

Автономная некоммерческая общеобразовательная организация  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ ШКОЛА «РОСТ»

**ПРИНЯТА**  
решением Педагогического совета  
от 28.08.2025, протокол № 2

**УТВЕРЖДЕНА**  
приказом от 01.09.2025 № 5



Генеральный директор  
 Н.Н. Макарова

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
«Тележурналистика»**

Срок освоения – 82 часа  
Возраст учащихся – 12-16 лет

Составитель:  
Педагог дополнительного образования  
Солнцева Вера Владиславовна

Санкт-Петербург  
2025

## Содержание

<b>№</b>	<b>Наименование разделов программы</b>	<b>Страницы</b>
1.	Пояснительная записка	3
2.	Планируемые результаты освоения программы	4
3.	Содержание программы и организация образовательного процесса	5
3.1.	Учебный план	5
3.2.	Календарный учебный график	7
3.3.	Рабочая программа учебных разделов	7
4.	Формы контроля	11
5.	Организационно-педагогические условия реализации программы	12
5.1.	Материально-техническое обеспечение программы	12
5.2.	Учебно-методическое и информационное обеспечение программы	12
5.3.	Кадровое обеспечение программы	14
	Приложение. Терминологический словарь	15

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Тележурналистика» (далее – Программа) разработана в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

Программа строится на традиционных идеях, рассматривающих телевидение, с одной стороны, как экранное искусство, а с другой – как структуру, входящую в систему средств массовых коммуникаций.

**Актуальность** Программы определяется социальным заказом общества, интересом со стороны заказчика к данной тематике, запросом на приобретение знаний и практических навыков в области тележурналистики.

**Новизна** состоит в интерактивном характере обучения. Учащиеся 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 учащихся, помогает привить им интерес к журналистской профессии.

**Педагогическая целесообразность** заключается в том, что программа способствует повышению культурного и интеллектуального уровня учащихся, развитию их творческих способностей, включению в систему средств массовой коммуникации общества.

Программа имеет социально-гуманитарную направленность. Уровень освоения – базовый.

Структура программы включает цель, планируемые результаты обучения, учебный план, календарный учебный график, рабочую программу учебных разделов (тем), организационно-педагогические условия для реализации программы.

**Цель программы** - удовлетворение индивидуальных потребностей учащихся в интеллектуальном развитии, создание и обеспечение необходимых условий для личностного развития, формирование общей культуры, удовлетворение образовательных потребностей в изучении тележурналистики, профессии тележурналиста.

**Категория обучаемых (адресаты) и требования к учащимся:** к освоению программы допускаются учащиеся 12-16 лет без предъявления требований к уровню образования, желающие изучить основы тележурналистики.

Срок реализации программы - 82 часа.

Программа ориентирована на решение следующих основных задач:

### **Обучающие:**

- ознакомить с основами теории и практики журналистики, с особенностями телевизионных жанров и программ;
- сформировать понятийный аппарат в области аудиовизуальной коммуникации;
- ознакомить с основными приемами работы с монтажным, съемочным, звуковым и осветительным оборудованием;
- обучить приемам сбора, обработки и распространения информации;
- обучить технологии и основным правилам создания телевизионного контента.

### **Развивающие:**

- развить позитивное мировосприятие, способность к самопознанию, творческому самовыражению и конструктивным способам взаимодействия с миром;

- развить умение применять полученные теоретические знания на практике, объективно анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать материал;
- развить компетенции в области использования информационно-коммуникационных технологий;
- сформировать умение работать в творческой группе.

**Воспитательные:**

- воспитать культуру поведения и общения с людьми (внимательность, доброжелательность, готовность сотрудничать);
- воспитать целеустремлённость, настойчивость, ответственность за достижение творческих результатов.

Организационно-педагогические условия реализации программы приведены в разделе 5 Программы.

По окончании освоения Программы учащимся выдается сертификат об обучении установленного организацией образца.

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Основным результатом учебной деятельности является набор ключевых знаний, выражающийся в знаниях и умениях, которыми необходимо овладеть в процессе обучения по данной Программе.

В результате освоения Программы учащиеся будут **знать**:

- основы теории и практики журналистики;
- 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;
- основные понятия в области аудиовизуальной коммуникации;
- виды и методики журналистского творчества на телевидении;
- жанры печатной и телевизионной журналистики, особенности телевизионных жанров и программ;
- принципы создания телесюжета, телекомментария, телепередачи;
- технологию разработки концепции и формата издания в соответствии с техническими требованиями;
- приемы работы с монтажным, съемочным, звуковым и осветительным оборудованием;
- технологию разработки макета режиссерского сценария;
- приемы и особенности сбора, обработки и распространения информации;
- технологию интервьюирования;
- особенности работы с диктофоном.

По окончании освоения программы учащиеся 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;
- 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;
- вести телевизионные передачи-беседы;
- проводить интервью.

Методами отслеживания (диагностики) успешности овладения учащимися полученными компетенциями в процессе освоения программы являются педагогическое наблюдение, диалоги, опрос, презентации, выполнение практических и творческих заданий по теме.

### **3. ОРГАНИЗАЦИЯ И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Содержание программы обучения определено учебным планом и рабочей программой учебных разделов (тем), организация образовательного процесса осуществляется в соответствии с календарным учебным графиком и расписанием.

#### **3.1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Общая трудоемкость программы – 82 часа.

№ п/п	Название учебного раздела/темы	Количество часов			Формы контроля
		Всего	Теория	Практика	
<b>1.</b>	<b>Введение в журналистику</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>Текущий</b>
1.1.	Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности	2	2		
1.2.	Роль журналистики в обществе. Журналистика и общественное мнение	2	2	-	
1.3.	Факт и его интерпретация. Источники информации	2	2	-	
1.4.	Средства массовой информации (СМИ). Понятие, виды и функции. Документы, регламентирующие деятельность СМИ	6	4	2	Опрос
<b>2.</b>	<b>Введение в печатную журналистику</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	
2.1.	Печатная (бумажная, газетно-журнальная) журналистика	4	2	2	Выполнение задания
2.2.	Структура журналистского текста. Принцип пирамиды	4	2	2	Выполнение заданий
2.3.	Заголовок. Его роль, разновидности, способы создания	4	2	2	Выполнение заданий
2.4.	Лид. Его роль, разновидности, способы создания	4	2	2	Выполнение заданий

2.5.	Заметка: как сохранить краткость	4	2	2	Выполнение заданий
2.6.	Ошибки при написании текста	4	2	2	Выполнение заданий
2.7.	Текст в социальных сетях	4	2	2	Выполнение заданий
<b>3.</b>	<b>Введение в тележурналистику</b>	<b>38</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	
3.1.	Современное телевидение. Специализация телевизионных журналистов	6	4	2	Выполнение заданий
3.2.	Правила поведения в студии. Работа с оборудованием, использование оборудования	4	2	2	Выполнение заданий
3.3.	Жанры информационной тележурналистики. Информационный повод. Информационный сюжет. Синописис в работе корреспондента телевидения	4	2	2	Выполнение заданий
3.4.	Репортаж. Специальный репортаж. Интервью. Новости	4	1	3	Выполнение заданий
3.5.	Внешний вид и культура тележурналиста	4	2	2	Выполнение заданий
3.6.	Речь тележурналиста. Элементы актерского мастерства	6	2	4	Выполнение заданий
3.7.	Совместная работа тележурналиста с телеоператором	4	1	3	Выполнение заданий
3.8	Лонгрид - формат онлайн-журналистики.	6	2	4	Выполнение заданий
<b>4.</b>	<b>Итоговое занятие</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	Выполнение конкурсного задания
	<b>ИТОГО</b>	<b>82</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>82</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>82</b>
в том числе:	
теория	40
практика	42

### **3.2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**

Срок освоения программы - 82 академических часа, из них: теория – 40 часов, практика – 42 часов.

