

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра журналістики

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
роботи



2018 р.

Робоча програма навчальної дисципліни
НОВІ ТЕНДЕНЦІ В ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ
(назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

Галузь знань _____ 06 «Журналістика» _____

Спеціальність _____ 061 «Журналістика» _____

Освітня програма _____ Журналістика _____

Спеціалізація _____ Журналістика _____

Вид дисципліни _____ за вибором _____

Факультет _____ філологічний _____

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою філологічного факультету

“22” червня 2018 року, протокол № 11

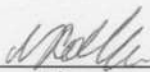
РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Драчова О. П. – кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри журналістики.

Протокол від “13” червня 2018 року № 13.

Завідувач кафедри журналістики



(підпис)

Хавкіна Л. М.
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією філологічного факультету.

Протокол від “21” червня 2018 року № 5.

Голова методичної комісії філологічного факультету



(підпис)

Гноєва Н. І.
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Нові тенденції в телевізійній журналістиці» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра

напряму 06 «Журналістика»

спеціальності 061 «Журналістика»

спеціалізації: тележурналістика

1. Опис навчальної дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є комплекс програм, що дозволяють оптимізувати роботу з інформацією, яка представляє практичний інтерес для журналіста-телевізійника.

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

- 1 Історія технічного та творчого становлення телебачення в Україні та світі.
- 2 Новітні жанри української тележурналістики.
3. Політична та фінансова залежність сучасних ЗМІ

1.1. Мета викладання дисципліни

Надання студентам основної бази знань про нові тенденції розвитку тележурналістики, спричинені змінами в розвитку телебачення, про взаємозв'язок творчого і технічного потенціалу телебачення на сучасному етапі, про роль технічних засобів ТБ у реалізації нових жанрових можливостей тележурналістики, про новітні жанри української тележурналістики.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни:

- * ознайомити студентів з історією творчого та технічного становлення телебачення в світі та в Україні, зі змінами, які відбулися в розвитку українського телебачення епохи незалежності, та показати вплив цих змін на розвиток тележурналістики.
- * розкрити взаємозв'язок творчих ідей тележурналіста з можливістю їх реалізації на екрані завдяки удосконаленню ТБ-техніки.
- * розкрити роль технічних засобів ТБ у реалізації нових жанрових можливостей тележурналістики.
- * ознайомити з конкурентоздатністю телевізійних програм та їх залежністю від реклами.
- * розкрити вплив комерціалізації ТБ на журналістську творчість;
- * розкрити залежність сучасних ЗМІ від політики та фінансів.
- * ознайомити з концепцією громадського телебачення, з конкуренцією в ЗМІ, з боротьбою за виживання в кризових умовах.

1.3 Кількість кредитів

Дорівнює 5 кредитам

1.4 Загальна кількість годин

Загалом 150 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
<i>денна форма навчання</i>	<i>заочна форма навчання</i>
<i>Нормативна</i>	
<i>Рік підготовки</i>	
<i>1-й</i>	<i>-й</i>
<i>Семестр</i>	
<i>2-й</i>	<i>-й</i>
<i>Лекції</i>	
<i>32 год.</i>	<i>год.</i>
<i>Практичні, семінарські</i>	
<i>год.</i>	<i>год.</i>
<i>Лабораторні</i>	
<i>- год.</i>	<i>год.</i>
<i>Самостійна робота</i>	
<i>118 год.</i>	<i>год.</i>
<i>Індивідуальні завдання:</i>	
<i>- год.</i>	
<i>Вид контролю:</i>	
<i>іспит</i>	

1.6 Фахові компетентності

ФК 1. *Здатність визначати у інформаційному потоці актуальні, соціально значущі суспільно-політичні, економічні і культурні події, процеси та явища сучасності.*

ФК 2. *Здатність визначвати специфіку зображально-виражальних засобів телебачення та вплив нових технологій на реалізацію нових жанрових можливостей тележурналістики.*

