

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа № 48»
города Чебоксары Чувашской Республики

Рассмотрено
на заседании ШМО

Протокол №

от 29.08.2019г.

Руководитель ШМО

И.А.Трехслова

Согласовано

Зам. директора по УВР

И.И.Корсаков

«29» 08. 2019г.

Утверждаю

Директор МБОУ «СОШ № 48»

г. Чебоксары

В.В.Сергеев

Приказ № 47 от 03.09.2019

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
МЕДИАКЛУБ «ШКОЛЬНОЕ ВРЕМЯ»**

НАПРАВЛЕННОСТЬ: СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ

Уровень программы: базовый

Возраст обучающихся: 10-17 лет

Срок реализации: 1 год

КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ 36, 1 (в неделю)

УЧЕБНЫЙ ГОД 2019-2020

Составитель (разработчик):

ШИШУЛИНА СВЕТЛАНА НИКОЛАЕВНА,

учитель-логопед

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Учебный (тематический) план	8
3. Содержание учебного (тематического) плана	11
4. Организационно-педагогические условия реализации программы	18
5. Список литературы	20
6. Приложение. Словарь терминов	23

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа медиаклуб юных журналистов «Школьное Время» (далее – Программа) социально-педагогической направленности базового уровня строится на традиционных идеях, рассматривающих медиажурналистику – с одной стороны – как экранное искусство, а другой – как структуру, входящую в систему средств массовых коммуникаций. Программа направлена на формирование творческой индивидуальности обучающихся, освоение ими искусства слова, умения собирать и грамотно распоряжаться интересной информацией, приобретение навыков работы с персональным компьютером, видеокамерой, профессиональным микрофоном, помогает в овладении психологией общения, межличностном взаимодействии. Освоение данной Программы помогает привить обучающимся интерес к профессии корреспондента газеты и телевизионного журналиста, и смежных профессий тележурналистики: телеоператора, видеомонтажёра, редактора телевизионных программ.

Актуальность Программы заключается в приобретении обучающимися теоретических знаний и практических навыков в тележурналистике, привитии художественного вкуса, что, в свою очередь, оказывает благоприятное воздействие на формирование нравственных качеств, развитие эстетических чувств, творческого самовыражения; помогает адаптироваться в сложной обстановке современного мира, в последующем самоопределении. **Особенностью** образовательной программы «Школьное время» является акцент на практическую деятельность ребят, в ходе которой они познают основные законы и особенности журналистского мастерства.

Новизна Программы состоит в интерактивном характере обучения. Обучающиеся изучают технологию создания телепередачи, пробуя себя в качестве корреспондента, редактора, ведущего в кадре, оператора и т.д. Возникающая в данном процессе творческая атмосфера позволяет раскрыться способностям обучающихся, помогает привить им интерес к журналистской профессии.

Педагогическая целесообразность Программы заключается в том, что она способствует повышению культурного и образовательного уровня обучающихся, развитию их творческих способностей, включению в систему средств массовой коммуникации общества.

Цель Программы – обучить основам медиажурналистики, стимулировать интерес к профессии тележурналиста.

Реализация поставленной цели предусматривает решение ряда задач.

Задачи Программы

Обучающие:

- ознакомить с основами теории и практики тележурналистики, с особенностями телевизионных жанров и программ;
- сформировать понятийный аппарат в области аудиовизуальной коммуникации;
- обучить основным приемам работы с монтажным, съемочным, звуковым и осветительным оборудованием;
- обучить приемам сбора, обработки и распространения информации;
- обучить основам сценарного мастерства;
- обучить технологии и основным правилам создания телевизионного контента;
- сформировать умение работать в творческой группе.

Развивающие:

- развить позитивное мировосприятие, способность к самопознанию, творческому самовыражению и конструктивным способам взаимодействия с миром;
- развить интеллектуальные и коммуникативные способности;
- развить умение применять полученные теоретические знания на практике, объективно анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать материал;
- развить компетенции в области использования информационно-коммуникационных технологий;
- сформировать у обучающихся готовность к выбору направления профессиональной деятельности.

Воспитательные:

- воспитать культуру поведения и общения с людьми (внимательность, доброжелательность, готовность сотрудничать);
- воспитать целеустремленность, настойчивость, ответственность за достижение высоких творческих результатов;
- сформировать культурологическое мировоззрение, художественный вкус, широкий кругозор.

Отличительная особенность Программы состоит в том, что интеллектуальные и коммуникативные способности обучающихся развиваются в процессе творческой деятельности. Такой направленный на

социализацию подход особенно актуален в условиях осознания подростком себя в качестве личности, способной к самореализации.

Данная Программа разработана на основе программы «Мультимедийная журналистика» (разработчик Артамонов Е.А., педагог дополнительного образования ГБОУ Школа № 2001, 2017 г.).

Категория обучающихся

Работа ведется в разновозрастных группах, группы комплектуются из обучающихся 10-17 лет. В группе не менее 15 человек.

Формы и методы организации деятельности ориентированы на индивидуальные и возрастные особенности обучающихся.

Сроки реализации

Программа рассчитана на 1 год обучения. Общее количество часов составляет 36 часов (90 минут в неделю).

Формы и режим занятий

Программа реализуется 1 раз в неделю по 2 часа. Программа включает в себя теоретические и практические занятия.