Количество учебных недель – 21 неделя.

Режим занятий - 2 раза в неделю по 2 академических часа в соответствии с расписанием.

Для всех видов аудиторных занятий устанавливается академический час продолжительностью 45 минут. В течение занятия предусматривается перерыв не менее 10 минут. Форма обучения - очная.

Начало занятий – по мере комплектования группы в течение сентября, в соответствии с условиями договора.

Обучение по программе может осуществляться в составе группы (12 чел.), мини-группы, а также индивидуально, по индивидуальному графику в соответствии с условиями договора.

Программа обучения предполагает реализацию материала в основном через комбинированные занятия, сочетающие теорию и практику.

Аудиторные занятия проходят в деятельностном режиме с использованием различных форм и технологий, выбор которых для каждого занятия определяется педагогом в соответствии с составом и уровнем подготовленности учащихся, степенью сложности излагаемого материала.

Календарный учебный график представлен в таблице.

Год обучения	Начало обучения по программе	Окончание обучения по программе	Всего учебных недель	Количество учебных часов	Режим занятий
1 год	1 неделя октября	3 неделя апреля	21	82	2 раза в нед. по 2 часа в соответствии с расписанием

### **3.3. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНЫХ РАЗДЕЛОВ дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программы «Тележурналистика»**

#### **Раздел 1. Введение в журналистику (12 часов)**

##### **Тема 1.1. Вводное занятие. Инструктаж по технике безопасности (2 часа)**

*Теория.* Знакомство с программой «Основы тележурналистики», её целями и задачами, порядком и планом работы по программе. Инструктаж по технике безопасности.

##### **Тема 1.2. Роль журналистики в обществе. Журналистика и общественное мнение (2 часа)**

*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 (2 часа)**

*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 (6 часов)**

*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 правовыми документами, регламентирующими деятельность СМИ. Анализ положений. Опрос по теме.

## **Раздел 2. Введение в печатную журналистику (28 часов)**

### **Тема 2.1. Печатная (бумажная, газетно-журнальная) журналистика (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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 (4 часа)**

*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».

*Промежуточный контроль.*

## **Раздел 3. Введение в тележурналистику (38 часов)**

### **Тема 3.1. Современное телевидение. Специализация телевизионных журналистов (6 часов)**

*Теория.* Основные события в истории телевидения. Особенности работы на телевидении, в газете и на радио. Функции современного телевидения и способы его воздействия на зрителя. Телевизионные жанры. Структура телевизионной программы. Форматы телевизионных программ. Понятия «Синхрон», «Стенд-АП», «Лайф-ту-тейп», «Экшн», «Люфт». Специализация телевизионных журналистов. Изучение сущности авторского права и способов его защиты на телевидении.

*Практика.* Практическая работа. Определение формата предложенных телевизионных программ. Работа в мини-группах и инсценировка синхрона, стенд-апа и лайф-ту-тепа. Творческое задание «Моя специализация как телевизионного журналиста».

### **Тема 3.2. Правила поведения в студии. Работа с оборудованием, использование оборудования (4 часа)**

*Теория.* Правила поведения в студии. Правила пользования телевизионным оборудованием. Приемы работы с оборудованием, использования оборудования.

*Практика.* Практическая работа. Устройство и принцип работы оборудования телевизионной студии. Навыки работы с телевизионным оборудованием.

### **Тема 3.3. Жанры информационной тележурналистики. Информационный повод. Информационный сюжет. Синописис в работе корреспондента телевидения (4 часа)**

*Теория.* Жанры информационной тележурналистики. Знакомство с понятиями «Информационный повод», «Информационный сюжет», «Синописис». Синописис в работе корреспондента телевидения.

*Практика.* Практическая работа. Определение жанра предложенного текста. Написание синописиса в рамках создания информационного сюжета.

### **Тема 3.4. Репортаж. Специальный репортаж. Интервью. Новости (4 часа)**

*Теория.* Понятия «Репортаж», «Специальный репортаж», «Интервью». «Новость».

