в обществе (аудитории). К сожалению, эта, казалось бы, очевидная задача очень часто не выполняется (или даже не ставится и не осознается) на практике.

Общественное мнение связано с дискуссионными ситуациями, коллизиями и проблемами. Нет необходимости доказывать, что уровень дискуссионности в нашем обществе за последнее время возрос многократно. Радио отражает эту ситуацию не только содержанием передач, но и выбором форм и жанров.

Обсуждение социальных проблем в различных видах и формах занимает значительное место в программах радиостанций всех уровней. Тут и полемика, и дискуссии, и диспуты, и «круглые столы» с привлечением аудитории к прямому эфиру. В жизни постоянно происходит столкновение мнений, позиций, порой резких, непримиримых. Одно из правил СМИ в цивилизованном мире – переводить конфликты в план дискуссий, искать точки соприкосновения, общие интересы. Открытый диспут в эфире позволяет слушателям выяснить позиции, точки зрения из первоисточников, сравнить их, узнать сильные и слабые стороны. Возникает возможность взять ситуацию под своевременный общественный контроль, вывести ее из-за кулис. Кроме того, микрофон, профессиональная работа журналистов, присутствие огромной аудитории радиослушателей требуют от диспутантов соответствующего уровня обсуждения. Радио и другие СМИ выступают своего рода школой для политиков и аудитории.

В деятельности радио заметно повысилась роль социологии, изучающей общественное мнение. Результаты социологических исследований доводятся до сведения слушателей в виде комментариев, бесед и т.д. Ряд передач строится на выяснении мнения слушателей (с помощью писем, телефонных звонков) относительно отдельных проблем, музыкальных групп, исполнителей, песен. Нередким стало появление у микрофона социологов в качестве ведущих, участников дискуссий, комментаторов – часто в режиме прямого эфира с включением телефонного диалога с аудиторией.

Радиожурналисты освоили некоторые социологические методы, например панельное интервью, когда один и тот же вопрос задается людям (респондентам) на улицах, площадях, (иногда с выходом в прямой эфир). Таким образом собираются пробы, образцы мнений по актуальным проблемам, которые дают представление об общественном настроении и являются ярким, эмоциональным элементом передач.

К указанной функции формирования общественного мнения примыкает очень важная функция – **функция общения**. Возможность радиовещания осуществлять социальное речевое опосредованное общение всегда высоко оценивалась слушателями. В общем жизненном опыте человека все большее место занимает не личный опыт, а «опыт других», т.е. опосредованный, приобретенный,

в частности из СМИ. Такой вид общения имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые зависят от мировоззренческой и идеологической установок, вещательной политики редакций и профессионального мастерства журналистов. Функция общения приобретает особенно большое значение в период дезинтеграции общества.

Радио в какой-то мере поддерживает разорванные человеческие связи. В них нуждаются миллионы соотечественников, оказавшихся вдали от этнической родины, в странах так называемого «ближнего зарубежья». Многие из них находятся в условиях информационной блокады. Необходима тщательно продуманная вещательная политика на эту многомиллионную русскоязычную аудиторию.

Актуальна проблема общения и для старших возрастных групп аудитории. Разрыв общественных и межличностных связей наиболее остро переживается ветеранами, которым трудно адаптироваться к новым условиям жизни.

Для современного радиовещания в его функции общения характерны две взаимосвязанные черты: усиление личностного начала и прямой эфир. Большинство программ радио первоначально ориентировано на конкретных ведущих (ведущий и автор обычно выступают в одном лице). Сегодня радиослушатели нередко обращаются не в редакцию, а к конкретному человеку, которого привыкли слышать в эфире. Он как бы входит в круг их знакомых, в число тех, с кем им привычно общаться. Прямой эфир – один из способов реализации личности журналиста, способ прямого диалога со слушателем. Последний перестает быть абстрактным слушателем и обретает лицо конкретного человека. Общение происходит обычно по телефону, что, однако, доступно не всем слушателям. Об этом ограничителе прямого эфира не следует забывать и уж во всяком случае, не делать, как это иногда бывает, на основе нескольких звонков далеко идущих выводов. Известна и такая форма общения, как обмен мнениями, информацией, впечатлениями различных групп, разделенных огромными расстояниями. Ныне это называется «радиомостами», раньше – «радиоперекличками».

Радио имеет возможность формировать образцы общения выбором собеседников (выдающиеся личности, авторитетные специалисты), уровнем



обсуждения проблем, манерой вести разговор, реагировать на собеседника, качеством звучащей речи. Но современный эфир изобилует и примерами иного порядка – дисфункциональными. Личность ведущего и установки редакции нередко не соответствуют требованиям грамотного, культурного эфирного диалога. Иногда журналисты перенимают тон, стиль, лексику общения люмпенизированных, а то и криминальных групп. Грешат этим многие ведущие молодежных музыкальных программ, особенно на коммерческих радиостанциях. Подобный стиль общения, к сожалению, переходит и в государственное вещание, и тогда возникает очередной «эффект бумеранга»: радио само дурно воспитывает аудиторию.

**Воспитательная функция** радио реализуется при осуществлении ряда других; воспитательную нагрузку в той или иной мере несут многие передачи, программы, рубрики. Это связано с природой самого воспитания – сложного, многостороннего процесса. В течение многих лет радио вносило свой вклад в воспитание личности, отвечающей потребностям определенного государственного строя, системе власти и идеологии. Существовала система ценностей, которая лежала в основе процесса воспитания. Резкий социальный слом поставил сложные проблемы перед воспитательным процессом в целом (и, очевидно, на продолжительный период). Появились передачи, объясняющие суть общечеловеческих ценностей, их происхождение, роль и место в современном мире. Во многих передачах на другие темы присутствует ссылка на этот нравственный комплекс, апелляция к нему как к основной шкале оценки поступков и поведения людей. В идеале именно таким образом и осуществляется воспитательная функция.

Перечисление функций радиовещания, связанных с обеспечением социального управления обществом, целесообразно завершить рассмотрением **агитационно-пропагандистской и организаторской функций**. О них правомерно говорить, когда перед радиовещанием встают частные конкретные задачи политического, хозяйственного или культурного характера. Например, данные функции реализуются при обращении по радио к населению с призывом прийти к определенному пункту, чтобы выступить в защиту органов власти или конкретных объектов; при проведении специальных акций совместно с другими

организациями и структурами, при организации радиомарафонов с целью сбора средств для благотворительных целей; при регулировании автомобильных потоков в городе и т.д.

**III. Культурно-просветительские функции.** Решая многообразные культурно-просветительские задачи, радиовещание выполняет в комплексе сразу несколько функций. Рассмотрим наиболее важные из них.

**Эстетическая функция.** Можно выделить три аспекта ее существования в современном массовом вещании.

1. Прежде всего, это эстетика лучших образцов радиожурналистики (разумеется, в том случае, если они соответствуют высоким критериям и специфике радио как средства массовой информации и инструмента культуры). К ней относятся яркая образная речь, психологическая острота диалогов, выражающих различные точки зрения, многообразие мышления, логику идей; четко выстроенная звуковая картина событий, позволяющая слушателю в своем воображении представить их в мельчайших деталях, и возникающий вследствие этого эффект присутствия; эlegantность композиции всей передачи и ее отдельных фрагментов; убедительность «монтажных» переключений внимания аудитории, которые уже сами по себе способны вызывать своеобразный виток ассоциаций; логичное (не формальное, а продиктованное внутренней логикой рассказа) сочетание слова, музыки и шумов. С помощью данного арсенала средств и звукового образа события, явления или человека, радиожурналист может воссоздать у слушателя требуемое представление и вызвать чувственную оценку любого события: от самого грандиозного по масштабам до самого тонкого и на первый взгляд малозаметного.

Художественные и структурные возможности современного радиовещания бесконечно разнообразны. Своеобразие радио как вида творческой деятельности заключается в том, что, обладая достаточно скромным арсеналом выразительных средств, радиожурналист имеет в своем распоряжении практически неограниченное число сочетаний этих выразительных средств, позволяющих в конкретных чувственных формах воссоздавать у микрофона и в эфире

бесконечные по сложности факты, события и обстоятельства общественного бытия и частной жизни человека.

В современном вещании равные по значимости места занимают и непосредственное вещание (его называют «живой эфир», «прямой эфир»), и фиксированное (передача, предварительно записанная на пленку или другой звуконоситель). Эстетика массового вещания развивается в соответствии с эволюцией этих двух направлений. В последующих главах, говоря о методике работы радиожурналиста, мы остановимся на этом подробнее.

2. Радио с момента своего рождения транслирует в эфире произведения разных видов искусств: музыки, театра, литературы. В практике вещания накоплен уникальный опыт аудиоадаптации художественных произведений разных жанров, видов и форм, позволяющей с тонкими подробностями доносить до слушателя идеи и художественные особенности первоисточника. В то же время радио научилось на основе литературных, музыкальных и театральных сочинений создавать аудиопроизведения, представляющие собой некую новую художественную реальность, имеющую самостоятельную духовную и эстетически-технологическую ценность.

3. Свои оригинальные образцы аудиокультуры радио выработывало в течение многих десятилетий и достигло в этом больших успехов. Практически нет ни одного вида или жанра литературы, театра, музыкального театра, который не имел бы интересного аналога в искусстве незримой радиосцены. Радиопэмы и оратории, фельетоны и очерки, оригинальные радиопьесы всех жанровых направлений, трагедии, психологические драмы, комедии, фарсы, радиоцирк и радиооперетта и даже радиобалет как жанр с весьма определенными эстетическими критериями с большим трудом, но утвердились в эфире. К этому вполне естественно прибавить «устные радиомемуары» и «звуковые книги».

**Функция просвещения** была особенно важна для страны с огромной территорией, слабыми коммуникациями и первоначально низким образовательным уровнем населения. Сегодня функция просвещения, конечно, видоизменилась, обрела новую конкретику, но познавательные потребности и интересы аудитории, которым и призвано отвечать радиовещание, будут существовать всегда.

**Функция развлечения (рекреативная функция)** естественна для радио, так как оно не может не откликаться на стремление человека к отдыху, разнообразным интеллектуальным играм и развлечениям, которые должны заполнить время, свободное от работы или учебы. Большинство развлекательных, или рекреативных, радиопрограмм находится, как правило, за пределами журналистики. Тем не менее, документальная радиодрама, познавательные радиооткрытки и подобные им передачи, граничащие с публицистикой, несут в себе заряд не только познавательный, но и чисто развлекательный. Не случайно на заре отечественного вещания среди других предназначений в нем видели и «средство для культурного развлечения трудовых масс», а потому в структуру радиогозет непременно включались веселые викторины, частушки, различные музыкальные номера, лишенные жесткой идейно-пропагандистской направленности.

Сегодня многие коммерческие станции привлекают слушателей именно развлекательными программами. Сформировав таким образом свою постоянную аудиторию, можно увереннее вводить в сетку вещания информационные и рекламные выпуски. Но развлекательность (она же привлекательность) должна в принципе присутствовать в большинстве передач – вопрос в художественном уровне, во вкусе и такте при подборе художественного материала. Развлекательным целям более всего отвечают музыкальные подборки, не требующие от слушателя ни сосредоточенного внимания, ни глубокого сопереживания. Обычно это фоновая музыка, создающая определенное настроение.

Другая группа развлекательных передач связана с игровыми формами: конкурсами, соревнованиями, викторинами, выиграв которые слушатель может получить, как правило, не только эмоциональное удовлетворение, но и материальный приз. Причем чем крупнее станция, тем выше стоимость этого приза, вплоть до автомобиля, дорогой туристической поездки, бесплатной путевки в модный респектабельный круиз и т.п.

Подборки занимательных фактов, веселых исторических анекдотов составляют еще одну группу развлекательно-познавательных передач, постоянно существующую в эфире многих станций.

Как известно, юмор – обязательное свойство ведущих развлекательных программ. К сожалению, стремление быть абсолютно раскованным в эфире очень часто приводит к нежелательному, негативному результату: свобода выражений граничит с грубостью, свобода интонаций превращается в хамство, а желание элегантно пошутить – в малограмотную бестактность по отношению или к объекту шутки, или к самой аудитории. Здесь главное – культурный уровень личности работника эфира.

Слово «рекреация» происходит от лат. *recreatio* (букв. «восстановление») и означает «отдых, восстановление сил человека, израсходованных во время работы». Отдых для каждого человека – вещь сугубо индивидуальная, требующая бесконечного разнообразия форм, способов, методов, условий и обстоятельств. Столь же разнообразными должны быть и развлекательные программы, если их авторы и участники хотят привлечь как можно больше слушателей.

Литература: Шерел, радиожурналистика (глава 2).

## **Раздел 2. ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ**

### **Тема 2.1. Формообразующие средства радиожурналистики**

**Слово (человеческая речь).** В работе со словом перед журналистом возникают сразу три задачи.

Первая – слова должны точно описывать событие, которое является объектом журналистского внимания, достоверно передавать его атмосферу.

Вторая задача журналиста – найти наиболее точную интонацию, которая часто несет ничуть не меньше информации, чем само содержание материала. Бернард Шоу когда-то заметил, что есть только один способ написать слово «да» или слово «нет», но есть 50 вариантов их произношения, причем часто с прямо противоположным значением.

Говоря о звуковом языке и огромной роли интонации, выдающийся русский философ А.Ф. Лосев указывал, что интонация и экспрессия как приемы лексического общения возникают одновременно со словом и что вне интонации любое слово просто не имеет смысла.

Слово, устное или письменное, если оно несет значительный смысл, может (с учетом особенностей и приемов использования того и другого) эффективно

воздействовать на воображение человека в понятийной форме, минуя зрительные ассоциации, т.е. не нуждаясь в «подкреплении» визуальным рядом. Большая часть материала радиожурналистики, особенно в информационной сфере, доходит до аудитории именно таким образом.

Третья задача, которая стоит перед журналистом в работе над словом, – поиск логических и экспрессивных акцентов (ударений).

Эффект вовлеченности слушателей в передачу опытные журналисты создают, приближая ее к естественному речевому общению людей. Одна из основных форм устной речи – диалог, т.е. разговор двух или нескольких лиц, обменивающихся информацией или занятых коллективными поисками решения какой-либо проблемы. *Диалогичность* свойственна многим материалам радио, она вытекает из его акустической природы, хотя и имеет некоторые особенности. Ее своеобразие определяется тем, что собеседники разделены пространством, между говорящим и слушающим, как правило, отсутствует непосредственная связь. Однако журналист у микрофона всегда обращается к слушателю, предполагая в нем собеседника, активного участника двустороннего контакта, как бы предугадывая его реакции, ход мысли, возможные вопросы, строя систему информации и логических доводов таким образом, как он делал бы это в условиях беседы. Некоторые практики вещания в этой связи рекомендуют избегать в высказываниях у микрофона слова «радиослушатели»: оно подчеркивает пассивную роль аудитории.

Работая со словом (особенно в том случае, когда журналист не импровизирует непосредственно в эфир, а готовит текст заранее для записи) необходимо помнить, что, оставаясь, как правило, наиболее распространенным звуковым элементом передачи, оно не является единственным носителем идейного и художественного смысла. Более того, часто для эффективного воздействия на аудиторию важным оказывается не только прямое значение слова, но и его способность к контакту с музыкой и шумами.

**Музыка и шумы.** Много лет потратила отечественная радиожурналистика на то, чтобы освоить широкую палитру возможностей музыки в радиопередаче. Недооценка роли музыки и шумов, их способности самостоятельно выражать смысл, атмосферу и сюжетные линии аудиоповествования – явление не новое.

Время от времени и в практике вещания, и в теоретических работах утверждался взгляд на музыку и шумы лишь как на *дополнение* к слову.

## Тема 2.1 **Стилеобразующие средства радиожурналистики**

Как мы уже говорили, эта вторая группа выразительных средств в радиожурналистике мобильна, т.е. число выразительных средств может меняться по выбору самого журналиста. Именно с их помощью формируются стиль программы, индивидуальные особенности манеры журналистского изложения материала, ритм Рассказа и т.д.

Рассматривая группу стилеобразующих выразительных средств, мы идем от более простого к наиболее сложному, от чисто технических приемов к приемам усложненного мышления, к комплексу эмоций и выделяем прежде всего специфические способы звукообразования.

**Реверберация** – с помощью пульта управления процессом звукозаписи журналист может придать звучанию голоса или записи события *дополнительную объемность*, эффект «эха». Этот прием часто используется для того, чтобы акцентировать внимание слушателя на речи персонажа, на какой-либо фразе журналиста или звуковой детали события.

**Прием «буратино»** как выразительное средство был открыт выдающимся режиссером отечественного радио Розой Иоффе. Она установила, что убыстрение или замедление хода магнитофонной пленки может из «технического брака» превратиться в сильнейший художественный прием, который и был реализован при записи детского радиоспектакля «Золотой ключик, или Приключения Буратино» (отсюда и название этого приема). С его помощью были созданы и обаятельная скороговорка маленького деревянного человечка, и грубые вопли и стоны Карабаса, и звонкие голоса кукольных артистов, и дуэты, и квартеты, и шум толпы, и еще многое, многое другое. А все это был голос одного актера.

Из художественного вещания прием «буратино» достаточно быстро перешел в арсенал средств журналиста. Он позволял подчеркнуть ироническое отношение корреспондента к речи кого-либо из интервьюируемых.

**Звуковая мизансцена** – положение микрофона по отношению к участникам события, о котором идет речь в эфире. Микрофон можно установить так, чтобы всех было слышно одинаково, можно передавать его из рук в руки или

приближать и отдалять от работающего механизма (скажем, от мотора трактора или автомобиля и т.д.), создавая эффект присутствия на событии в самом общем представлении. А можно выбрать для микрофона такую точку, чтобы какой-то один звук или чей-то один голос выходил на первый звуковой план, как на крупный план в кино. И тогда именно этот звук или голос становится сюжетным, смысловым и эмоциональным стержнем передачи.

**Голосовой грим** – одно из выразительных средств радиожурналистики, заимствованное ею из арсенала радиотеатра. Это придание речи журналиста эмоциональных красок и ритмических особенностей, передающих атмосферу события.

Главное место в группе стилеобразующих выразительных средств радиожурналистики занимает **монтаж** (от фр. *montage* «сборка»).

Как технологическое средство монтаж появился на радио в условиях предварительной записи передач. Но это не значит, что в живом вещании монтаж как выразительное средство не использовался. Это была своеобразная форма композиции, в которой отдельные части соединялись друг с другом не на пленке, а прямо в эфире.

Монтаж есть прежде всего выражение идеологических и эстетических позиций автора, метод его художественного мышления, творческого осмысления действительности. В этой связи следует заметить, что суть того или иного жизненного эпизода, запечатленного на магнитофонной пленке, может существенно изменяться в зависимости от монтажного контекста.

Метод **акустического коллажа** (т.е. соединение разнофактур-ных звуковых элементов), завоевавший прочные позиции в радиожурналистике с середины 60-х годов, оказался одним из самых современных и мощных средств логического и эмоционального воздействия на слушателя, ибо создавал максимально благоприятные условия для возбуждения широкого круга ассоциаций в его воображении. Коллаж пришел в радиожурналистику из театра и кинематографии, где он означал «причудливое переплетение лозунгов, цитат, портретов, газетных вырезок, фотографий, рабочих моментов съемки, подражаний телеинтервью и собственно игровых сцен... с целью синтетического осмысления действительности».



Отражение всех указанных компонентов в звуке вне визуального ряда могло бы привести к звуковому хаосу и фонетической бессмыслице, если бы речь шла о фактографическом отражении материальных явлений, а не о создании обобщенного (выраставшего иногда до символа) социально-философского представления о целом комплексе явлений, нашедших отражение в конкретном событии. Эта новая единая реальность, возникшая в результате акустического коллажа, является целостным выражением философских, эстетических и этических воззрений коммуникатора.

Литература: Шерел, радиожурналистика (глава 3).

### **Раздел 3. РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ**

#### **Тема 3.1 Предварительная подготовка к эфиру**

Любая передача для журналиста начинается с определения той цели, которую он ставит перед собой, готовясь к ней. Любое жизненное событие, социальное или культурное явление многогранны и потому уже при выборе темы требуют от журналиста формирования своеобразной рамки, осознания границ проблемы. Все это помогает сосредоточению внимания на главном сначала самого журналиста, а потом и аудитории.

В некоторой степени выбор темы уже предопределен специализацией редакции, радиоканала или радиокompании, ее основными тематическими направлениями, форматом. У каждой радиостанции – своя проблематика, в которой журналист должен разбираться достаточно глубоко и основательно.

Таким образом, выбор редакции – первый и важнейший этап в определении главной темы журналистского творчества. Самое важное в русле этой главной проблемы – процесс накопления знаний, умение оценить новое явление или факт.

Второй этап освоения темы – специализация радиожурналиста.

Заметим, что, не найдя своей оригинальной темы, корреспондент вряд ли сможет стать сколько-нибудь заметной творческой личностью даже при наличии несомненного таланта. Хорошо, если человек, вступивший на журналистскую стезю, сразу находит ту тропку, по которой ему интересно идти. Радио знает

десятки имен журналистов, которые добились признания именно благодаря тому, что мы понимаем под суховатым словом «специализация».

Это вовсе не означает, что на радио нет профессиональных областей, требующих широты охвата, нет своеобразного многотемья, характеризующего, например, деятельность собственного корреспондента в том или ином регионе или работу ведущего информационно-публицистической программы. Но такая широта охвата также является своеобразной специализацией журналиста, и она необходима, как и обязательное знание тех или иных особенностей региона, его истории, языка и культуры.

Специализация, безусловно сужая круг затрагиваемых вопросов, позволяет в то же время глубже проникать в их суть, раскрывать их, что называется, с уже готовыми доказательствами и фактами в руках. Она предусматривает не только знакомство журналиста с литературой и подбор информации по избранной тематике, но и организацию, и постоянное ведение им специального справочного аппарата, т.е. наличие своеобразного досье.

Несколько слов о системе хранения. Собираемые материалы обычно предлагается делить на *чисто справочные*: адреса, фамилии (обязательно имена и отчества!), должности людей, цифровые данные, даты и т.д.; *проблемные*: вырезки из газет и журналов, материалы по избранной тематике (как свои собственные, так и коллег), расшифровки не прошедших в эфир передач; наконец, *творческие заготовки*: неиспользованные заголовки, варианты начала передач, интересные наблюдения, фразы, словом, те самые «изюминки», которые определяют стиль передачи.

Распределив таким образом поступающие в личный архив материалы (допустимы и другие градации – в зависимости от тематики, специализации, вида вещания и т.д.), журналист определяет «места хранения». Для *справочного материала* это могут быть помимо компьютера особые карточки, хранящиеся как в библиотечном каталоге, так и в специальных ящичках (удобнее всего расположить их в алфавитном порядке).

*Проблемные материалы* можно держать в особых папках, причем здесь более удобным становится не алфавитный, а временной принцип их распределения, это поможет при необходимости сопоставить многие акценты,

связанные с изменением характера эпохи, подходов к теме, жанровой структуры, языка.

Что же касается хранения *творческих заготовок*, то здесь наряду с перечисленными выше способами вполне приемлемым оказывается занесение записей в журналистский блокнот. Особенно это удобно для журналистов, работающих в прямом эфире, когда порой нет времени на длительную подготовку передачи.

Определив тему и узнав задание, корреспондент «привязывает» все накопленное к данному реально разрабатываемому жизненному событию. На этом этапе радиожурналист независимо от того, выступает ли он в прямом эфире или собирается делать документальные записи, обязан четко представить себе, а при наличии времени и записать план действий. В него войдут:

- точное осознание цели задания (если она не очень понятна, следует обязательно переспросить или уточнить ее);
- пути получения как можно более полных и точных сведений об объекте;
- описание ситуации и обстановки, в которой придется работать;
- примерный перечень и формулировка вопросов, на которые необходимо получить ответы;
- определение жанра передачи, пусть даже предварительное;
- выработка одного-двух запасных вариантов на случай срыва той или иной договоренности, изменения ситуации и т.п.

Наконец, на этом этапе подготовки к эфиру радиожурналист обязан самым тщательным образом проверить технические средства записи. Надо быть уверенным в исправности своего главного инструмента – магнитофона (не сели ли батарейки и достаточен ли их комплект? достаточно ли количество дисков, пленки или кассет? нет ли на них нужных записей, которые могут быть случайно размагничены? в порядке ли микрофоны?).

Если прямой эфир идет из студии, следует проверить (также до начала программы), проходит ли сигнал от вас к режиссеру, работают ли телефоны связи с аудиторией, в наличии ли комплект музыкальных записей, отбивок и т.д. Непременнo нужно уточнить, вызваны ли к началу программы или к условленному времени ее участники.

### **Тема 3.2 Репортер в прямом эфире**

Корреспондент обязан учитывать, что «живая передача», форму какого бы жанра она ни принимала, – это еще и особый вид контакта с аудиторией.

Работа в прямом эфире, позволяющая, действительно, использовать все возможности радио, должна предусматривать некое равенство между ведущим и аудиторией. Успех передачи определяется не только емкостью и оперативностью информации, ее оценкой слушателями, признанием правоты журналиста или, по крайней мере, попыткой понять его точку зрения, прислушаться к ней, но и умением ведущего найти форму искреннего разговора и желанием выслушать оппонента. Именно здесь смыкаются или расходятся точки зрения, здесь возникает уже не радиовещание, а *радиообщение*, когда журналист-ведущий и радиослушатель – равные партнеры.

Этот настрой на общение – решающее качество, которое необходимо вырабатывать и себе ведущему прямого эфира, ибо никто не захочет слушать человека, не заинтересованного в поддержании процесса взаимодействия с аудиторией.

Прямой эфир, в том числе и в форме прямого репортажа, – это доходчиво и живо поданная звуковая картина происходящего, донесение существа ситуации до аудитории. Это гегелевское «становление смысла» в ходе свершения события, когда слушатель вместе с ведущим еще не знает, что произойдет в следующую минуту. Отсюда и особое обостренное внимание аудитории, которая как бы «входит» в атмосферу происходящего в реальном времени и становится его непосредственным свидетелем, более того, участником, думающим и решающим самостоятельно.

Умелое построение материала позволяет уйти от поверхностного изложения репортажа. Задача журналиста здесь не только описывать происходящее, но и предусматривать возможную реакцию слушателя, мгновенно реагировать на ход его мыслей. В этом – признак высокого профессионализма.

### **Тема 3.3 Репортер на событии: подготовка к передаче в записи**

Творческие принципы, профессиональные приемы и репортерские навыки, которые обуславливают успешную работу радиожурналиста в прямом эфире, в

основной своей массе перспективны и плодотворны и в том случае, когда журналист оказывается на событии не для того, чтобы синхронно с происходящим рассказывать о нем в эфире, но и тогда, когда в его задачу входит лишь подготовка к этому рассказу в звукозаписи. Иначе говоря, когда основная работа над передачей не заканчивается, а начинается после завершения реального события.