ФК 3. *Здатність з'ясовувати концепцію громадського телебачення – вихідної установи для становлення вільних творчих можливостей тележурналіста незалежної держави.*

ФК 4. *Здатність аналізувати вплив нових технологій на розвиток тележурналістики.*

ФК 5. *Здатність визначати новітні жанри української тележурналістики*

ФК 6. *Здатність дотримуватися сучасних норм української мови, обирати мовні засоби та стиль відповідно до типу медіатексту.*

ФК 7. *Здатність самостійно опанувати нові знання, критично оцінювати набутий досвід з позицій потреб медіаіндустрії.*

ФК 8. *Здатність визначити специфіку зображально-виражальних засобів телебачення та вплив нових технологій на реалізацію нових жанрових можливостей тележурналістики).*

ФК 9. *Здатність розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.*

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РОЗДІЛ ПЕРШИЙ.

Історія технічного та творчого становлення телебачення в Україні та світі.

Тема 1.

Структура українського телебачення на різних етапах епохи незалежності.

За короткий час історії телебачення пройшло шлях від чорно-білого до кольорового, від антенного до супутникового.

Історія телебачення України розпочалася від 1925 р., коли талановитому фізиківі-експериментатору Борисові Грабовському вдалося зробити першу в колишньому СРСР і в цілому світі телевізійну передачу.

Загалом же у 30-ті роки ХХ ст. в колишньому СРСР, до якого належала Україна, услід за США, Англією, Францією, почало розвиватися так зване механічне телебачення (диск Ніпкова). У 1939 р. першу телепередачу здійснено в Києві.

У 1955 р. почала діяти Харківська студія телебачення. Через рік засвітилися голубі екрани в Донецьку й Одесі. У 1957 р. стала до ладу і Львівська телестудія. З 1958 р. почали працювати телестудії у Дніпропетровську і Луганську, а з 1959 р. - у Сімферополі, Херсоні, Запоріжжі та Миколаєві.

У 1969 р. в Україні з'явилося кольорове телебачення.

На початку 90-х років передавально-розподільна мережа УТ-1, УТ-2 і УТ-3 складалася з 57 потужних телестанцій, які забезпечували телеглядачів програмами на всій території України.

В нашій країні є державні і недержавні канали телемовлення. Сьогодні в Україні діють сотні недержавних телерадіомовних організацій, що засновані підприємцями, комерційними структурами, громадськими, науково-технічними товариствами, органами влади, приватними особами і зарубіжними компаніями. За обсягами мовлення недержавне телебачення переважає державне, створюючи конкуренцію в телевізійному просторі.

Тема 2.

Загальна характеристика сучасного телерадіопростору України.

Телерадіоінформаційний простір України пройшов кілька етапів свого розвитку.

Перший етап становлення та кількісного зростання телерадіоорганізацій (надалі - ТРО) України припав на 1993-1999 рр. За цей час їх кількість зросла з 25 (головним чином державні ТРО) до 791 компанії. Паралельно розгортався процес форматування мовлення кожної з телерадіоорганізацій, здебільшого хаотичний.

Другий етап (2000 - 2004 рр.) ознаменувався якісними змінами в національному телерадіопросторі. Після характерного для першого етапу засилля в українському телерадіоєфірі зарубіжної відео- і аудіопродукції почала збільшуватися кількість програм вітчизняного виробництва, спроможних успішніше конкурувати із зарубіжними аналогами. Мешканці більшості регіонів України стали приймати, крім передач місцевих ТРО, також і програми 6 - 8 центральних (київських) теле- і радіокомпаній.

Третій етап, що розпочався в 2004 - 2005 рр. і триває донині, характеризується передусім масовим переходом ТРО на цифрове мовлення і викликаною цим докорінною перебудовою їхньої діяльності. Оскільки запроваджені технології якісно змінюють ситуацію в телерадіопросторі, Національна рада визначила цей процес як один із своїх пріоритетів, плануючи діяльність таким чином, щоб до 2014 року в Україні було завершено перехід на цифрову форму мовлення.

Якісні зміни відбуваються не лише в технологічних аспектах телерадіомовлення, а й у його наповненні.

Тема 3.

Зв'язок технічного удосконалення телебачення з фізіологічною властивістю людського ока сприймати зображення та вплив цього процесу на поліпшення засобів екранної виразності.

Сьогодні глядачі надають перевагу якісному та яскравому телебаченню. Телевізійна мережа все одно охопила практично всі сфери людської діяльності. Вплив телебачення на глядацьку аудиторію з кожним роком зростає. Телебачення змінюється, вдосконалюючись. Всім зрозуміло, що прийшов час нового телебачення – цифрового. Вже п'ять європейських країн (Німеччина, Нідерланди, Швеція, Фінляндія, Люксембург) припинили аналогове наземне мовлення. В 2010-2012 роках від аналогового ТБ збираються відмовитись ще 20 країн Європи.

У США давно спланований повний перехід на "цифру" відкладено до червня наступного року. Згідно програми НКТР, з 2012 року до відкриття Євро-2012 українське телебачення має перейти на винятково цифрове мовлення. А Росія збирається "наздогнати" США та інші цивілізовані країни лише в 2015 році.

Сучасному телевізійному журналісту вкрай необхідно знати технічні характеристики знімальної техніки, зокрема об'єктивів сучасних відеокамер, бо це є запорукою створення «телевізійного малюнка» високої якості, адже 80% інформації телевізійний глядач отримує від зображення (візуальне сприйняття) і лише 20% - аудіо сприйняття. Висока якість об'єктиву – це чітка передача найменших штрихів у телевізійному зображенні.

Для різноманітних форматів відео припустима чіткість об'єктиву складає:

1000ТВЛ (цифрова технологія класу DV-pro і «Бетакам-діджетал»)	- 64лін/мм;
700 – 850ТВЛ (цифрові відеокамери)	– 50 лін/мм;
500 – 650ТВЛ («Бетакам SP»)	- 32лін/мм;
350 – 450ТВЛ (SVHS)	- 24лін/мм;
250ТВЛ (VHS)	- 16лін/мм.

Слід зазначити, що зорове сприймання відбувається за законами «золотого перетину» (фізіологічна особливість органів зору). Око готує для мозку інформацію не тільки у певній організації за чіткістю та ясністю, але і в пропорціях та ритмах «золотого перетину». Мозок, око і серце з'єднанні загальною системною закономірністю – пропорцією «золотого перетину».

У телебаченні при відтворенні «телевізійного малюнка» використовується формат кадру у співвідношенні 4 : 3. Це співвідношення близьке до «золотого перетину» (4 : 2,5). Співвідношення, яке дорівнює 4 : 2,5; 8 : 5; 16 : 10 – «золотий перетин». Співвідношення 16 : 9 відповідає телебаченню найвищої чіткості (HDTV).

Щодо кольору в телебаченні: око має рідкісну здатність і приймача, і передавача. Вірогідність просторових вражень коригується свідомістю. Наша свідомість може доопрацювати те, що знає, під час обробки зорового сигналу. Око формує інформацію фрагментарно і передає у мозок зоровий сигнал про основні структурні елементи об'єкту, які й визначають інформаційну ємкість телевізійного зображення.

Світло – колір – емоція – так відбувається вплив кольору на організм людини. Теорія Гете «Вчення про колір» базується на тому, що пізнання кольору засноване на почуттях.

Колір у телевізійній продукції є засобом виразності, своєрідним акцентом, більшою мірою в рекламі. Гармонія основних і додаткових кольорів існує як необхідність фізіологічної рівноваги. Тому робота телевізійного журналіста вимагає високої оптичної культури, естетичної оцінки світла та кольору.

Розділ 2. Новітні жанри української тележурналістики

Тема 4.

Розвиток інфотейнменту. Розвиток сфери дозвілля в телевізійному просторі.

Тенденції сучасного телебачення полягають у взаємопроникненні (дифузії, гібридизації, трансформації) жанрів, видів і форм телевізійної продукції. З одного боку, до цього привела криза ідей (все придумане і винайдене), з іншого – зростання рейтингів розважальних телепрограм, які почали перевищувати рейтинги традиційних лідерів ефіру – програм інформаційних. послідовно самі новини трансформувалися в медіа-продукт нового типу, який згодом отримав назву „інфотейнмент” і став складовою частиною сучасної індустрії розваг в ЗМІ. Іншими словами, новини перетворилися на форму розваги, а розвага все частіше представлена у формі новин. Пріоритетом теми журналістики інфотейнменту є кримінальні новини та історії про зірок.

Загальні прийоми для більшості сюжетів: пояснення, інтерпретація найчастіше будуються на спрощенні; короткий коментар застосовується замість довгого обговорення; текст може з'єднуватися в ціле завдяки асоціаціям; пріоритет у візуальних знаках, достатня кількість яких маскує відсутність аналізу. У сюжетах переважає симуляція: у тексті розставляються знаки інформації, знаки аналітичності і, в підсумку, - імітація позиції.

Жанр “інфотейнмент” цікавий своїми різноманітними проявами, водночас непростий для використання. Лише журналісти, які оволоділи всіма телевізійними жанрами (“інфотейнмент” увібрав в себе елементи нарису, репортажу, огляду, тощо), можуть його розуміти і працювати в ньому. Розвиток інфотейнменту в Україні сприятиме розмаїттю програм сучасного українського телебачення.

Тема 5.

Конкуренція в ЗМІ, боротьба телекомпаній за виживання в умовах кризи.

Конкуренція в ЗМІ може існувати лише між структурами, які знаходяться в рівних умовах функціонування. Центральні і регіональні телеканали зазвичай знаходяться в різних умовах і за діапазоном покриття, і за технічними можливостями. Але й творчий потенціал працівників ЗМІ має велике значення у визначенні рейтингу телепрограми або цілого каналу, адже одну й ту ж якісну інформацію можна подавати по-різному: цікаво і не дуже цікаво.

Проте велике значення має технічне оснащення телеканалу. Так невеликий регіональний телеканал «Петербург – П'ятий канал» у 2006 році одержав право на мовлення в національному масштабі, подолавши конкуренцію п'яти телекомпаній. Переможець запропонував значну кількість різноманітних інформаційних та розважальних програм 75 російським регіонам завдяки технічному переобладнанню. Запровадження технологій ІВМ дозволили значно розширити технічні можливості, підвищивши ефективність та конкурентоздатність телеканалу.

Тема 6

Розширення інформаційного простору завдяки впровадженню мережі Інтернет.

Можливості Інтернету часто вводять в оману не тільки дослідників, але і користувачів. Відкрите середовище Інтернет стало одночасно доступним і крупним світовим телемовцям, і пересічним користувачам. І ті, й інші були зацікавлені в створенні

свого неповторного телебачення, використовуючи Інтернет. Залежно від можливостей з'явилися і різні підходи до телемовлення в мережі Інтернет - INTERNET-TV і IPTV.

Інтернет-телебачення (internet-TV) - це відкрита мережа, в якій безліч дрібних і середніх відео-виробників пропонують авторський контент, що постійно розвивається. Це цілий світ різностороннього і багатообразного відеоматеріалу, створеного незалежними студіями, групами і людьми у всіх куточках земної кулі.

На сайтах трьох українських загальнонаціональних мовників: Першого каналу, 5-го каналу й НТН було знайдено онлайн-трансляцію в її класичному вигляді (необмежену, в потоковому режимі з мінімальною затримкою) У відповідних службах цих каналів «ТК» підтвердили, що сигнал у мережу транслюється «як у телевізорі» – наживо, з затримкою в декілька секунд, зумовленою часом конвертації сигналу.

Інтернет стрімко зайняв позиції не стільки засобу обміну інформацією, скільки медіасередовища, закріпившись у всіх сферах. Рейтинг Інтернет-телебачення значно вищий порівняно з традиційними ЗМІ (ефірним, кабельним і супутниковим ТБ, радіо, газетами і журналами). Згідно дослідженням маркетологів, в США 70 відсотків користувачів дивляться відео онлайн, а 20 відсотків роблять це щоденно.

Аудиторія ефірного телебачення в Росії також значно скоротилася за рахунок Інтернету. В 2008 році темпи зростання відео в Інтернеті склали 74 відсотки.

Розділ 3.

Політична та фінансова залежність сучасних ЗМІ

Тема 7.

Комерціалізація ТБ та її вплив на журналістську творчість.

Комерціалізація – одна з головних тенденцій нового українського телебачення, яке не має іншого варіанту підтримки свого існування, ніж залучення рекламодавців. Комерційне телебачення - це більшою мірою просто бізнес, метою якого є накопичення капіталу. Проте специфіка телеіндустрії полягає в тому, що вона вимагає чималих капіталовкладень та виконання інших обов'язкових умов, пов'язаних з ліцензуванням, прийняттям та розповсюдженням сигналу та ін.

Комерційне телебачення існує за рахунок реклами та рейтингу. Головні його фігури – рекламодавець та спонсор. Зміст комерційного телебачення орієнтований на попит та потреби масової аудиторії, від чисельності якої залежить кількість реклами на телеканалі, тобто його фінансовий стан. В основі редакційної політики комерційного каналу нерідко лежить сенсація, яка базується на сексопатології, насиллі, жорстокості.

Тема 8.

Концепція громадського телебачення як структури, здатної сприяти реалізації творчих ідей журналіста.

У 1993–1996 роках державні телевізійні канали почали активно обслуговувати комерційні структури, які, визначаючи різні параметри телеефіру, безконтрольно використовували найпотужніший в Україні технічний потенціал державного ТБ. Національне телевізійне виробництво на українському державному телебаченні було паралізоване. Ефірний час активно використовувався комерційними структурами, що обслуговували особисті інтереси і амбіції корумпованих чиновників від державного телебачення. Стадії розв'язки цей процес досяг в 1996 році, коли, в обхід чинного законодавства України, найпривабливіший в економічному сенсі ефірний час на

державному каналі УТ-2 в ранкові та вечірні години був наданий у розпорядження так званої «Студії «1+1».

Аналіз роботи телевізійних каналів (найбільше це стосується місцевих і міських) дозволяє виявити як мінімум дві суттєві особливості. Перша полягає в розумінні власниками новостворених ТБ-каналів і структур можливостей телебачення в його впливі на формування громадської думки і наявності у них потреби активного маніпулювання нею. Друга особливість — це фактична неможливість створення якісного телевізійного продукту, зумовлена браком реального фінансування в обсязі, необхідному для нормального функціонування професійного телебачення, а також нестача творчих кадрів.

Власники комерційних ТБ-каналів розглядають їх не лише як засіб відчутного поповнення своїх капіталів. ЗМІ використовуються як засоби політичного впливу на аудиторію (у спрямуванні громадської і політичної думки дещо в інше русло). Активно насаджується ставлення до телебачення, як до «засобу масової інформації», обговорюються надумані проблеми «свободи слова» у вітчизняному ефірі. При цьому телевізійні комерційні структури не відчувають потреби у створенні власної інфраструктури виробництва і поширення телепродукту: їх ефірний час заповнений зарубіжним ТБ-продуктом і нескінченними серіалами.

Головна мета Громадського телебачення – об'єктивне та неупереджене інформування громадян про події, що відбуваються в Україні та за кордоном, створення високоякісних просвітницьких програм, документальних фільмів та серіалів. Звісно, і показ якісної закордонної продукції.

Громадське Телебачення, на думку авторів проекту, "має слугувати інтересам суспільства, а не політичних груп впливу. Широко представляти інтереси усіх соціальних, релігійних та культурних верств громади. Бути своєрідним еталоном телебачення в Україні".