*Практика.* Практическая работа. Создание информационного сюжета, специального репортажа. Запись интервью с работником организации. Разбор основных ошибок интервью.

### **Тема 3.5. Внешний вид и культура тележурналиста (4 часа)**

*Теория.* Культурный облик и этика поведения ведущего. Речевой имидж тележурналиста.

*Практика.* Практическая работа. Создание собственного имиджа тележурналиста. Работа в мини-группах и подборка фраз, соответствующих низкому речевому имиджу тележурналиста.

### **Тема 3.6. Речь тележурналиста. Элементы актерского мастерства (6 часов)**

**Теория.** Общая характеристика разделов техники речи. Дыхание. Дикция. Гигиена и профилактика голоса. Интонационно-выразительные средства речи. Средства выразительных движений.

**Практика.** Практическая работа. Выполнение упражнений для развития правильного речевого дыхания. Работа над улучшением дикции: голосовые тренировки. Работа с речевым текстом: интонация в тексте. Создание экранного образа: работа над мимикой, пантомимикой и вокальной мимикой.

### **Тема 3.7. Совместная работа тележурналиста с телеоператором (4 часа)**

**Теория.** Работа телеведущего. Съёмки диалога. Съёмка «стенд-апа». Техника речи.

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

### **Тема 2.8. Лонгрид - формат онлайн-журналистики (6 часов)**

**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 примеров лонгридов. Творческое задание «Мой первый лонгрид». Создание лонгрида.

**Итоговое занятие.** Самостоятельное выполнение и представление учащимся творческой работы на свободную тему в любом жанре.

**Критерии оценивания:**

Точность и полнота раскрытия темы — от 0 до 20 баллов

Соответствие требованиям выбранного жанра и логика построения материала — от 0 до 10 баллов

Разнообразие источников и корректность их использования — от 0 до 10 баллов

Стилистика языка — от 0 до 5 баллов

Грамотность — от 0 до 5 баллов

Для определения степени освоения программ используется уровневая оценка:

□ низкий уровень (менее 25 баллов);

□ средний уровень (от 26 до 39 баллов);

□ высокий уровень (более 40 баллов).

## **4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ**

В ходе реализации программы предусмотрен текущий и промежуточный контроль. Текущий контроль осуществляется для обеспечения оперативной связи между учащимся и педагогом дополнительного образования, а также корректировки образовательной программы, методов, средств и форм обучения в процессе освоения учащимися части (темы) конкретного учебного раздела(темы).

Выбор форм текущего контроля определяется с учетом контингента учащихся и содержания части (темы) конкретного учебного модуля. Формы текущего контроля — опрос, выполнение практических и творческих заданий, визуальное наблюдение за выполнением заданий.

Текущий контроль осуществляется педагогом в ходе повседневной учебной работы, проводится в пределах обычных форм занятий и выполняет одновременно обучающую функцию.

Систематические педагогические наблюдения за учащимися позволит определить степень самостоятельности учащихся и их интереса к занятиям, уровень ответственности, социальной активности, культуры и мастерства, творческого отношения к делу; анализ и изучение результатов продуктивной деятельности и др.

Промежуточный контроль проводится после освоения раздела «Введение в печатную журналистику» посредством выполнения творческого задания «Публикация в социальной сети». Оценивание в соответствии с критериями, безотметочное. Выполнение задания независимо от уровня выполнения – зачтено.

Итоговая аттестация по окончании реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы не предусмотрена.

## **5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

Ресурсное обеспечение программы включает в себя:

- материально-техническое обеспечение;
- учебно-методическое и информационное обеспечение;
- кадровое обеспечение.

### **5.1. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ**

Аудитория для занятий  
Столы, стулья (по количеству учащихся)  
Флипчарт или доска  
Ноутбук  
Проектор  
Звуковая система  
Фото и видеоаппаратура

### **5.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ**

#### **Методические материалы**

Учебный план.  
Календарный учебный график.  
Рабочая программа учебных разделов.  
Комплекс учебно-методических материалов на бумажном и (или) электронном носителе (учебные задания для практических занятий, задания для самостоятельной работы, терминологический словарь, др. материалы).

