

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра кино-, телеискусства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РАБОТА РЕДАКТОРА В СМИ

Уровень высшего образования – магистратура
Направление подготовки – 42.04.04 Телевидение
Профиль – Современная теле- и киноиндустрия
Форма обучения – очная
Год набора – 2024 года

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.04 Телевидение, профиль «Современная теле- и киноиндустрия», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 530.

Программу разработала Дунина Е.А., старший преподаватель кафедры кино-, телеискусства.

Рассмотрено на заседании кафедры кино-, телеискусства (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08. 2024 г.

Зав. кафедрой

Л.О. Симоненко

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Работа редактора в СМИ» входит в обязательную часть подготовки и адресована студентам 1-2 курса (I-IV семестры) направлению подготовки 42.04.04 Телевидение, профиль «Современная теле- и киноиндустрия» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой кино-, телеискусства.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Теория киноискусства и телевидения», «Теория режиссуры кино и телевидения», «Теория и методология фотожурналистики», «Искусство слова в массмедиа», прохождении практики: преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

Предметом изучения учебной дисциплины является суть и методы редакторского дела как вида профессиональной деятельности.

Междисциплинарные связи: изучение дисциплины предопределяется учебным планом и коррелирует с базовыми дисциплинами социально-гуманитарной и профессиональной подготовки.

Содержание программы отражает представление о сути профессии, типологии редакторов в СМИ, их общественных ролях и профессиональных функциях, о нормах профессиональной этики, а также раскрывает технологию создания и управления редакциями в условиях современной медиасреды.

Изучение дисциплины «Работа редактора в СМИ» направлено на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

- использование основы полученных теоретических знаний при решении практических задач;
- применение количественных и качественных методов анализа при оценке состояния медиасреды, а также изучении общественного мнения;
- владение способностью понимать и анализировать социальные проблемы.

Итоговый контроль в форме зачёта с оценкой и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 10 з. е., 360 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (54 ч.), практические занятия (52 ч.), самостоятельная работа студента (200 ч.), контроль (54 ч.).

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса – систематизировано представить теоретические и практические знания о работе редакторов разных типов в современных СМИ. Дать возможность развёрнуто рассмотреть профессиональные функции, правовые и этические аспекты работы, роль в производстве контента и организации работы средства массовой информации традиционного и нового типа. Проанализировать ремесло и творческую составляющую этой профессии, ограничения и рамки, возможности и особенности, а также роль в общественной, политической, экономической жизни города, страны и мира. Сформировать у студентов целостное представление о работе редактора как одного из важнейших участников медиапроизводства.

Задачи курса:

- сформировать у студентов редакторское мышление в соответствии с требованиями современности;
- подготовить их к практической деятельности;
- обучить способам действий, приемам творческой, организаторской и управленческой работы, методам и техникам запуска СМИ, организации его функционирования, производства контента и контроля над таким производством.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Курс входит в обязательную часть подготовки и адресован студентам по направлению подготовки 42.04.04 Телевидение, профиль «Современная теле- и киноиндустрия».

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Теория киноискусства и телевидения», «Теория режиссуры кино и телевидения», «Теория и методология фотожурналистики», «Искусство слова в массмедиа», прохождении практики: преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: *профессионально-ознакомительной, профессионально-творческой, педагогической, научно-исследовательской работы, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.*

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направление подготовки 42.04.04 Телевидение: УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-3.

Универсальные компетенции (УК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ;

		<ul style="list-style-type: none"> – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиапространства; – работать с бюджетами.
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты,

		<p>разрабатывать концепции и контент-планы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиaprостранства; <p>работать с бюджетами.</p>
--	--	--

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
ОПК-1	<p>Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент,

		<p>осуществлять редакторскую правку;</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять персоналом редакции, <p>обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиапространства;</p> <p>работать с бюджетами.</p>
ОПК-2	<p>Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиапространства; – работать с бюджетами.

ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиaprостранства; – работать с бюджетами.
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникацион	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ,

	<p>ных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.;</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиапространства; <p>работать с бюджетами.</p>
ОПК-7	<p>Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их

		<p>специфику;</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю развития профессии и современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ; – в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них; – контролировать производство контента на всех этапах; – производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы; – анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку; – управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиaprостранства; работать с бюджетами.
--	--	---

Профессиональные компетенции (ПК):

Тип задач профессиональной деятельности: **редакторский**

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы
ПК-3	Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в соответствии со стандартами и требованиями телевидения и других экранных масс-медиа и координировать редакционный процесс.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы редакторов в СМИ; – содержание, цели и общественные функции деятельности редакторов разных типов; – суть понятий: фактчекинг, редакторская правка, редакционная политика, концепция СМИ, контент-план и сетка вещания, СММ, новые медиа, техническое задание, укомплектованность редакции, корпоративная среда и др.; – нормативную базу, определяющую правила поведения, права и обязанности редактора; – формы организации редакций различных средств массовой информации, их специфику; – историю развития профессии и

		<p>современные тренды, которые влияют на работу редактора сегодня.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– осуществлять редакторскую деятельность, выполнять положенный функционал в соответствии с целями и задачами СМИ;– в повседневной жизни находить темы, достойные общественного внимания, подбирать для них авторов и формулировать техническое задание для них;– контролировать производство контента на всех этапах;– производить различные медиапродукты, разрабатывать концепции и контент-планы;– анализировать и оценивать контент, осуществлять редакторскую правку;– управлять персоналом редакции, обеспечивать координацию её отделов, коммуникацию СМИ с другими участниками медиaprостранства; <p>работать с бюджетами.</p>
--	--	---

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

I КУРС

Названия разделов и тем	Количество часов					
	очная форма					
	всего	в том числе				
		лк	пр	инд	с.р.	конт
1	2	3	4	5	6	7
РАЗДЕЛ I. РЕДАКТОР КАК ПРОФЕССИЯ (II СЕМЕСТР)						
Тема 1. Вводное занятие: редактор как структурная единица в медиа. Необходимые для работы редактором профессиональные и личные качества.	10	2	2	-	4	2
Тема 2. История редакторского дела. Эволюция профессии.	18	2	2	-	8	6
Тема 3. Аналитика процессов в современных медиа. Роль редактора в различных СМИ, общие цели и задачи редакторской работы.	16	2	2	-	8	4
Тема 4. Виды редакторской деятельности. