

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОРОДСКОЙ ДВОРЕЦ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА ИМ. А. АЛИША»
Г. КАЗАНИ

Принята на заседании
методического совета
Протокол № 5
от «14» января 20 22 г.

«Утверждаю»
Директор «Г. Д. Т. им. А. Алиша»
Е. Ю. Габитова
Приказ № 9
от «14» января 20 22 г.

Одобрена на заседании
педагогического совета
Протокол № 2
от «14» января 20 22 г.

Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
«Школа юных корреспондентов»

Направленность: социально-гуманитарная
Срок реализации: 1 год
Возраст обучающихся: 15 – 17 лет

Составители:
Хазиев А.И.,
педагог дополнительного образования
Хусаенов И.З.,
педагог дополнительного образования

Казань, 2022

Информационная карта образовательной программы

1.	Образовательная организация	Муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования «Городской дворец детского творчества им. А. Алиша» г. Казань
2.	Полное название программы	Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Школа юных корреспондентов»
3.	Направленность программы	Социально-гуманитарная
4.	Сведения о разработчиках	Хазиев А.И., педагог дополнительного образования Хусаенов И.З., педагог дополнительного образования
5.	Сведения о программе	Срок реализации: 1 год. Возраст обучающихся: от 15 до 17 лет. Тип и вид программы: Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа. Цель программы: создание условий для развития творческих и интеллектуальных способностей обучающихся, социализация подростков посредством включения его в медийную деятельность. Модуль: стартовый уровень
6.	Формы и методы образовательной деятельности	словесные (беседа, рассказ, лекция, сообщение); наглядные (использование мультимедийных устройств, личный показ педагога, подборки фоторабот, книги, журналы, альбомы и т.д.); практические (практические занятия в объединении, мастер-классы); самостоятельной работы (самостоятельная съемка дома, в студии, выполнение домашних заданий и т.д.).
7.	Формы мониторинга результативности	Творческие презентации. Открытые занятия.
8.	Дата утверждения и последней корректировки программы	21.01.2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	10
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	13
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	15
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	17

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Школа юных корреспондентов» (далее - Программа) социально-гуманитарной направленности разработана в соответствии с нормативно-правовыми актами, регламентирующими дополнительное образование детей и подростков, обладает рядом уникальных возможностей для формирования медиакомпетентности обучающихся в области журналистики, режиссуры, драматургии, сценической речи, актерского мастерства, операторского искусства, монтажа. Уровень Программы – стартовый.

Новизна Программы заключается в ее практико-ориентированности, включающей освоение подростками базовых знаний о телевизионных технологиях и профессиях: журналиста, оператора, режиссера за счёт формирования навыков разработки авторских сюжетов, сценариев, ведения видеосъемки, монтажа, озвучивания материала. Для достижения цели и задач в Программе реализован интегративный подход – активно использованы межпредметные связи с областями наук: физикой, филологией, психологией, этикой. Программа направлена на выявление и развитие творческих способностей подростков, дает возможность самореализации в системе средств массовой коммуникации общества, активизирует познавательную деятельность, креативное мышление.

Актуальность. В свете современной действительности наличие и доступность большого количества электронных ресурсов и информационных каналов создают спектр деструктивных угроз, влияющих на поведение и мировоззрение подрастающего поколения. Однако наличие новейших информационных ресурсов необходимо рассматривать не только как источник деструктивного влияния, но в первую очередь, и как возможность использования новых механизмов обучения, воспитания и самореализации детей и подростков.

Одним из наиболее эффективных механизмов творческой самореализации, духовно-нравственного воспитания детей и молодежи является создание альтернативной информационной платформы. Для этой цели в рамках деятельности Всероссийского детско-юношеского военно-патриотического общественного движения «ЮНАРМИЯ» (далее – ВВПОД «ЮНАРМИЯ») разработана дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Школа юных корреспондентов». Обучение по Программе содействует формированию

творческой индивидуальности подростков, освоению ими искусства слова, умению собирать и грамотно распоряжаться интересной информацией, приобретению навыков работы с персональным компьютером, видеокамерой, профессиональным микрофоном. Освоение данной Программы помогает привить обучающимся интерес к профессии телевизионного журналиста и смежных с ней профессий: телеоператора, видеомонтажёра, редактора телевизионных программ.

Главной **отличительной особенностью** Программы является ее многофункциональность, она может быть полностью реализована на базе любой образовательной организации как очно, так и в онлайн-режиме. Другая отличительная особенность Программы заключается в том, что в процессе обучения подростки под руководством опытных наставников ведут работу над реальным контентом – регулярным выпуском новостей и специальных передач для медиаплощадки «ЮНАРМИЯ ТВ».

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, обеспечивает педагогическую поддержку в индивидуальном развитии ребенка - психологическую и социальную. На занятиях по Программе обучающиеся учатся работать коллективно, решать вопросы с учетом интересов других людей, контактировать с разными людьми, помогать друг другу.

Развитие личности обучающегося обеспечивается в процессе активной образовательной деятельности, результатом которой являются коллективные и индивидуальные медиапроекты. Возможность трансляции творческих проектов в эфире медиаплощадки «ЮНАРМИЯ ТВ» позволяет обучающимся демонстрировать результат своей деятельности широкой аудитории, что оказывает положительное влияние на мотивацию к познанию, личностному самосовершенствованию и творчеству.

Цель Программы – создание условий для развития творческих и интеллектуальных способностей обучающихся, социализация подростков посредством включения его в медийную деятельность.

Задачи Программы:

Обучающие:

- ознакомить с историей, культурой и спецификой мультимедийной журналистики, с особенностями телевизионных

жанров и программ;

- сформировать понятийный аппарат в области аудиовизуальной коммуникации;
- обучить основным приемам работы с кинокамерой, с монтажным, съемочным, звуковым и осветительным оборудованием;
- обучить нарезке видеоматериалов, соединению различных видеофрагментов, созданию переходов, добавлению музыкальных композиций, титров, подписей.
- 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.

Категория обучающихся

Работа ведется в разновозрастных группах. Группы комплектуются из обучающихся 15-17 лет.

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

Сроки реализации Программы

Программа рассчитана на 36 учебных недель. Продолжительность обучения составляет 144 академических часа.

Формы организации образовательной деятельности и режим занятий

Форма организации образовательной деятельности – индивидуально-групповая. Количество обучающихся в группе – от 10 до 15 человек.

Занятия по Программе проходят в учебном кабинете на базе ВВПОД «ЮНАРМИЯ» 1 раз в неделю по 2 часа. Занятия предполагают наличие здоровьесберегающих технологий: организационных моментов, динамических пауз, коротких перерывов, проветриваний помещения, физкультминуток. Во время занятий предусмотрены 15-минутные перерывы. Программа включает в себя теоретические и практические занятия.

Планируемые результаты освоения Программы

К концу обучения по данной Программе обучающиеся приобретут навыки проектной и исследовательской деятельности, будут

знать:

- основные понятия теории и практические навыки мультимедийной журналистики;
- особенности работы над идеей, темой, проектом;
- методы обработки информации;
- особенности различных способов представления информации;
- основные разновидности онлайн-публикаций;
- основы полного цикла постпродакшна видеороликов: монтаж, моушн-дизайн, музыкальное оформление и работа со звуком;
- правильное и эффективное ведение YouTube-канала;
- знать технологическую последовательность выполнения работы;

уметь:

- проводить и обрабатывать интервью;
- вести телевизионные передачи-беседы в студии;
- обрабатывать и анализировать первичную информацию;
- обращаться с кинокамерой, осветительными приборами;
- делать видеосъемку и фотографировать различные объекты;

- устанавливать световой и цветовой режим кадра;
- создавать и корректировать изображения с помощью Adobe Photoshop;
- монтаж и моушн-дизайн видеороликов для канала YouTube.
- понимать задачи, поставленные педагогом;
- правильно оценивать результаты своей деятельности;
- проявлять самостоятельность и творческую индивидуальность;
- 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

Результативность освоения программного материала отслеживается систематически в течение года с учетом уровня знаний и умений обучающихся на начальном этапе обучения. С этой целью используются разнообразные виды контроля:

- **входной контроль** проводится в начале обучения по Программе для определения уровня знаний и умений обучающихся;
- **текущий контроль** за правильностью выполнения практической работы ведется на каждом занятии в форме педагогического наблюдения; успешность освоения материала проверяется в конце каждого занятия путем итогового обсуждения, анализа выполненных работ сначала обучающимися, затем педагогом;
- **промежуточный контроль** проводится по итогам изучения каждого раздела Программы в форме выполнения творческого задания;
- **итоговый контроль** позволяет выявить изменения образовательного уровня обучающегося, воспитательной и развивающей составляющей обучения, проводится в конце обучения по Программе в форме конкурса телевизионных роликов.

Уровни развития обучающихся по итогам освоения Программы		
Уровни развития обучающегося	Уровень полученных теоретических знаний	Умение обучающегося работать над проектом
Высокий	Обучающийся легко ориентируется в теоретическом материале, знает базовые термины, понятия. В доступной форме	Легко контактирует с участниками команды, обсуждает идеи, вносит коррективы в работу, уточняет действия. Активно выполняет

	может объяснить тот или иной раздел изучаемого направления.	задания, проявляет инициативу. В итоге работа получается качественной.
Средний	Обучающийся хорошо понимает материал, иногда испытывает трудности в объяснении понятий блока. Для выполнения заданий пользуется дополнительной информацией.	Во время командной работы принимает участие в обсуждении, иногда высказывает свои идеи, предложения, коррективы. С небольшой инициативой выполняет полученные задания. В итоге работы необходимо исправлять ошибки, недочеты.
Низкий	Очень трудно ориентируется в теории. Ответы на поставленные вопросы даются с трудом, отвечает, опираясь на вспомогательный материал.	Во время командной работы принимает пассивное участие, свои идеи не вносит. Выполняет полученные задания без инициативы. В итоге работу необходимо исправлять и переделывать.

Выявление результатов развития и воспитания

Способом проверки результатов развития и воспитания являются систематические педагогические наблюдения за обучающимися и собеседования. Это позволяет определить степень самостоятельности обучающихся и их интереса к занятиям, уровень гражданской ответственности, социальной активности, культуры и мастерства; анализ и изучение результатов продуктивной деятельности и др.

Личностные достижения обучающихся можно рассматривать как осознанное позитивно-значимое изменение в мотивационной, когнитивной и эмоционально-волевой сферах, обретаемые в ходе успешного освоения избранного вида деятельности.

Учебно-тематический план

№ п\п	Название темы	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
1	Введение. Инструктаж по Т/Б	2	2	-
I раздел. Журналистика		74	41	33
2	Основы сценарного мастерства. Форматы на ТВ и в Сети, креативные идеи.	10	5	5
3	Противодействие экстремизму, национализму в сети. Soft skills при работе в медийной сфере.	8	8	-
4	Работа корреспондента.	10	5	5

	Мастерство ведущего.			
5	Техника речи. Ораторское искусство.	10	5	5
6	Актерское мастерство, импровизация. Интервьюирование.	10	5	5
7	Режиссура и продюсирование на ТВ и в Сети. Блогинг.	10	5	5
8	Социальная журналистика. Документалистика.	8	4	4
9	Практикум по созданию выпускных работ.	8	4	4
II раздел. Операторское искусство		28	14	14
10	Устройство видеокамеры	8	4	4
11	Понятие оптического фокуса, глубина резкости. Съемка в различных условиях	8	4	4
12	Композиция кадра, границы и пропорции. Съемка видео по правилу третей, «восьмерки»	12	6	6
III раздел. Монтаж		40	16	24
13	Освоение программы Adobe Premiere	8	4	4
14	Основы полного цикла постпродакшна видеороликов	8	4	4
15	Полный цикл постпродакшна видеороликов	8	4	4
16	Практикум по выпускным работам	8	4	4
17	Итоговое занятие «Мой видеоролик»	8	-	8
Итого:		144	73	71

Содержание Программы

Тема 1. Введение. Инструктаж по Т/Б

Теория. Знакомство с целями, задачами курса. Правила работы и поведения. Правила по технике безопасности.

Раздел 1 Журналистика

Тема 2. Основы сценарного мастерства. Тема 2а. Форматы на ТВ и в Сети

Теория. Журналистика в социальном мире. Креатив. Создание шоу, выбор формата для проекта. Драматургия сюжета.

Практика. Поиск креативных идей, создание собственного формата.

Тема 3. Противодействие экстремизму, национализму и духовному обнищанию в сети. Тема 3а. Soft skills при работе в медийной сфере.

Теория. Причины и факторы, влияющие на распространение экстремизма в сети интернет и СМИ. Анализ причин и факторов, влияющих на распространение проблемы экстремизма в интернете и СМИ.

Теория: Как развить в себе лидерские качества и не бояться провала во время публичных выступлений, работы с людьми.

Тема 4. Работа корреспондента. Тема 4а. Мастерство ведущего

Теория. Правила, требования и условия для наиболее качественного появления и работы корреспондента в кадре с учетом восприятия его зрительской аудитории.

Практика. Личность и мастерство журналиста-ведущего. Особенности работы журналиста в кадре.

Тема 5. Техника речи. Тема 5а. Ораторское искусство.

Теория. Техника речи (работа над дикцией, постановкой голоса и дыхания). Риторика (структура речи, диалектика, создание презентаций). Ораторское искусство (умение держаться на публике, владение телом и голосом). Работа с камерой в студии. Работа с радиомикрофоном. Искоренение ненавистных слов-паразитов.

Практика. Тренинги по технике речи и ораторскому искусству

Тема 6. Актерское мастерство, импровизация. Тема 6а. Интервьюирование.

Теория. Предварительная подготовка журналиста к интервью как наиболее ответственный этап. Отношение журналиста к подготовительному этапу как своеобразный критерий профессионализма, характеризующий его.

Практика. Выбор темы, определение основных целей и задач интервью.

Тема 7. Режиссура и продюсирование на ТВ и в Сети. Тема 7а. Блогинг

Теория. Становление, развитие и распределение функций продюсера на ТВ и в Сети в аспекте формирования новых профессиональных компетенций телевизионного журналиста. Что такое блог? Кто такой блогер?

Практика. Создание своего блога.

Тема 8. Социальная журналистика. Тема 8а. Документалистика

Теория. Понятие социальной журналистики: цели, задачи, функции. Актуальные темы социального журналиста. Как делаются документальные фильмы, какие темы можно развивать.

Практика. Создание собственных социальных проектов в подгруппах.

Тема 9. Практикум по созданию выпускных работ.

Практика. Создание и обсуждение концепции выпускных работ.

Раздел 2. Операторское искусство

Тема 10. Устройство видеокамеры.

Теория. Как подобрать камеру для съемки видео. Устройство и принцип работы видеокамеры. Любительские модели. Полупрофессиональные камеры. Профессиональная техника.

Практика. Принцип работы видеокамеры.

Тема 11: Понятие оптического фокуса, глубина резкости. Съемка в различных условиях.

Теория. Как правильно настроить камеру для съемки видео. Секреты глубины резкости. Фокусное расстояние объектива. Экспозиция: диафрагма, выдержка, светочувствительность, баланс белого. Дистанция фокусировки.

Практика. Съёмочный процесс.

Тема 12. Композиция кадра, границы и пропорции. Съемка видео по правилу третей, «восьмерки»

Теория: Основные элементы композиции кадра: граница кадра, сюжетно-композиционный центр, перспектива изображения, масштаб, ракурс, движение.

Восемь монтажных точек съемки диалога.

Практика. Построение композиции кадра.

Раздел 3. Монтаж

Тема 13. Освоение программы Adobe Premiere

Теория. Основы моушн-дизайна в Adobe Premiere

Практика. Работа в программах Adobe Premiere

Тема 14. Основы полного цикла постпродакшна видеороликов.

Теория. Монтаж, моушн-дизайн, музыкальное оформление и работа со звуком

Практика. Монтаж по композиции кадров.

Тема 15. Полный цикл постпродакшна видеороликов

Теория. Перспективы профессии режиссер монтажа. Мобильный монтаж.

Практика. Создание качественных видео для блога.

Тема 15. Практикум по выпускным работам

Теория. Консультация по подготовке итоговых видеороликов

Практика. Монтаж итоговых видеороликов.

Тема 17. Итоговое занятие «Мой видеоролик»

Практика. Демонстрация выпускного материала «Мой видеоролик»

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Применяемые методы и технологии обучения

При реализации Программы 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, мастер-классы);
- самостоятельной работы (самостоятельная съемка дома, в студии, выполнение домашних заданий и т.д.).

Особенностью методики проведения занятий является объединение теоретической и практической части. Порядок работы при этом может быть различным. На некоторых занятиях педагог избирает дедуктивно-индуктивный путь, когда обучающиеся сначала прослушивают доклад-сообщение, затем анализируют материалы, связанные с изучаемой темой. Другие занятия, напротив, могут быть построены на основе индуктивно-дедуктивного способа. В этом случае проводятся практические занятия, на которых анализируется соответствующий материал, а затем изучается теоретический материал.

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

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

Применяемые педагогические технологии обучения ориентированы на сотрудничество педагога с обучающимися, на создание ситуаций успешности, поддержки, взаимопомощи, на преодоление трудностей – на всё то, что способствует самовыражению ребёнка. Программа также предусматривает применение в образовательном процессе современных педагогических технологий, способствующих сохранению здоровья обучающихся.