Планируемые результаты освоения

Программы По итогам освоения Программы обучающиеся

будут знать:

- историю появления и становления тележурналистики, её жанры и специфику;
- основные требования к профессии тележурналиста;
- основные законы, регламентирующие деятельность СМИ, и морально-этические нормы, которыми руководствуется журналист в процессе своей работы;
- виды и методики журналистского творчества на телевидении;
- принципы создания телесюжета, телекомментария, телепередачи;
- технологию разработки концепции и формата издания в соответствии с техническими требованиями;
- технологию разработки макета издания/ режиссерского сценария в соответствии с концепцией и техническими требованиями;
- особенности сбора и проверки информации;
- технологию интервьюирования;
- особенности работы с диктофоном;
- технологию фото- и видеосъемки;

- технологию звукозаписи;

будут уметь:

- искать, находить, запрашивать, проверять и преобразовывать информацию;
- создать сюжет (с закадровым текстом и интервью) для программы новостей, сценарий;
- правильно рассчитывать хронометраж подготовленных к эфиру видеоматериалов;
- расшифровывать и редактировать аудиоматериалы с диктофона;
- обрабатывать и монтировать звукозаписи;
- создавать материалы на платформе Tilda (настройка шаблонов, простая верстка, редактирование, публикация);
- пользоваться компьютером, создавать, редактировать, сохранять текстовые и гипертекстовые документы, обрабатывать фотоизображения, создавать и редактировать презентации; пользоваться веб-браузерами; работать с файлами на внешних носителях;
- правильно обращаться с фотоаппаратурой различных типов и основными приспособлениями для фотосъемки;
- правильно обращаться с видеоаппаратурой, владеть начальными навыками работы телеоператора, видеомонтажёра, редактора телепередачи;
- вести телевизионные передачи-беседы в студии;
- проводить интервью;
- тактично общаться с людьми, не переступая этических норм и соблюдая право личной жизни граждан;
- соотносить свои обязанности и личные творческие задачи с творческими задачами, стоящими перед коллективом в целом.

Формы контроля и оценочные материалы

Формы контроля и оценочные материалы служат для определения результативности освоения программы обучающимися. Текущий контроль проводится по окончании изучения каждой темы. Промежуточный контроль проходит в конце третьего месяца обучения по Программе. Итоговый контроль – в конце учебного года.

Формы контроля:

- выполнение творческого задания
- тестирование
- опрос

- выполнение практической работы
- открытый показ
- конкурс

Средства контроля

Контроль освоения обучающимися программы осуществляется путем оценивания следующих критериев (параметров):

<i>Критерии оценки</i>	<i>Уровни определения результатов</i>		
	<i>Минимальный уровень</i>	<i>Общий уровень</i>	<i>Продвинутый уровень</i>
1. Теоретические знания			
Степень усвоения теоретического материала	Не владеет теоретическим материалом	Имеет общие представления о теоретическом материале	Применяет полученные знания на практике
Глубина, широта и системность теоретических знаний	Знания поверхностны, не систематизированы	Знания систематизированы, но есть пробелы по темам	Имеется чёткая система знаний, полученных на занятиях, а также освоенных самостоятельно
Грамотное использование компьютерных терминов	Владеет на уровне пользователя	Владеет на уровне продвинутого пользователя	Свободно владеет
2. Знание технологии			
Степень усвоения материала	Не владеет материалом	Имеет общие представления о материале	Применяет полученные знания на практике
Глубина, широта и системность знания технологии	Знания поверхностны, не систематизированы	Знания систематизированы, но есть пробелы по темам	Имеется чёткая система знаний, полученных на занятиях, а также освоенных самостоятельно
3. Практические умения и навыки			
Разнообразие умений и навыков, грамотность	Минимальные умения и навыки, возможно	Умения и навыки удовлетворительны для создания	Высокий уровень умений и навыков

(соответствие существующим нормативам и правилам, технологиям) практических действий	применение на бытовом уровне	конкурсных работ и разработки конкурентоспособных проектов	по данному профилю
Свобода владения специальным компьютерным оборудованием и программным обеспечением	Минимальные умения и навыки, возможно применение на бытовом уровне	Умения и навыки удовлетворительны для создания конкурсных работ и разработки конкурентоспособных проектов	Высокий уровень умений и навыков по данному профилю
Качество творческих проектов, обучающихся: грамотность исполнения, использование творческих элементов	Не конкурентоспособны, низкое техническое исполнение, отсутствие художественной новизны	Конкурентоспособны, качественное техническое исполнение, есть замысел, художественная новизна	Техническое исполнение на хорошем уровне, присутствие замысла, художественной новизны, чёткая идея работы или проекта, возможность создавать серии работ и проектов

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Учебный (тематический) план

№ п/п	Названия раздела/темы	Количество часов			Формы аттестации и контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	Введение в журналистику	4	3	1	
1.1.	Вводное занятие. Инструктаж	1	1	-	Первичная диагностика. Анкета
1.2.	Роль журналистики в обществе. Журналистика и общественное мнение	1	1	-	
1.3.	Факт и его интерпретация. Источники информации	1	1	-	
1.4.	Средства массовой информации (СМИ). Понятие, виды и функции. Документы, регламентирующие деятельность СМИ	1	-	1	Текущий контроль. Опрос

2.	Введение в печатную журналистику	8	1,5	6,5	
2.1.	Печатная (бумажная, газетно-журнальная) журналистика	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание
2.2.	Структура журналистского текста. Принцип пирамиды	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
2.3.	Заголовок. Его роль, разновидности, способы создания	1	0,5	0,5	Текущий контроль. Практическое задание
2.4.	Лид. Его роль, разновидности, способы создания	1	0,5	0,5	Текущий контроль. Творческое задание
2.5.	Заметка: как сохранить краткость	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
2.6.	Ошибки при написании текста	1	0,5	0,5	Текущий контроль. Тест
2.7.	Текст в социальных сетях	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание Текущий контроль. Практическое задание.
2.8	Верстка газеты «Школьное время»	1	-	1	Практическое задание.
3.	Введение в фотожурналистику	9	-	9	
3.1.	Профессия фотожурналиста	1	-	1	Текущий контроль. Тест
3.2.	Фотоаппаратура	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание
3.3.	Экспозиция. Выдержка, диафрагма, ISO	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание

					Текущий контроль. Творческое задание
3.4.	Композиция в фотографии. Основные изобразительные средства фотографии	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
3.5.	Репортажная съёмка. Основные правила и требования к репортажной съёмке	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
3.6.	Обработка фотографий в графических редакторах Photoshop и Lightroom. Подготовка фотографий к печати и к публикации в Интернет	1	-	1	Промежуточная аттестация. Открытое занятие
3.7.	Мобильная фотография. Создание видеоклипов из фотографий. Программы: Windows Movie Maker, Adobe Premier Pro	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
3.8	Верстка газеты «Школьное время»	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание.
3.9	Выпуск медиажурнала «ШколаДРОМ»	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание.
4.	Введение в тележурналистику	11	1	10	
4.1.	Специфика работы тележурналиста	1	0,5	0,5	Текущий контроль. Практическое задание
4.2.	Видеокамера. Техника владения видеокамерой	1	0,5	0,5	Текущий контроль. Практическое задание
4.3.	Звукозаписывающее оборудование. Монтаж звука	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание
4.4.	Телевизионный сюжет	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
4.5.	Программы для видеомонтажа	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание

4.6.	Верстка газеты «Школьное время»	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание.
4.7.	Интервью	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
4.8.	Человек в кадре	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
4.9.	Мобильная видеосъемка и монтаж. Публикация на видеохостингах	1	-	1	Текущий контроль. Творческое задание
5.0.	Лонгрид – формат онлайн-журналистики. Платформа Tilda Publishg	1	-	1	Текущий контроль. Творческое
5.1	Выпуск медиажурнала «ШколаДРОМ»	1	-	1	Текущий контроль. Практическое задание.
5.2	Итоговое занятие. Конкурс творческих работ	4	-	4	Итоговая аттестация. Конкурс
	ИТОГО	36	5,5	30,5	

Содержание учебного (тематического) плана

Раздел 1. Введение в журналистику

Тема 1.1. Вводное занятие. Инструктаж

Теория. Знакомство с программой «Основы тележурналистики», её целями и задачами, порядком и планом работы на учебный год. Инструктаж по технике безопасности. Формы и методы деятельности объединения. Базовые навыки владения компьютером.

Практика. Первичная диагностика. Заполнение обучающимися анкеты «Базовые навыки владения компьютером».

Тема 1.2. Роль журналистики в обществе. Журналистика и общественное мнение

Теория. Обобщение и систематизация имеющихся знаний и представлений о журналистике. Новые термины. Профессия тележурналиста. Тележурналистика. Мультимедиа материал. Универсальный журналист. Роль журналистики в обществе. Постановка проблемных вопросов и поиск ответов. Журналистика и общественное мнение. Резюме. Первичное закрепление полученных выводов на примерах из кинематографа.

Тема 1.3. Факт и его интерпретация. Источники информации

Теория. Понятие «факт». Информация. Классификация источников информации. Критерии достоверности информации. Анализ информации.

Тема 1.4. Средства массовой информации (СМИ). Понятие, виды и функции. Документы, регламентирующие деятельность СМИ

Теория. Понятие СМИ. Виды СМИ: пресса (газеты, журналы); книжные издательства; агентства печати; радиовещание; телевидение; кино-, видео-, звукозапись; интернет; социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter, Instagram). Функции: информационная, формирования общественного мнения, образовательная, «тиражирования», управленческая, политического маркетинга. Алгоритм работы с документами. Конституция РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон РФ «О средствах массовой информации», ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации». Закон РФ «О рекламе», ФЗ «О государственной тайне», ФЗ «О персональных данных», ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Авторское право (ГК РФ Глава. 70).

Практика. Работа с нормативными документами, регламентирующими деятельность СМИ. Опрос по теме.

Раздел 2. Введение в печатную журналистику

Тема 2.1. Печатная (бумажная, газетно-журнальная) журналистика

Теория. Печатная журналистика. Её особенности. Функции. Жанры. Информационный жанр: заметка, информационная корреспонденция, репортаж, инфоотчет, инфоинтервью, блиц-опрос. Аналитический жанр: аналитическое интервью, рецензия, статья, аналитический отчет, комментарий, аналитическая корреспонденция; журналистское расследование, аналитический опрос, беседа, социологическое резюме, анкета, мониторинг, рейтинг, прогноз, письмо и т.д. Художественно-публицистический жанр: очерк (портретный, проблемный, путевой), эссе, колонка, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда.

Практика. Практическое задание «Жанр». Определение жанра и вида журналистских текстов.

Тема 2.2. Структура журналистского текста. Принцип пирамиды

Теория. Составляющие хорошего текста. Принцип пирамиды. Перевернутая пирамида. Правильная пирамида. Журналистский текст и его отличие от художественного. Правила построения журналистского текста.

Практика. Творческое задание «Журналистский текст». Анализ журналистских текстов.

Тема 2.3. Заголовок. Его роль, разновидности, способы создания

Теория. Функции заголовка: графически-выделительная, номинативная, информативная, рекламная, оценочно-экспрессивная, интегративная. Виды заголовков: автосемантические, синсемантические. Значение заголовка. Разновидность и способы создания.

Практика. Практическое задание. Анализ заголовков в различных источниках информации.

Тема 2.4. Лид. Его роль, разновидности, способы создания

Теория. Лид (вводка) – первый абзац текста, как правило, выделенный жирным шрифтом. Задача и значение лида – удержать читателя, предложить увлекательную информацию, чтобы он продолжил чтение статьи. Виды и особенности лидов. Прямые: обобщающие, модифицированные, оберточные, расколотые. Затяжные: сценические, повествовательные, анекдотические, ситуативные. Функции лида. Нежелательные лиды. Оптимальный размер лида.

Практика. Творческое задание «Лид». Анализ лидов.

Тема 2.5. Заметка. Как сохранить краткость

Теория. Заметка и ее особенности. Факт в заметке. Задача заметки – раскрытие факта. Дифференциация заметок по проблемно-тематическому признаку: экономические, политические, культурные, экологические, спортивные, социально-бытовые, эстетические, криминальные и т. д. Основные части заметки. Ее отличия от журналистского текста. Правила написания заметок.

Практика. Творческое задание «Заметка». Анализ заметок.

Тема 2.6. Ошибки при написании текста

Теория. Классификация речевых, грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок. Исправление различных типов ошибок, их условное обозначение. Специализированные сервисы для проверки ошибок.

Практика. Тест по темам раздела.

Тема 2.7. Текст в социальных сетях

Теория. Особенности публикаций в социальных сетях. Шесть типов контента: обучающий, продающий, коммуникативный, новостной, репутационный, развлекательный). Разница в оформлении (размеры фотографий, максимальное количество знаков в тексте). Разница в содержании (интересы и потребности зависят от возраста, пола, географии и социального статуса) на примере социальных сетей ВКонтакте, Twitter, Instagram. Смайлы и хештеги. Ссылки.

Практика. Творческое задание «Публикация в социальной сети».

Тема 2.8. Верстка газеты «Школьное время»

Раздел 3. Введение в фотожурналистику

Тема 3.1. Профессия фотожурналиста

Теория. Жанры фотожурналистики. Роль фотоиллюстрации. Виды и особенности фотожурналистики. Профессия фотожурналиста. Фотографические навыки. Технологические навыки. Этические и правовые моменты.

Практика. Тест «Жанры, виды и особенности фотожурналистики».

Тема 3.2. Фотоаппаратура

Теория. Классификация современных фотокамер. Достоинства цифровой фотографии. Особенности устройства и основных частей фотоаппарата. Базовая настройка фотоаппарата. Режимы съемки цифровых камер. Классификация объективов: нормальные, широкоугольные, телеобъективы. «Фикс-фокус» и зум-объектив. Правила ухода за фототехникой, оптикой. Комплект необходимого оборудования для съемки.

Сменные объективы. Светофильтры. Штативы, моноподы и другие опоры. Формирование изображения на матрицу. Оперативность при съёмке и просмотре отснятого материала. Хранение и поиск фотографических архивов. Форматы графических изображений, их преимущества и недостатки.

Практика. Практическое задание. Изучение современных видов фототехники, объективов с помощью иллюстративного и наглядного материала. Съёмка цифровыми фотоаппаратами в различных режимах, совместная работа и просмотр отснятого материала на компьютере.

Тема 3.3. Экспозиция. Выдержка, диафрагма, ISO

Теория. Установка экспозиции. ISO, диафрагма и выдержка. Глубина резко изображаемого пространства (ГРИП). Приоритет диафрагмы или выдержки. Творческие приёмы использования приоритета диафрагмы или выдержки. Эффект фризлайта.

Практика. Практическая работа «Проведение фотосъёмки с использованием разных режимов диафрагмы и выдержки, экспозиции. Эффект фризлайта».

Тема 3.4. Композиция в фотографии. Основные изобразительные средства фотографии

Теория. Основные правила композиции (смысловый центр, свойства линий, контраст, размещение, «золотое сечение», правило одной трети, равновесие и симметрия, формат, точка съёмки, диагональ, пространство, чтение изображения, боке). Различные техники съёмки: съёмка с «проводкой», зум-эффект. Композиция в пейзаже. Роль освещения в процессе съёмки. Выбор композиционного построения портрета (во весь рост, поколенный, поясной, погрудный, головной).

Практика. Практическое задание. Съёмка цифровым фотоаппаратом с учётом применения основных правил композиции, составление композиций. Съёмка пейзажа. Портретная съёмка. Обработка отснятого материала в студии. Анализ результатов работы.

Тема 3.5. Репортажная съёмка. Основные правила и требования к репортажной съёмке

Теория. Жанры фотографии. Особенности репортажной съёмки. Детали фото, «решающий момент», факт и своя точка зрения на событие, ракурс, реальная история и замысел. Выбор аппаратуры, аксессуаров для съёмки. Основные правила съёмки мероприятий. Статика и динамика изображения. Поиск сюжета. Юридические аспекты репортажной съёмки. Выбор оборудования.

Практика. Творческое задание «Фоторепортаж с мероприятия». Как рассказать историю, используя всего три фотографии.

Тема 3.6. Обработка фотографий в графических редакторах Photoshop и Lightroom. Подготовка фотографий к печати и к публикации в Интернет

Теория. Обработка отснятого материала на компьютере. Принципы обработки фотографий. Подборка фотографий. Кадрирование, коррекция кадров по свету и цветовой гамме, устранение эффекта «красных» глаз и т.д. Графический редактор Photoshop (описание программы; настройка рабочего пространства). Графический редактор Lightroom (описание программы; настройка рабочего пространства). Предпечатная подготовка фотоизображений. Ознакомление с оборудованием для печати. Основные требования для публикации в сети Интернет, сохранение изображений с учетом требований глобальной сети.

Практика. Открытое занятие. Самостоятельная обработка воспитанниками своих снимков (репортажная съемка) в графических редакторах Photoshop и Lightroom на компьютере в студии. Работа по подготовке фотографий к печати и публикации в Интернет.

Тема 3.7. Мобильная фотография. Создание видеоклипов из фотографий. Программы: Windows Movie Maker, Adobe Premier Pro

Теория. Особенности мобильной фотографии. Социальная сеть Instagram. Особенности и основные элементы. Описание программ: Windows Movie Maker, Adobe Premier Pro. Настройка рабочего пространства. Принципы создания видеоклипов из фотографий. Наложение текста и музыкального сопровождения.

Практика. Просмотр и анализ мобильных фотографий профессионалов. Творческое задание «Мобильная фотография». Подготовка видеоклипа из фотографий.

Тема 3.8. Верстка газеты «школьное время»

Тема 3.9. Выпуск медиажурнала «ШколаДРОМ»

Раздел 4. Введение в тележурналистику

Тема 4.1. Специфика работы тележурналиста

Теория. Телевидение как средство коммуникации. Социальные функции телевидения. Телевизионные специальности. Телевизионные жанры. Особенности профессии тележурналиста. Оборудование телевизионной студии: свет, камеры, звуковое оборудование (микрофон, «ухо», аудиомониторы) штативы (трипод, монопод). Оборудование эфирной аппаратуры: эфирный видеомикшер и т. д.

Практика. Практическое задание. Устройство и принцип работы оборудования телевизионной студии.