Большинство законов и закономерностей прямого эфира действуют и при подготовке радиопрограммы в записи на пленку или на какой-либо другой носитель информации: тщательность подготовки, умение сориентироваться, определить смысловые и эмоциональные акценты, верно выбрать ритм и темп рассказа здесь столь же важны, как и при работе в прямом эфире. Говоря о необходимости на радио постоянно поддерживать интерес к потоку звучащей речи от первой до последней фразы, надо учитывать то обстоятельство, что, по сведениям психологов, через две с небольшим минуты после начала программы у слушателя часто наступает определенный спад внимания. Поэтому, готовя материал в записи, надо наметить своеобразные «пики» интереса на протяжении всей передачи. Приемы здесь могут быть самые различные: включение интересной музыкальной записи, песни, шутки, точно и к месту отобранной акустической картинки. Известно, что звук в гораздо большей степени действует на фантазию человека, чем, скажем, видовой ряд.

Журналист вместе с альпинистами поднимается на вершину горы. На пути – пропасть. Можно долго и красочно описывать ее пугающую бездонность, но корреспондент принимает иное решение: он «сбрасывает» вниз камень. Долгая пауза, затем слышно, как из глубины поднимается эхо от удара камня о дно ущелья...

Авторы часто пытаются имитировать реальное время «прямого эфира». Заметим, что делается это порой весьма неуклюже. Столь часто слышимые слова ведущего или диктора «Слушайте записанный на пленку репортаж нашего корреспондента» неизбежно снижают эмоциональную ценность передачи, а значит, и степень ее эффекта. Они переносят вас в прошедшее время: событие уже завершилось – сейчас будет лишь его отпечаток. Этого спада интереса можно было бы избежать, убрав ненужные слова «записанный на пленку» или в крайнем случае поставив следующую вводку диктора в конце выпуска: «Вы слушали

репортаж нашего корреспондента...», тем более что это довольно несложный способ соблюдения важнейшего (хотя и не единственного) правила вещания: «радио – это то, что сейчас».

Созданию эффекта «реального времени», например, в студийном репортаже во многом способствует и то, что характер подготовки к репортажам в прямом эфире и в записи, приемы и методы ориентации на события, выбор акцентов для рассказа, способ отбора необходимых деталей, как мы уже говорили, во многом схожи. Но от эфирного репортажа студийный отличает то, что текст, соединяющий документальные записи, наговаривается уже в студии. Репортер на месте события делает необходимые «звуковые слепки» происходящего, отбирая самые интересные, яркие и характерные, и иллюстрирует ими свое повествование.

### **Тема 3.4 Работа с режиссером**

Специфика работы над передачей как в прямом эфире, так и в условиях ее предварительной звукозаписи включает обязательное сотрудничество журналиста и радиорежиссера в любом направлении вещания, а более всего в радиопублицистике, где журналист вместе с режиссером добиваются наиболее выразительного смыслового и эмоционального звучания передачи, будь то информационный выпуск, интервью, дискуссия, ток-шоу, музыкальная программа и т.п.

Следует помнить непреложную истину, что радиожурналист выступает не только как автор своей передачи, но и как ее исполнитель, и как ведущий программы, а следовательно, он должен владеть в определенной степени основами актерского мастерства, пониманием и знанием особенностей работы режиссера на радио, обладать режиссерскими навыками. Это поможет ему в повседневной работе, ибо нередки случаи, когда корреспондент выступает как «сам себе режиссер».

Коммерческое вещание на ранней стадии профессиональных режиссеров не использовало. Должный технический уровень записи и воспроизведения, необходимые музыкальные наложения обеспечивали звукорежиссеры. Журналисты в меру своего профессионализма, понимания специфики канала и выразительных средств радиожурналистики сами выстраивали свою передачу,

программу или программный блок, придавая им определенный стиль. Однако отсутствие радиорежиссера очень быстро стало сказываться на качестве вещания.

Эта болезнь роста на ряде станций была преодолена довольно быстро, хотя и не везде. Но тенденция определилась.

Один из выдающихся мастеров отечественного театра, В. И. Немирович-Данченко, так сформулировал принципы режиссуры вообще:

«Режиссер – существо трехликое:

- 1) режиссер-толкователь, он же показывающий, как играть, так что его можно назвать режиссером-актером или режиссером-педагогом,
- 2) режиссер – зеркало, отражающее индивидуальные качества актера, и
- 3) режиссер – организатор всего спектакля».

Применительно к радио режиссеру вменяется в обязанность еще одна функция: он (как в кинематографе) диспетчер, контролер выразительных средств, используемых актером. Искусство радио (как и кино) в отличие от театра – искусство фиксированное. В кинематографе талант актера проявляется в конце концов в той мере, в какой позволяет ему это монтаж. На радио же степень проявления таланта актера зависит от профильтрованной режиссером (в соответствии с общим замыслом) звуковой характеристики образа.

Отсюда и специфика дарования режиссера радио: абсолютный слух, причем, как его называют физиологи, слух *аналитический*, т.е. способность не просто запоминать голоса и шумы, но анализировать их и собирать в новые сочетания, создавая единую тональность из нескольких составляющих. Выбор тона разговора со слушателем и выражает индивидуальность режиссера радио.

Режиссер информационного и публицистического вещания работает не с актерами, а с радиожурналистами – авторами, которые одновременно являются исполнителями своих передач, и с гостями передачи – людьми, нередко впервые пришедшими в студию. Но принципы, методы и приемы, разработанные мастерами художественного вещания, оказываются полезными и здесь.

## **4. РАДИОАУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ**

### **Тема 4.1 Понятие «аудитория СМИ»**

Формы и методы изучения радиоаудитории. Анализ редакционной почты.

Анализ содержания звонков в редакцию. Выборка в аудиторных исследованиях. Анкетный опрос. Аудиометрия. Рейтинг передачи

### **Тележурналистика**

#### **Введение в дисциплину.**

*Предмет и задачи курса.*

*Понятийный аппарат курса.*

Предмет и задачи курса, его место в системе профессиональной подготовки журналистов, характеристика основной литературы

#### **Раздел 1. Искусство телевидения.**

**Тема 1.1.** Телевизионная работа – творчество и техника. Творческие мастерские.

**Тема 1.2.** Мастерская режиссера. Законы телевизионной драматургии.

**Тема 1.3.** Культура телевизионной речи.

**Тема 1.4.** Телевизионное выступление.

Телевидение — самое молодое искусство. Но хотя оно только еще вырабатывает свои художественные средства, популярность его огромна. Миллионы людей отдают просмотру телевизионных передач большую долю своего свободного времени. Чем же так приковывает к себе телевидение? Прежде всего тем, что это не только искусство, но и средство массовой информации.