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин												
	Денна форма						Заочна форма						
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі					
		л		лаб	інд	ср		о	л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Розділ 1													
Тема 1.		2				20							
Тема 2.		4				20							
Тема 3		4											
Разом у розділі 1	50	10				40							

Розділ 2

Тема 4		4				20							
Тема 5		4				20							
Тема 6		4											
Разом у розділі 2	52	12				40							

Розділ 3

Тема 7		6				20						
Тема 8		4				18						
Разом у розділі 3	48	10				38						
Усього годин	150	32				118						

6. Теми для самостійних досліджень

№ з/п	Назва теми	Кількість балів
1	Проаналізувати підсумковий випуск новин щодо наявності використаних маніпулятивних технологій	20
2	Проаналізувати підсумковий випуск новин щодо наявності використаних елементів інфотейнменту	20
3	Проаналізувати сучасний український контент блогосфери та надати характеристику особливостей формату	20

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Зробити порівняльний аналіз структури та технічного стану українського телебачення за часів УРСР та років незалежності.	20
2	Визначити розвиток сфери дозвілля на центральних та регіональних телеканалах, подати письмовий звіт про розвиток інфотейнменту.	20
3	На прикладі політичних шоу-програм проаналізувати конкуренцію в ЗМІ. Надати письмовий огляд.	20
4	Проаналізувати розширення інформаційного простору завдяки впровадженню мережі Інтернет.	20
5	Виявити творчу складову у комерційних телепрограмах та рекламі. Письмово обґрунтувати свій висновок.	20
6	Письмовий звіт про огляд центральних та місцевих телеканалів з метою визначення місця соціальних телепрограм в структурі телеефіру.	18
Разом		118

9. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Немає

10. Методи навчання

Лекції, практичні дослідження та самостійна робота студента.

11. Методи контролю

1. аналіз підсумкових новин на телебаченні повинен містити конкретний прикладів матеріал, що містить ту чи іншу форму аудіовізуальної маніпуляції. Обсяг роботи 3-5 сторінок тексту, список використаних джерел – 3-5 пунктів..

20 балів студент отримує за наявності чіткого викладу аналізованого матеріалу із конкретними прикладами та систематизацією означених маніпулятивних тактик.

15 балів студент отримує за недостатню послідовність викладу або відсутність аргументації аналізу

10 балів студент отримує за недостатність джерельної бази, непослідовність викладу

0-5 балів студент отримує за недостатність джерельної бази або відсутність логічної послідовності викладу матеріалу та чіткої аргументації в тексті.

2.аналіз підсумкових новин на телебаченні повинен містити конкретний прикладів матеріал, що містить наявність елементів інфотейнменту. Обсяг роботи 3-5 сторінок тексту, список використаних джерел – 3-5 пунктів.

20 балів студент отримує за наявності чіткого викладу аналізованого матеріалу із конкретними прикладами та систематизацією означених елементів інфотейнменту.

15 балів студент отримує за недостатню аргументацію та послідовність викладу

10 балів студент отримує за недостатність джерельної бази, непослідовність викладу та відсутність чіткої аргументації аналізу.

0-5 балів студент отримує за відсутність логічної послідовності викладу матеріалу та чіткої аргументації в тексті.

3 аналіз контенту сучасної української блогосфери повинен містити а) моніторинг сучасних блогерів; б) характеристику їхньої діяльності у медіапросторі; в) ознаки формату блогу. Обсяг роботи – 3-5 сторінок тексту

20 балів студент отримує за наявності чіткого викладу аналізованого матеріалу із конкретними прикладами діяльності сучасних блогерів та формату їхньої продукції.

15 балів студент отримує за недостатню аргументацію та послідовність викладу

10 балів студент отримує за недостатнє опрацювання контенту блогосфери, непослідовність викладу та відсутність чіткої аргументації аналізу.