Тема 4.2. Видеокамера. Техника владения видеокамерой

Теория. Виды видеокамер. Устройство и основные функции видеокамеры. Специальные функции и спецэффекты. Основные правила видеосъёмки. Съёмка с рук: основные приёмы и положения тела, ракурсы, трансфокация. Тряска (дрожание камеры) и способы борьбы с этим. Гравитационный синдром при съёмке. Съёмка со штатива, правила пользования штативами. Съёмка с движения: панорамирование, тревелинг, съёмка с тележки, съёмка с крана, устройства гироскопической стабилизации камеры. Композиция кадра: план крупный, средний, общий. Ракурс. Перспектива. Глубина кадра.

Практика. Практическое задание. Отработка техники съёмки из различных положений; разных ракурсов. Отработка техники наездов и отъездов трансфокатором автоматическим и ручным. Тренировка твёрдого держания камеры в руке, на плече, на колене. Отработка техники съёмки со штатива.

Тема 4.3. Звукозаписывающее оборудование. Монтаж звука

Теория. Оборудование для работы со звуком. Микрофоны, микшерный пульт, колонки, диктофоны. Технические средства звукозаписи. Моно- и стереозапись. Звуковые редакторы: Adobe Audition CS – профессиональный редактор, предназначенный для записи звука, а также для работы с цифровыми аудио; АудиоМАСТЕР – многофункциональный аудиоредактор, предназначенный для работы с музыкой и звуком. Монтаж звука. Монтаж в условиях предварительной записи. Параллельный монтаж. Последовательный монтаж.

Практика. Практическое задание «Отработка навыков звукозаписи и аудиомонтаж».

Тема 4.4. Телевизионный сюжет

Теория. Телевизионный язык. Умение рассказывать «картинками». Композиция телевизионного сюжета. Типы и элементы телевизионных сюжетов. Структура сюжета. Подготовка к съёмке. Сбор предварительной информации, создание списка спикеров. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап». Съёмка телесюжета (взаимодействие оператора и журналиста). Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Создание монтажного листа, монтажного плана сюжета. Обработка исходного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование

«перебивок», деталей.

Практика. Творческое задание. Разработка концепции телесюжета, создание монтажного плана. Съёмка.

Тема 4.5. Программы для видеомонтажа

Теория. Видеоредактор VideoPad. Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Звуковой ряд телесюжета: сочетание звукового ряда с видеорядом сюжета, размещение на дорожке видеоредактора закадрового текста и синхронов. Создание файла проекта. Работа с программой видеомонтажа. Использование аудиофильтров. Специальные инструменты видеомонтажа: создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры. Использование изображений и аудиофайлов при создании видеофайла. Экспортирование файла. Форматы видеофайлов.

Практика. Творческое задание. Импорт видеофайлов на компьютер. Создание видеосюжета на заданную тему.

Тема 4.6. Верстка газеты «Школьное время»

Тема 4.7. Интервью

Теория. Цели и особенности интервью. Активное слушание. Коммуникативные техники. Требования к вопросу. Взаимодействие при съёмке интервью. Формы организации интервью. Этапы подготовки интервью. Открытые и закрытые вопросы. Десять способов испортить интервью.

Практика. Творческое задание «Интервью». Предварительная подготовка вопросов, приготовление помещения и аппаратуры к съёмке. Съёмка интервью. Просмотр и обсуждение отснятых кадров. Монтаж интервью.

Тема 4.8. Человек в кадре

Теория. Выбор плана при съёмке человека. Съёмка взаимодействующих объектов. Работа телеведущего. Съёмки диалога. «Правило восьмёрки». «Говорящий фон». Съёмка «стенд-апа». Техника речи.

Практика. Творческое задание «Стенд-ап». Съёмка «стенд-апа». Просмотр и обсуждение отснятых кадров. Монтаж «стенд-апа».

Тема 4.9. Мобильная видеосъёмка и монтаж. Публикация на видеохостингах

Теория. Нюансы мобильной видеосъёмки и монтажа. Программы для мобильных телефонов и сервисы. Приложения для монтажа видео на Android: VivaVideo: Free Video Editor, WeVideo; на iOS: Splice, InShot, iMovie. Достоинства и недостатки. Видеохостинги: YouTube, Яндекс.Видео, Vimeo,

RuTube, Brightcove. Возможности и особенности. Загрузка персональной обложки для видео. Прямые эфиры.

Практика. Творческое задание. Мобильная видеосъемка. Монтаж. Загрузка видео на видеохостинг YouTube.

Тема 5. Лонгрид – формат онлайн-журналистики. Платформа Tilda Publishing

Теория. Понятие «лонгрид». Основная идея и задача лонгрида. Структура, типовые элементы. Вдохновляющие примеры. Особенности платформы «Tilda Publishing» – блочного конструктора сайтов, позволяющего создавать блоги. Типовые элементы. Вдохновляющие примеры. Дизайн.

Практика. Просмотр и анализ вдохновляющих примеров лонгридов. Творческое задание «Мой первый лонгрид». Создание лонгрида.

5.1. Выпуск медиажурнала «ШколаДРОМ»

5.2. Итоговое занятие. Конкурс творческих работ

Практика. Формирование портфолио каждого обучающегося из творческих работ, созданных за год. Самостоятельное выполнение обучающимся итоговой творческой работы на выбранную тему в любом жанре на основе полученных знаний. Просмотр и обсуждение. Представление каждым обучающимся творческой работы на конкурс.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

При реализации программы в учебном процессе используются методические пособия, дидактические материалы, журналы и книги, материалы на электронных носителях.

Занятия построены на принципах обучения:

- развивающего и воспитывающего характера,
- доступности,
- наглядности,
- целенаправленности,
- индивидуальности,
- результативности.

В работе используются методы обучения:

- словесный (беседа, рассказ, лекция, сообщение);
- наглядный (использование мультимедийных устройств, личный показ педагога, подборки фоторабот, книги, журналы, альбомы и т.д.);
- практический (практические занятия в объединении);

- самостоятельной работы (самостоятельная съемка дома, в студии, выполнение домашних заданий и т.д.).

Усвоение материала контролируется при помощи опроса, тестирования, выполнения практических и творческих заданий.

Итоговое (заключительное) занятие объединения проводится в форме творческого конкурса.

Материально-технические условия реализации программы

Продуктивность работы во многом зависит от качества материально-технического оснащения процесса. Программа реализуется в аудитории образовательной организации с применением технических средств обучения, таких как

- ноутбук с подключением к сети internet – 15 шт. (операционная система Windows: 7, Vista, 8, 10 (32-битная, 64-битная); процессор с тактовой частотой 2200 MHz и более; ОЗУ не менее 2 ГБ; видеокарта с видеопамятью объемом не менее 256 Мб;

- программное обеспечение: Windows Movie Maker, Adobe Premier Pro, VideoPad, Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Audacity, Adobe Audition CC.

- видеопроектор;
- экран;
- телевизор;
- цифровой зеркальный фотоаппарат – 5 шт.;
- штативы;
- фотовспышки;
- фотопринтер;
- сканер;
- студийное световое оборудование;
- фоны для съемки;
- фотобумага;
- мобильный телефон (Android или iOS)
- видеокамера – 3 шт.;
- эфирный видеомикшер – 1 шт.;
- микшерный пульт – 1 шт.;
- микрофон репортажный – 3 шт.;
- микрофон выносной – 3 шт.;
- телевизионная ширма.

Список литературы, используемой при написании программы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. – М.: Юридическая литература, 2017.
2. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (ред. от 11 июля 2011, с изм. от 21 июля 2011) «О средствах массовой информации». – М.: Юридическая литература, 2018.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации: от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: (ред. от 30 декабря 2012 г.; с изм. и доп. от 2 янв. 2013 г.). – М.: Юридическая литература, 2018.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 января 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 29 марта 2010 г., с изм. и доп., вступающими в силу с 1 апреля 2010 г.). – М.: Юридическая литература, 2018.
5. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ (ред. от 01 мая 2019) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». – М.: Юридическая литература, 2019.
6. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
7. Федеральный Закон от 13 марта 2006 № 38-ФЗ (ред. от 28 сентября 2010 г. № 243-ФЗ) «О рекламе». – М.: Юридическая литература, 2017.
8. Айсманн К., Дугган Ш., Грей Т. Цифровая фотография. Искусство фотосъемки и обработки изображений. – М.: ДиаСофтЮП, 2005.
9. Амзин А.А., Гатов В., Галустян А.А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. /Под ред. С. Балмаевой – М.: Кабинетный ученый, 2016.
10. Богатов В.Н. Новости на ТВ. Практическое пособие. – М.: Грифон, 2017.
11. Бонд С. Обычные сюжеты, отличные фотографии: как превратить тривиальный сюжет в потрясающий снимок. – М.: Хорошая книга, 2012.
12. Гаврилов К.В. Как делать сюжет новостей. – М.: Пальмира, 2017.
13. Гостомыслов А.П. Детская журналистика: хозрасчетные газета и журнал в школе. Учеб. пособие. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
14. Дмитриев М. 1858 – 1948. Начало репортажной фотографии. – М.: Арт-Родник, 2012.
15. Ермилов А.Е. Скажите почему... Практика телеинтервью и телерепортажа. – М.: Алгоритм, 2017.
16. Журин А.А. Интегрированное медиаобразование в средней школе. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2012.

17. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.
18. Инджиев А.А. Универсальный справочник начинающего журналиста Ростов-на-Дону, «Феникс», 2007.
19. Ильяхов М. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 440 с., ил.
20. Каминский А.С. Вектор замысла. Пошаговый самоучитель тележурналиста/ А.С. Каминский. – М.: Эксмо, 2007. – 384 с. – (Экспресс-курс для самостоятельных людей).
21. Ковалев-Случевский К. Тележурналистика XXI века. Настольная книга для познания современного ТВ. – М.: Грифон, 2012.
22. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2017.
23. Короповская В., Орешко М., Семенова О., Ястребцева Е. Интернет-технологии в помощь ответственному отношению к делу в современной журналистике. Дистанционный курс. /Под ред. Е. Ястребцевой. – М.: Лига юных журналистов, 2016.
24. Короповская В., Кубрак Н., Орешко М., Ястребцева Е. Мобильные приложения в современной журналистике (на примере темы «Герои в современной жизни»). Дистанционный курс. /Под ред. Е. Ястребцевой – М.: Лига юных журналистов, 2016.
25. Кульчицкая Д.Ю., Галустьян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2016.
26. Максимов А.М. Журналист ТВ? Это просто. – СПб: ИД Питер, 2017.
27. Муратов С.А. Заповедник. Архитектоника передачи. Курс телевизионных лекций. – М.: Икар, 2014.
28. Найтингейл Д. Экспозиция. Современные приемы креативной цифровой фотографии. /Пер. с англ. Т. Новиковой. – М.: Эксмо, 2011.
29. Познин В.Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017.
30. Потупчик К. «Запрещенный» Telegram. Путеводитель по самому скандальному интернет-мессенджеру – М.: Водолей, 2019.
31. Правовые и этические нормы в журналистике. /Сост. Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012.

32. Резников Ф.А. Видеомонтаж на персональном компьютере. – М.: ТРИУМФ, 2006.
33. Рихтер А.Г. Правовые основы интернет-журналистики. Учебник. – М.: Икар, 2014.
34. Розенталь А. Создание кино и видеофильмов, как увлекательный бизнес. – М.: ТРИУМФ, 2000.
35. Розов Г. Как снимать. Что может ваша камера. – М.: Астрель, 2012.
36. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста. /Под ред. Я.Н. Засурского – М.: Академический проект, 2014.
37. Сухарева Л.И. Журналистика и русский язык. Элективный курс. 10-11 классы: учебно-методический комплект. М.: Айрис-пресс, 2007.
38. Телевизионная журналистика. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2019.
39. Шпаковский В.О., Егорова Е.С., Розенберг Н.В. Интернет-журналистика и интернет-реклама. Учебное пособие. – М.: Инфра-Инженерия, 2018.
40. Ядловский А.Н. Цифровая фотография. Полный курс. – М.: АСТ, 2005.

Словарь терминов

Авторский лист – единица объема текста и изобразительного материала, равная 40 000 печатных знаков прозаического текста с пробелами между словами, либо 3000 кв. см. площади изображения иллюстраций и оформительских элементов, либо 700 стихотворным строкам.

Аделиб – импровизационный фрагмент в дикторском выступлении на радио.

Атрибуция – установление первоисточника информации, авторства.

Аудитория – некое множество потенциальных потребителей медиапродукта, рассматриваемое в заданных границах.

Белый шум – пропагандистский прием, заключающийся в подаче такого количества «новостей», что становится невозможно выбрать приоритеты.

Бит – единица измерения информации, равная одному двоичному разряду. Отсюда и более крупные единицы – байты, мегабайты.

Бликфанг – рекламный элемент, основной функцией которого является привлечение внимания.

Брифинг – встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой коротко излагается позиция по определенному вопросу.

Верификация – проверка информации на достоверность, правдивость источников.

Видеоряд («картинка») – последовательность изображений, которую телезритель видит на экране своего телевизора.

Видео-нюс-релизы – информационные сообщения для СМИ, записанные на кассетных носителях.

Виртуальный – не существующий в реальности, имитация с помощью компьютеров.

Гарнитура – комплект шрифтов, имеющий общие графические признаки. Шрифты одной гарнитуры могут различаться по размеру (кеглю); по насыщенности (светлый, жирный, полужирный); по наклону (прямой, курсив).

Гипертекст – термин служит для описания электронных текстов, связанных с другими подобными текстами. Этот принцип чтения разрушал традиционную линейную схему. С возникновением возможности манипулировать электронным текстом, звуком, изображением утвердился термин «гипермедиа».

Дайджест – а) краткое изложение литературного произведения; б) периодическое издание, специализирующееся на перепечатке материалов из других изданий.

Деца – дезинформация (профжаргон): а) ложная информация, выброшенная на информационный рынок с отвлекающей целью; б) один из приемов, используемых с целью распространения порочащей информации о субъекте коммерческого или политического рынка.

Джинса (профсленг) – заказная платная статья с прямой или косвенной рекламой.

Заголовок (хэдли́н) – в современной журналистской практике эти понятия обладают смысловыми оттенками. Это результат развития информационного рынка, специализации изданий по интересам и вкусам, борьбы за целевую аудиторию. Заголовок – короткая фраза, функциональный смысл которой заключается в отделении материалов друг от друга на полосе издания. Выразительный элемент текста. Хэдли́н – в буквальном переводе с английского «заглавная строка». Характеризуется более высокой степенью информационной насыщенности. Основная задача хэдли́на – выделить наиболее важные элементы текста, служить ориентиром читателю на газетной полосе. По мнению ряда специалистов, эта часть материала вместе с лидом может «тянуть» до 70 % общего смысла всей информации, содержащейся в тексте. Стиль хэдли́нов во многом определяет лицо издания.

Закадровый текст – текст, который журналист начитывает за кадром, звучит на переднем плане.

Звукоряд – совокупность звуков, которые слышит с экрана телезритель во время телепередачи.

Инсайдер - журналист, имеющий доступ к закрытой информации.

Интервью – отрывок из диалога тележурналиста с каким-либо лицом (либо лицами), звучит на переднем плане.

Интершум – звук, сопровождающий изображение (и синхронизированный с ним) и звучащий на заднем плане, помогает дополнительно проиллюстрировать видеоряд.

Кадроплан, режиссёрская экспликация, (Storyboarding) – визуализация режиссерского замысла перед реализацией проекта: эскизы, зарисовки, фото, видеоматериалы и пр.

Клип – музыкальный видеосюжет с использованием динамичного монтажа.

Клон (профжаргон) – от слова «клонирование». Тиражирование однородных элементов коммуникации.

Колонцифра – цифра, обозначающая порядковый номер страницы.

Контент-анализ – метод выявления и оценки специфических характеристик текстов путем регистрации определенных единиц содержания, а также систематического замера частоты и объема упоминаний этих единиц в отдельных фрагментах текста.

Копирайт (copyright, ©) – знак, который используется при массовом тиражировании печатной, кино, видеопродукции, а также в дизайне. Наличие этого знака указывает на то, что авторские права на данное изделие защищены и их нарушение преследуется в судебном порядке.

Корректорские знаки – условные знаки, которые указывают на характер требуемых исправлений при редакторской читке.

Лид (мотто) – первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдлином) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста. Лид как бы продолжает функцию хэдлима. Обычно набирается жирным шрифтом. Некоторые специалисты считают, что лид не должен превышать 50 слов.

Логотип (logo, logotype) – визуальное (звуковое) выражение товарного знака, специально разработанное, оригинальное произведение. Базовый элемент фирменного стиля (графического комплекса).

Лонгрид – (longread; long read – буквально «долгое чтение») – формат подачи журналистских материалов в интернете. Его спецификой является большое количество текста, разбитого на части с помощью различных мультимедийных элементов: фотографий, видео, инфографики и прочих. Формат лонгрида предполагает чтение материала с различных электронных носителей. Он также позволяет читателю преодолеть «информационный шум» и полностью погрузиться в тему.

Макет – композиционная модель печатного носителя (книги, номера газеты, журнала, буклета).

Макрейнеры (разгребатели грязи) – так в начале XX века в США стали именовать журналистов и публицистов, обличавших коррупцию в структурах государственной власти.

Манипулирование – способы воздействия на поведение социальных групп и индивидов. Манипулятивные возможности СМИ, рекламы, ПР заключаются в способах интерпретации событий. Одним из критериев манипулирования является идея отделения фактов от мнений. Среди различных форм воздействия на массовое и индивидуальное сознание выделяют три основных – манипулирование, сотрудничество и принуждение.

Масс-медиа – печатные и электронные средства массовой информации.

Медиатическая ловушка – манипулятивная техника постановки вопросов при проведении опросов общественного мнения.

Ментальность (mentality) – совокупность этнокультурных, общественных навыков и духовных установок, стереотипов.

Мотивация – психологические предпосылки, обусловленные осознанными или неосознанными нуждами потребителей.

Нарезка – жанр телесюжета, представляет собой подборку коротких видеофрагментов, которые, как правило, идут подряд, встык, объединены одним настроением (реже – одной темой) и единым музыкальным сопровождением.

Новость – оперативная информация: а) новость «жесткая» – краткое изложение сути произошедшего, строится, как правило, по принципу перевернутой пирамиды, где в самом начале выдается наиболее существенная информация, а затем второстепенная; б) новость «мягкая» – изложение сути события с элементами занимательности, интриги.

Опрос – жанр телесюжета, цель которого получить объективное мнение по какому-либо вопросу, сравнив субъективные мнения многих людей на эту тему. Представляет собой несколько коротких интервью, которые объединяются небольшими связками (закадровым текстом), позволяющими перейти к следующему аспекту выбранной темы.

Оригинал-макет – в полиграфическом дизайне обозначает издательский окончательный вариант макета, который должен полностью соответствовать будущим экземплярам тиража печатного продукта.

Паблицити (publicity) – а) создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности в коммерческой, политической сфере; б) неличностное стимулирование спроса на товар; в) публичность, гласность, известность.

Перебивка – план, который накладывается в месте склейки двух разных кусков синхрона.

Пилотный номер (программа, копия) – пробный выпуск печатного, телевизионного кинопродукта с целью привлечения инвесторов, рекламодателей, изучения реакции аудитории.

Полоса – страница печатного издания.

Прайм-тайм (prime time) – время наибольшего охвата аудитории телеканалом или радиостанцией.

Пресс-релиз (press release) – специальные бюллетени о фирме или товаре (услуге), основная цель которых - создание информационных поводов для СМИ; информационный текст об истории, структуре, внутрифирменных событиях, специфике деятельности фирмы, предназначенный для оповещения СМИ, потребителей.

Провайдер – наиболее часто этот термин используется применительно к фирмам-посредникам, обеспечивающим доступ к сетевым службам пользователей Интернета.

Продюсер (producer) – доверенное (или независимое) лицо кинокомпании, осуществляющее художественный и организационно-финансовый контроль за постановкой фильма. Часто именно продюсер является инициатором проекта, что предполагает наличие нюха на сценарные идеи. Иногда продюсер является режиссером-постановщиком или сценаристом, или крупной звездой кино и шоу - бизнеса. Он берет на себя риск расходов на «девелопмент» – доработку сценария и является одним из основных инвесторов проекта. В зависимости от степени контроля делятся на главных, исполнительных, линейных и т. п.

Пятое сословие («пятая власть») – по аналогии с определением печатных СМИ как «четвертого сословия», «пятое сословие» – это метафорическое обозначение электронных масс-медиа.

Рейтинг (rating) – попытка экспертов упорядочить исследуемое явление по какому-либо признаку. Для каждого рейтинга должен быть четко прописан критерий рейтингования.

Репортаж – сообщение с места событий. Жанр журналистики, спецификой которого числят оперативность.

Репутация – общественная оценка, одна из основных имиджевых характеристик, основанная на создании мнения о достоинствах (недостатках) чего- или кого-либо.

Синхрон – звук, сопровождающий изображение (синхронизированный с ним) и звучащий на переднем плане. В телесюжете служит для передачи атмосферы события. Может быть речевым (произносится или поётся какой-либо текст) или неречевым – «лайф» (слышим музыку, которую в кадре исполняет оркестр; музыкальное сопровождение танца, который исполняется в кадре; звуки улицы, которую мы видим в кадре и т.п.) Синхрон, записанный по телефону – «хрип».

Слоган – рекламный девиз в виде эмоционально заряженной фразы, используемый как элемент корпоративной идентификации.

Стенд-ап – текст, который журналист читает в кадре, звучит на переднем плане.

Стереотип – термин, обозначающий стойкие эмоционально окрашенные представления об окружающей человека действительности, с оттенком упрощения. Часто сырьем для создания стереотипов являются различные предубеждения.

Суррогат-спикер (surrogate speakers) – люди, пользующиеся

определенным авторитетом на информационном рынке, которых привлекают для обсуждения актуальных проблем вместо первых лиц.

Тезаурус – словарь, в котором слова структурированы по предметно-тематическому принципу.

Телебеседа – жанр телепередачи (обычно, студийной), которая представляет собой диалог телеведущего с гостем (или несколькими гостями) в кадре.

Телекомментарий – тип телевизионного материала, когда на готовый видеоряд комментатор накладывает свой звуко ряд, объясняя то, что видит телезритель.

Телеоператор – человек, осуществляющий видеосъемку во время телесюжета, или работающий с телекамерой и отвечающий за качественный видеоряд во время прямой трансляции.

Телесюжет – тип телевизионного материала, когда первоначально собирается звуко ряд, а потом он закрывается видеорядом, иллюстрирующим то, о чём говорится в звуко ряде.

Теория зависимости – одна из теорий коммуникации, согласно которой люди склонны полностью полагаться на СМИ в вопросах, о которых не могут получить информацию непосредственно.

Теория «постановки повестки дня» – одна из теорий коммуникации, согласно которой СМИ могут искусственно манипулировать массовым сознанием, отбирая и показывая события, тем самым формально избегая диктата, но осуществляя «подсказку».

Ток-шоу – жанр радио- и телепередач, в основе которого динамичный диалог со зрителями или слушателями в прямом эфире.

Харизма (греч. charisma – божий дар) – природные или искусственно созданные свойства личности, вызывающие перед ней массовое преклонение.

Хит, хит-парад – помимо множества иных значений, чаще обозначает концерт популярных музыкальных исполнителей.

Эхо-фраза – завершающая часть рекламного текста. Ее основная функция – закрепить в сознании потребителя яркую образную информацию.