Заслуга в изобретении техники телевидения принадлежит прежде всего профессору Петербургского технологического института *Б. Л. Розингу* (1869 — 1933), который в 1907 г. первым в мире изобрел электронную трубку, а в 1911 г. публично продемонстрировал опыт передачи изображения на расстояние. Все 20-е и начало 30-х годов велась напряженная работа по совершенствованию передачи изображения на расстояние. В октябре 1931 г. в СССР приступили к опытным передачам, в ноябре 1934 г. — к регулярным, а в 1938 г. были пущены два первых телевизионных центра — в Москве и Ленинграде. В 30-е годы один за другим вступили в строй телевизионные центры в США, Германии, Англии и Франции. Но настоящее развитие телевидения началось лишь после 1945 г. За короткий срок, в течение



каких-нибудь нескольких десятков лет, телевидение не только выросло и окрепло, но и стало в один ряд с печатью, радиовещанием и кинематографом.

Итак, телевидение служит средством массовой информации, пропаганды, просвещения, эстетического воспитания и организации досуга. В одних передачах преобладает одна функция, в других — другая, но тем не менее каждая передача выполняет их все. И хотя эстетическая функция находит наиболее яркое выражение в художественных передачах, она присуща и всем остальным.

Что же отличает телевидение от других видов искусства? Каковы его особенности, его специфика? Первое — это *доступность*. Ведь с помощью телевизионных передач осуществляется общение между всеми членами общества, уровень образования которых далеко не одинаков. И поэтому, конечно, телепередачи должны быть доступными всем.

Вторая особенность телевидения — это *достоверность* сообщения. Телевизионная прямая передача рождает у зрителя иллюзию присутствия на месте, где происходит событие. Между ним и действительностью нет посредника — интерпретатора. Ведь событие происходит в тот самый момент, когда его показывают, а это еще одно прекрасное качество телевидения, его называют *эффектом присутствия*.

Не менее ценное качество телевидения — это *личностный, индивидуальный характер общения* с тем, кто выступает с телеэкрана. Когда человек выступает по телевидению, хотя он и обращается одновременно к миллионам, каждому зрителю кажется, что он обращается именно к нему лично. А это делает разговор более конкретным, более интимным.

Монтаж – главное выразительное техническое средство телевидения. Понятие монтажа в простейшем виде означает соединение путем видеозаписи в определенной последовательности и по определенной системе фрагментов в единое целое. Это понятие применяется и на радио, однако, в работе телевидения понятие монтажа значительно усложняется по сравнению с радиийным.

При монтаже для создания цельного законченного сюжета соединяются текст, видеоряд (в редких случаях – музыка, это не относится к репортажным жанрам).

Учитывая разнообразие возможных используемых форм видеоматериала (синхрон, stand-up, закадровый текст, рэпэраунд) структура сюжета может оказаться как очень простой, так и достаточно сложной. Как правило, это зависит от разных факторов.

*Фактор первый.* Цель и содержание репортажа.

*Фактор второй.* Реальные возможности, наличие того или иного материала.

*Фактор третий.* Качество имеющегося материала.

## **Раздел 2. Телебеседа. Телеинтервью. Теледиспут.**

**Тема 2.1.** Тема 2.1. Диалог, его формы и сущность.

**Тема 2.2.** Формула «Обратной связи» заимствована журналистикой у кибернетики.

Тема 2.3. Телебеседа.

Тема 2.3. Телеинтервью.

Тема 2.4 Теледиспут.

От английского interview – встреча, беседа. Жанр, в котором наиболее концентрировано реализуются базовые признаки процесса межличностного общения. В первоначальном своем значении интервью – это беседа журналиста (репортера, ведущего) с известной личностью, ученым, специалистом, «бывалым человеком» и т.п. Во время этой беседы журналист-интервьюер задает вопросы, подсказывает темы, которые желательно затронуть в беседе, «направляет» беседу, реагирует на высказывания собеседника, что дает дальнейшее развитие беседы. К интервью нельзя относить пресс-конференции: во-первых, потому, что заявления на пресс-конференции носят публичный характер, а, во-вторых, потому что вопросы журналистов не согласованы друг с другом и не позволяют создать единого материала, составляющего цельное телевизионное произведение. Что касается отдельных ответов, даваемых на пресс-конференции, то они должны считаться «сообщениями о событиях и фактах, имеющими информационный характер», то есть материалами, которые в соответствии с большинством действующих законов об авторском праве не охраняются авторским правом. Дело в том, что интервью это жанр, по отношению к которому авторское право несет определенные нюансы (в отличие от всех других – репортажа, комментария и т.д.). Зачастую интервью несет в себе очевидные признаки соавторства. Лицо, дающее интервью (интервьюируемый), сообщает нечто новое, оригинальное, его материал, вносимый в интервью, представляет собой результат творческой деятельности, который охраняется авторским правом. С другой стороны, и журналист, интервьюер, проявляет творчество при постановке вопросов, определении направления беседы, творчество журналиста проявляется и после завершения беседы, когда он придает более совершенную, оригинальную форму

интервью: в газетах и журналах это внесение изменений, выходящих за пределы обычного редактирования, на радио и в телевидении – монтаж или дополнительное включение в материал беседы тех или иных вопросов, различные дополнения, комментарии. Получается, что интервью есть результат соавторства со всеми вытекающими последствиями. Однако на практике получается чаще по-другому. В повседневной телевизионной (да и в целом в журналистской) практике очень часты случаи, когда вопросы или ответы оказываются настолько просты, что не несут в себе творческого начала, не являются оригинальными, и, таким образом, одна из сторон в интервью не проявляет творчества, то вместо соавторского произведения получится произведение одного автора: либо монолог интервьюируемого, либо блестящие, остроумные и оригинальные вопросы журналиста с односложными ответами типа «да – нет». Авторское право охраняет только форму произведения: язык (языковые приемы), которым изложено произведение, художественные образы, последовательность изложения. Авторское право не охраняет элементы содержания произведения, то есть собственно идеи, факты, принципы, составляющие сюжет, тему произведения. Поэтому лицо, которое сообщило только факты, идеи, принципы, использованные в произведении, не становится автором (соавтором) произведения, если форма выражения этих фактов, идей, принципов создана не этим, а другим лицом. Тем не менее, интервью – совместное творчество. Убеждение в том, что спрашивать легче, чем отвечать – ложный посыл начинающих журналистов. Право на вопрос подразумевает знание материала порой не хуже, нежели у интервьюируемого. Ведь интервью – далеко не всегда лишь способ получения информации. В зависимости от задачи, стоящей перед журналистом, необходимо различать интервью-факт и интервью-мнение. В первом случае, важной и необходимой представляется информация, которой в силу определенных причин обладает интервьюируемый. Во втором случае, речь может идти о чем-либо общеизвестном, но интервьюируемый (опять-таки, замотивировано) имеет право на оценку, разъяснения, прогнозы и т.д. По другой типологии, в зависимости от цели и способа ее достижения журналистом, интервью подразделяют на большее число разновидностей.

В беседе чаще всего принимают участие более двух человек. Другой термин – «круглый стол». 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 («Как жить будем?», РТР), либо фрагментом в передаче наряду с другими жанровыми формами. В передаче «Как жить будем?» жанр был усложнен: беседа с

участием двух-четырех собеседников в московской студии сочеталась с беседой примерно такого же формата в другом городе в виде телемоста. 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. 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 здесь занимает умение журналиста импровизировать, так как ход дискуссии не всегда может быть предсказуем, и домашними заготовками обойтись не получится. Тем более что эта жанровая форма чаще всего применяется для работы в прямом эфире (например, это могут быть предвыборные теледебаты).

### **Раздел 3. «Живое» телевидение. Работа в прямом эфире.**

Тема 3.1. Форма сценариев.

Тема 3.2. Проблема изображения и слова на экране.

Тема 3.3. Репортаж в новостях.

Один из главных принципов телевидения звучит так: пусть картинка расскажет о событии. Это в идеале. На практике наиболее оптимальным оказывается такое сочетание текстовой и видео- информации, когда они не противоречат друг другу, не дублируя, а гармонично дополняя друг друга дают максимально полное и насыщенное представление зрителю о происходящем.

Для достижения этого эффекта *корреспондент при написании текста сюжета должен не забывать о наличии видеоряда, а для этого четко представлять следующие основные принципы:*

- *в каких случаях видеоряд и содержание текста просто обязаны совпадать «один к одному»;*
- *когда картинка и текст корреспондента могут не совпадать по содержанию;*
- *каковы ситуации, в которых текст и картинка совпадать обязательно не должны;*
- *каковы формы подачи текста, к которому не имеется видеоряда;*
- *в каких случаях лучше использовать не текст, асинхрон или интершум.*

*Закадровый текст* – наиболее простой в исполнении фрагмент структуры информационного или новостного сюжета. В то же время, практика такова, что он является базовым, наиболее используемым.

Закадровый текст записывается обычно уже в студии на один из аудиоканалов (обычно 1-й, в этом случае интершум – на 2-м), а уже путем монтажа на запись вашего голоса накладывается видеоряд.

Иногда, в последние годы крайне редко, делается наоборот. На смонтированную картинку накладывается аудиозапись. Вероятно, практика сконцентрировалась больше на первом варианте, поскольку он позволяет лучше совместить информацию закадрового текста с информацией видеоряда.

Совместное воздействие двух пластов информации легче обеспечить, подбирая необходимые видеок cadры под те или иные фрагменты закадрового текста. По большому счету, закадровая часть сюжета очень часто может казаться менее выразительной, нежели синхрон или stand-up. Возможно, за счет обезличенности, отсутствия персонификации информации.

Stand-up это корреспондент в кадре. Используется, прежде всего, для подтверждения того, что репортер работал на месте события. Доказательство же присутствия необходимо постольку, поскольку является наиболее эффективным средством заставить зрителя поверить в достоверность данной информации.

Наиболее уместными для применения stand-up'a ситуации могут быть таковы: – корреспондент или редакция в целом имеют собственную точку зрения на происходящее или

какую-то особую информацию, однако, отсутствует видеоряд для того, чтобы ее проиллюстрировать.

Телевизионное интервью это «синхрон», а смысл этого термина в отличие от простого интервью обременен необходимостью синхронизации аудио- и видеоматериала. Редактирование синхрона принципиально отличается от редактирования интервью.

Для коротких репортажных жанров наиболее приемлемым является использование в сюжете отдельного цельного фрагмента текста, произнесенного ньюсмейкером. Однако повседневной практикой является такая ситуация, когда ваш интервьюируемый принципиально важные для вас фрагменты произносит раздельно: зачастую один в самом начале разговора с вами, второй – где-нибудь в конце. В таких случаях выручает *монтажное редактирование* (см. далее), однако и его возможности в итоге ограничены, поэтому первостепенной задачей становится правильно разговаривать собеседника. В общем-то, эта задача первостепенна в любом случае – как и в нетелевизионных интервью, вам важно услышать от него то, что вы услышать хотите.

#### **Раздел 4. Новые телевизионные возможности.**

Тема 4.1. Видеозапись и живое телевидение.

Тема 4.2. Съёмка видеосюжета.

Тема 4.3. Творческие проблемы информационно-аналитических программ.

Подготовка сюжета с точки зрения работы корреспондента это, прежде всего анализ возможностей, получение информации и организация съемок. Анализируя возможности подготовки того или иного сюжета, первое, с чем сталкивается корреспондент – допуск на место съемок. Конечно, самое простое, когда объектом съемок является то или иное общедоступное место, или, когда вы приглашены на конкретное мероприятие, организаторы которого сами заинтересованы в вашей работе. Однако при работе репортера для новостной или информационной программы требования вашей работы нередко могут не совпадать с желаниями представителей различных государственных, общественных, коммерческих и пр. структур.

Понятно, что в ходе работы корреспондент и оператор находятся в постоянном контакте. Особенно это касается работы на событиях, содержащих очень много лишней, избыточной информации. Это, в первую очередь, относится к разного рода совещаниям и съездам, а также пресс-конференциям, собраниям и т.п.

В тандеме репортер-оператор, работающем давно и много, оператор может и сам, зная пристрастия своего корреспондента, почувствовать необходимость записи какого-либо фрагмента выступления. Чувствуя приближение оратора к данной тематике, оператор сам догадается, когда включить камеру в режим записи. Естественно, что накануне подобного события (особенно это относится к пресс-конференциям), если корреспондент готовит собственный вопрос(ы), оператор должен быть об этом проинформирован. Однако это не значит, что все остальное время пресс-конференции он может расслабляться в ожидании известных ему вопросов собственного корреспондента.

Вопрос о взаимодействии корреспондента и оператора относится не только к работе на событиях того типа, что были описаны выше. При любом характере события, будь то пожар, военные действия или избирательная кампания, если по ходу съемок у вас уже созревает композиция будущего сюжета – подскажите оператору какие планы вам могут понадобиться. Может быть, он уже и снял что-то подобное, а может быть, и не придавал этим планам значения. Лучше подстраховаться и сделать затем хороший сюжет.

### **2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума**

Параллельно с усвоением теоретического материала студенты в учебной телестудии осваивают формы и методы журналистской работы, которые не могут быть доверены им в условиях реального телепроизводства. Например, это выступление в кадре, верно написанный текст, правильная речь, владение интонацией, умение держать себя, манера поведения, жестикация и многое другое.

### **2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для изучения дисциплины необходимы: компьютер, микшерский пульт, микрофон, диктофон, видеокамера, монтажное оборудование

## **2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей**

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 <sub>1</sub>	M2	M1	M2	M1	M2			
<b>Вид учебной работы/контроля</b>	M1 <sub>1</sub>	M2	M1	M2	M1	M2			
Контрольная работа ( <i>при наличии</i> )									
Устный опрос ( <i>при наличии</i> )	0,5								
Репортаж	0,5								
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля									0,5
<b>Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля</b>									0,5
	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$

### 3. Теоретический блок (*указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины*)

#### 3.1. Материалы по теоретической части курса

##### Основная:

1. Балабанов А.В. Занимательное медиапланирование. - М.: РИП-холдинг, 2001.
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Ин-т экспериментальной социологии, 2002.