0-5 балів студент отримує за відсутність логічної послідовності викладу матеріалу та чіткої аргументації в тексті.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Розділи										Підсумковий семестровий контроль (екзамен)	Сума
Розділ 1			Розділ 2					Розділ 3			
20			32					8			
T1	T2	T3	T4	T5	T6			T7	T8		
	0-20			0-20		0-20					

Мінімальна кількість балів поточного контролю для одержання допуску до підсумкового контролю (іспит) має становити не менше 20. У цьому випадку студент, отримавши на підсумковому контролі максимальну кількість балів – 40, одержує сумарно 60 балів (відповідно до національної шкали – «задовільно»).

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену	для заліку
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

Питання до курсу «Нові тенденції в тележурналістиці»

1. Міф, контрміф і антиміф у світі мас-медійної реальності
2. Жанри сучасного телепростору.
3. Телевізійна реклама: стилістичні особливості та вплив на сучасну телеестетику.
4. Візуальні коди: семи, фігури, іконічні знаки
5. Семіотика кіно та її вплив на сучасну візуальну естетику.
6. Механізми і види символів у телевізійному просторі
7. Масово-інформаційна ситуація у ХХст.
8. Інформаційна ситуація в СРСР.
9. Ознаки тоталітарної журналістики.
10. Здобуття незалежності України та завдання ЗМІ в нових політичних умовах
11. Масово-інформаційна ситуація в Україні.
12. Розвиток ЗМІ у світі після Другої світової війни.
13. Період роздержавлення системи центрального телебачення: специфіка комерційного телевізійного формату.
14. Українські ЗМІ в перші роки незалежності.
15. Цензура в українських ЗМІ: причини, способи тиску.
16. Вплив політичних процесів в Україні на аудіовізуальні медіа.
17. Тенденції сучасного ТБ у фінансовій та політичній площинах.
18. Глобалізація і ЗМІ.
19. Постмодернізм як реакція на активний розвиток масової культури.
20. Особливості аудиторії багатоканального медіасередовища.
21. Основні принципи постмодернізму і їх відображення в медіа-культурі.
22. Концепція «інтерактивного суспільства».
23. Телевізійні новини як комунікативна подія: наратив, дискурс влади, стратегії читання..
24. Інтертекстуальність як центральне поняття поетики постмодернізму; її прояви в аудіовізуальному тексті.
25. Теорії активної аудиторії: вибудовування пріоритетів, медіа залежність, теорії змови та гри.
26. Іміджеві символи та історичні алюзії в аудіовізуальному тексті
27. Прецедентний текст і його використання у телевізійному просторі.
28. Типи прецедентних феноменів у аудіовізуальному творі.
29. Причини використання і функції ігрових стратегій в телетексті.
30. Інтертекстуальні зв'язки у телевізійному просторі.
31. Мовні ігри як спроба втечі від публіцистичних кліше.
32. Інфотеймент як феномен сучасної телеестетики.
33. Специфіка інформаційно-комунікаційного середовища Інтернет як площини для реалізації аудіовізуального продукту.
34. Блог як різновид сучасного журналістського твору.
35. Влог – жанрові ознаки та особливості урахування аудиторії

13. Методичне забезпечення

1. Роздрукований лекційний матеріал викладача.

14. Рекомендована література

Базова

1. Бебик. В.М. Засоби масової інформації посткомуністичної України. - К., 1996.
2. Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках. М.: КДУ, Высшая школа, 2003.
3. Засоби масової інформації. Українське законодавство. - К., 1995.
4. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації. - К., 1993.
5. Машенко І.Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. - К.: Україна, 2005. - 384 с.
6. Миронченко В.Я. Інформаційне радіомовлення України. - К., 1996.
7. Москаленко А.З. Вступ до журналістики. - К., 1997.
8. Саруханов В. А. Азбука телевидения: [Учеб. пособие для вузов] / В. А. Саруханов. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 223 с.
9. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра/За загальною ред. І. С. Чижа. - К., 2006. - 648 с.
10. Цвик В., Качкаева А. Реформы в обществе и на телевидении. 1995-1999. // Очерки по истории российского телевидения. М.: Воскресенье, 1999.
11. Цвик В.Л. Телевидение переходного периода. (Тенденции и проблемы реформирования в условиях информационного рынка). Авт. докт. дисс. М., 1997.
12. Цвик В.Л. Особенности реформирования отечественной системы телевидения в условиях информационного рынка (два предела телевизионной собственности) // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1998.
13. Чміль Г. П. Екранна культура: плюральність проявів / Г. П. Чміль; Харк. держ. пед. ун-т ім. Сковороди. - Х.: Крук, 2003. - 336 с.
14. Эблан, Дэн. [Цифровая] съёмка и режиссура: [Пер. с англ.] / Дэн Эблан. - М.: Вильямс. 2003. - 216 с.
15. Юровский А. Телевидение — поиски и решения. М.: «Искусство», 1983.