#### **Нормативные правовые акты**

Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (с изм.) «О средствах массовой информации».

Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ (с изм.) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

Федеральный Закон от 13 марта 2006 № 38-ФЗ (с изм.) «О рекламе».

### Рекомендуемая литература для учащихся и педагога

1. Амзин А.А., Гатов В., Галустян А.А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. /Под ред. С. Балмаевой – М.: Кабинетный ученый, 2016.
2. Богатов В.Н. Новости на ТВ. Практическое пособие. – М.: Грифон, 2017.
3. Гаврилов К.В. Как делать сюжет новостей. – М.: Пальмира, 2017.
4. Гостомыслов А.П. Детская журналистика: хозрасчетные газета и журнал в школе. Учеб. пособие. – СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
5. Дмитриев М. 1858 – 1948. Начало репортажной фотографии. – М.: Арт-Родник, 2012.
6. Ермилов А.Е. Скажите почему... Практика телеинтервью и телерепортажа. – М.: Алгоритм, 2017.
7. Журин А.А. Интегрированное медиаобразование в средней школе. – М.: Бином. Лаборатория знаний, 2012.
17. Ковалев-Случевский К. Тележурналистика XXI века. Настольная книга для познания современного ТВ. – М.: Грифон, 2012.
18. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2017.
19. 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.
20. 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.
21. Кульчицкая Д.Ю., Галустян А.А. Лонгриды в онлайн-СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2016.
22. Максимов А.М. Журналист ТВ? Это просто. – СПб: ИД Питер, 2017.
23. Муратов С.А. Заповедник. Архитектоника передачи. Курс телевизионных лекций. – М.: Икар, 2014.
24. Найтингейл Д. Экспозиция. Современные приемы креативной цифровой фотографии. /Пер. с англ. Т. Новиковой. – М.: Эксмо, 2011.
25. Познин В.Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017.
26. Потупчик К. «Запрещенный» Telegram. Путеводитель по самому скандальному интернет-мессенджеру – М.: Водолей, 2019.
27. Правовые и этические нормы в журналистике. /Сост. Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2012.
28. Рихтер А.Г. Правовые основы интернет-журналистики. Учебник. – М.: Икар, 2014.
29. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста. /Под ред. Я.Н. Засурского – М.: Академический проект, 2014.
30. Телевизионная журналистика. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2019.

31. Шпаковский В.О., Егорова Е.С., Розенберг Н.В. Интернет-журналистика и интернет-реклама. Учебное пособие. – М.: Инфра-Инженерия, 2018.

### **Интернет-ресурсы**

(в свободном доступе, рекомендованы для самостоятельного использования)

1. Новостной сюжет (телевидение): // Школа журналистики. Медиаграмотным может стать каждый. URL: <https://xn--7sbafuabraerjyjmxvsmn8f.xn--plai/novostnoj-syuzhet-televidenie/>

### **5.3. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ**

К педагогической деятельности по реализации дополнительной общеразвивающей программы допускаются лица, имеющие:

высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования «Образование и педагогические науки» или

высшее образование либо среднее профессиональное образование в рамках иных укрупненных групп специальностей и направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования при условии его соответствия дополнительной общеразвивающей программе и получение при необходимости после трудоустройства дополнительного профессионального образования педагогической направленности или

успешное прохождение обучающимися промежуточной аттестации не менее чем за два года обучения по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности дополнительной общеразвивающей программы.

Прохождение курсов повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года.

### Терминологический словарь

**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 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. Стил ь 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.

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

**Лид** (мотто) – первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдли́ном) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста. Лид как бы продолжает функцию хэдли́на. 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).

**Макре́йкеры** (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 организационнофинансовый 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, использующиеся 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 звукоряд, 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 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.