<sup>1</sup> Учебный Модуль



3. Борецкий Р.А., Кузнецов Г.В. Журналист ТВ: за кадром и в кадре. -М., 1990.
4. Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: Учебное пособие. – М.: КДУ; Высшая школа, 2003.
5. Василев А.Д. Слово в телеэфире. – Красноярск: Сибирский юридический институт МВД России, 2000.
6. Гаймакова Б.Д., Сенкевич М.П., Макарова С.К. Мастерство эфирного выступления. – М.. 1996.
7. Дмитриев Л.А. Искусство информации. М., 1996.
8. Искусство разговаривать и получать информацию / Хрестоматия. – М., 1993.
9. Крочач Б. Розенстил Т. Элементы журналистики. –М.: Престиж, 2004.
10. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. – Ростов-на-Дону, 1999.
11. Кузнецов Г.В. ТВ – журналистика: критерии профессионализма: - М.: Изд. РИП-холдинг, 2002.
12. Медынский С. Е. Оператор: Пространство. Кадр: Учеб.пособие для студентов вузов / – М.: Аспект Пресс, 2004.
13. Миргородская А. ТВ-собеседник. Современные стили речевого телевизионного общения. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2002.
14. Муратов С. Нравственные принципы тележурналистики. 1994.
15. Муратов С. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983.
16. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист. – М., 1996.
17. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В. Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004.
18. Шерель А.А. Радиожурналистика. М., 2000. Основы теории журналистики.
19. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Москва 2009.
20. Киракосян Л.М. Формулы журналистики, или журналистика для всех. Ереван, 2009.
21. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Москва, 2006.
22. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб., 2002.
23. Коновалова О.В. Основы журналистики. М., Р-на Дону, 2005.

Дополнительная:

1. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-Пресс, 2003.

2. Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы. – М., 1998.
3. Засурский Я. Н. Актуальные проблемы журналистики. – М., 1997.
4. Засурский Я. Н. Искушение свободой. – М., 2004.
5. Реснянская Л. Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога: учеб. пособие. – М.: Пульс, 2001. – 48 с.
6. Реснянская Л. Л. Общественный диалог и политическая культура общества: учеб. пособие. – М.: Пульс, 2003, – 44 с.
7. Система средств массовой информации России: учеб. пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 259 с.
8. Цвик В. Л. Телевидение: системные характеристики. – М., 1998.
9. Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. – М.: Аспект-Пресс, 2002.

**4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).**

**4.1. Планы практических и семинарских занятий**

*Практическое занятие №1.*

1. Устный опрос по теме: Диалог, его формы и сущность
2. Съемка видеосюжета

*Практическое занятие № 2.*

1. Устный опрос по теме: Культура телевизионной речи.
2. Работа с оператором.

*Практическое занятие № 3.*

1. Устный опрос по теме: Законы телевизионной драматургии
2. Телеинтервью.

**4.2. Материалы по практической части курса**

Материалы по практической части представлены выше (см. пункт 3.1. Материалы по теоретической части курса).

**4.3. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов**

1. Антология великих открытий. Стандарты современного ТВ.
2. Теоретико-типологический анализ ТРК.
3. Особенности и проблемы информационных программ регионального ТВ.
4. Тенденции развития жанров и способов сбора информации на ТВ.
5. Телевизионная информация: сбор, обработка, распространение.
6. Изобразительно-выразительные средства ТВ.
7. Жанры информационной публицистики.
8. Интервью как жанр и как метод телевизионной публицистики. Виды интервью. Пресс-конференция.
9. Жанры аналитической публицистики.
10. Комментарий и обозрение как жанры аналитической публицистики.
11. Ток-шоу как жанр. Его цели.
12. Корреспонденция и дискуссия как жанры аналитической публицистики.
13. Жанры художественной публицистики.
14. Эссе как жанр художественной публицистики.
15. Журналистские профессии на ТВ.
16. Творческие телевизионные мастерские.
17. Приемы редактирования теле-, радиотекстов.
18. Информационные, публицистические, художественные телепрограммы – их стилевые особенности.
19. Этика телеинтервьюера. Этика ведущего новостей.
20. Изобразительно-выразительные средства, особенности монтажа в публицистических программах.
21. Методы работы телевизионного журналиста.
22. Роль журналиста-модератора в теледебатах.
23. Критерии оценки телепередачи, факторы успеха.
24. Персонализация в телепередачах.
25. Разновидности жанра ток-шоу, методы подготовки и ведения.
26. Парадокс целостности законов теледраматургии и их функции.
27. Способы редактирования телетекстов, характерные ошибки в эфире.
28. Понятие знака в информационном процессе. Типы знаков.
29. Проблемы отношений телеадресанта и телеадресата и пути их разрешения

30. Монтаж от Гриффита до Эйзенштейна Виды монтажа
31. Пятиактность композиции телевыступления Закон Фабулы
32. Студийная драма. Подготовка и проведение теледиспута.
33. Культура телевизионной речи. Основные понятия и объекты изучения.
34. Закон Образа – основной закон теледраматургии.
35. Образ творческого мышления, поэтапность телепроцесса.
36. Специфика теле- радио выступления.
37. Системообразующие принципы телевизионных жанров.
38. Сущность и формы диалога.
39. Информация, ее структура, типы знаков.
40. Взглядоформирующая функция телевидения. Приемы телевизионного воздействия и манипулирования.
41. Тема, идея и Замысел разговорных телевизионных жанров.
42. Реализация законов «Магического круга» в развлекательных программах.
43. Публицистика отечественных исследователей телевидения
44. Способы и проблемы повышения информативности телесообщений.
45. Проблемы правильности и целесообразности речи телеведущего.

## **5. Методический блок**

### **5.1. Методика преподавания**

- 5.1.1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Особенностью курса является то, что в его рамках изучаются теоретические основы радиожурналистики, которые студенты используют при выполнении практических заданий. Помимо этого, студенты в рамках данного курса имеют возможность познакомиться с примерами из современной практики радиовещания. Курс уделяет внимание специфике радиокommunikации, выразительным средствам радио, описывает жанры и формы радиожурналистики, методику работы радиожурналиста. Кроме того, один из разделов курса посвящен мастерству радиоречи и содержит упражнения и практические задания для

улучшения артикуляции, выстраиванию верной интонации при чтении текста, повышает общий уровень речевой грамотности.

**Тележурналистика:**

- активное освоение технических возможностей видеосъемок,
- углубленное изучение компьютерных программ по монтажу,
- освоение дикторских компетенций
- изучение методов звукорежиссуры