Допоміжна

1. Акопов А.Й. Средства массовой информации. - М., 1987.
2. Безклубенко С. Д. Відеологія: Основи теорії екранного мистецтва / Сергій Безклубенко. - К.: Альтерпрес, 2004. - 327 с.
2. Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения / Н. А. Голядкин. - М.: АспектПресс, 2004. - 141 с. - (Телевизионный мастер-класс).
3. Горпенко В. Г. Телевізійна специфіка кольору / Київ. держ. ін-т театр. мистецтва ім. І. К. Карпенка-Карого, Фак. кіно і телебачення. - К.: ДІТМ, 1998. - 17 с.
4. Горпенко В. Г. Функції кольору в кіно- та телемистецтві / Київ. держ. ін-т театр. мистецтва ім. І. К. Карпенка-Карого: Держ. акад. керів. кадрів культури і мистецтва. - К.: ДІТМ, 1999. - 55, [1] с.
5. Даниэль С. М. Искусство видеть: О творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя. -Л.: Искусство. Ленингр. отд-ние, 1990. - 221 с.
6. Ильин Р. Н. Выразительные средства телевидения. М., 1966. - 35 с. (Всесоюз. гос. ин-т кинематографии. Науч.-исслед. кабинет. Кафедра телевидения).
7. Копиленко О.Л. Влада інформації. - К., 1991.
8. Ковалёв Ф. Е. Золотое сечение в живописи: [Учеб. пособие для художеств. ин-тов и училищ]. - К.,: Выща шк., 1989. - 114 с.
9. Королько В. Основи публік рилейшнз. - К., 1997.
10. Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. М.: Изд-во «РИП-холдинг», 2003.

11. Ландау, Камила. Как снять кино и сделать программу несмотря ни на что: Чему никогда не учат во ВГИКе или 161 способ стать режиссером: [Пер. с англ.] / К. Ландау, Т. Уайт. –М.: Эт Сетера Паблшинг, 2004. – 261 с.
12. Марсель Мартен. Язык кино. [Пер. с франц.]. Вступит. статья и общая ред. С. Юткевича М., «Искусство», 1959. – 292 с.
13. Никитин Н.П, Лузин В. И., Шестаков А. Л. Основы телевизионной техники. –М.: Солон-Пресс, 2003.
14. Пресс, Скип. Как пишут и продают сценарии в США для видео, кино и телевидения / Скип Пресс; [Пер.: В. Р. Оганесян, Ю. В. Шпакова.]. –М.: Триумф, 2003. – 396 с.
15. Разлогов К. Э. Искусство экрана: проблемы выразительности. –М.: Искусство, 1982. – 159 с.
16. Розенталь, Алан. Создание кино и видеофильмов от А до Я: [Пер. с англ.]
17. Соколов, А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео — Editing: television, cinema, video. — М.: Издательство «625», 2001.—207с: ил. Учебник. Часть вторая.
18. Чахирьян – Изобразительный мир экрана / Г. Чахирьян; [Предис. Р. Юренева]. –М.: «Искусство», 1977.
19. Что такое язык кино: / Сб. ст. I /: ВНИИ киноискусства Госкино СССР; - М.: «Искусство», 1989.

15. Інформаційні ресурси

Базова і допоміжна література наявна в Харківській державній науковій бібліотеці ім. В. Г. Короленка.