Занятия построены на принципах обучения:

- развивающего и воспитывающего характера,
- доступности,
- наглядности,
- целенаправленности,

- индивидуальности,
- результативности.

Материально – техническое обеспечение Программы

Техническое оснащение:

- студийный комплекс;
- комплект монтажного оборудования;
- выездной журналистский комплекс;
- проектор;
- экран;
- компьютер.

Дидактическое обеспечение программы

- методические разработки по темам Программы;
- подборка информационной справочной литературы;
- новые педагогические технологии в образовательном процессе;
- видео и фотоматериалы.

Санитарно–гигиенические требования

Для реализации Программы необходимо иметь:

- светлое просторное помещение;
- у каждого обучающего индивидуальное место за учебным столом и набор необходимых канцелярских принадлежностей;
- расстояние от глаз до работы должно составлять 35-40 см, при меньшем расстоянии может развиваться близорукость;
- кабинет должен быть оборудован шкафами для хранения принадлежностей, методической литературы и наглядных пособий для занятий;
- в кабинете осуществляется влажная уборка и проветривание;
- в наличии имеется аптечка с медикаментами для оказания первой медицинской помощи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон Российской Федерации № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Минпросвещения России № 196 от 09.11.2018 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
3. СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей». Утверждены постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации № 41 от 4 июля 2014 г.
4. Приказ Департамента образования города Москвы №2 922 от 17.12.2014 «О мерах по развитию дополнительного образования детей в 20142015 учебном году» (в редакции от 07.08.2015 № 1308, от 08.09.2015 № 2074, от 30.08.2016 № 1035, от 31.01.2017 № 30, от 21.12.2018 № 482).
5. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №2 149-ФЗ (ред. от 01 мая 2019 г.) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». - М.: Юридическая литература, 2019.

Список литературы, используемой при написании Программы

1. Азбука журналистики. Издательский центр «Вентана - Граф» г. Москва 2006
2. Белунцов В. Звук на компьютере. Трюки и эффекты. - Питер, 2005.
3. Василевский Ю.А. Практическая энциклопедия по технике аудио- и видеозаписи. М. 1996.
4. Вторая древнейшая, или как стать акулой пера. Издательство «Феникс» Ростовна-Дону. 2006
5. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. Москва. 2002.
6. Оханян Т. Цифровой нелинейный монтаж. М.: Мир, 2001.
7. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988
8. Сопер П.Л. Основы искусства речи. – М., 1992
9. Филология и журналистика. Краткий курс теории журналистики. Издательский центр «Март» Москва – Ростов-на-Дону.2006

10. Филология и журналистика. Основы журналистики. Издательский центр «Март» Москва – Ростов-на-Дону.2006
11. Шкопоров Н.Б. Как психологически правильно брать интервью. М .1990
12. <http://journ.ucoz.ru/forum> (форум сайта Журфак-PRO).
13. <http://www.al-dedov.narod.ru/proryv/love.htm> (Способы сделать газету интересной)
14. <http://www.visioncorrection.ru/eye-gymnastics/computer/> (Упражнения для глаз при работе за компьютером).

Список литературы для обучающихся

1. Арапчев Ю. "Путешествие в удивительный мир" - М., 1986
2. Голуб И.Б., Розенталь Д. Э. Книга о хорошей речи. – М., 1997.
3. Журнал «Журналист».
4. Лукина М.Н. Технология интервью. – М., 2003.
5. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. – М., РИП-холдинг, 2003.
- 6 Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2005.
7. Прохоров Е.П. Искусство публицистики – М., 1984.
8. Рэндалл Д. Универсальный журналист. – М., 2000.

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 (кеглию); 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.

Деза - 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 (хэдлайн) - 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. Хэдлайн - в буквальном переводе с английского «заглавная строка». Характеризуется более высокой степенью информационной насыщенности. Основная задача хэдлайна - 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 хэдлайнов 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.

Корректорные знаки - условные знаки, которые указывают на характер требуемых исправлений при редакторской читке.

Лид (мотто) - первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдлайном) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста. Лид как бы продолжает функцию хэдлайна. 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 предметнотематическому 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 звукоряд, объясняя то, что видит телезритель.

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

Телесюжет - тип телевизионного материала, когда первоначально собирается звукоряд, а потом он закрывается видеорядом, иллюстрирующим то, о чём говорится в звукоряде.

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.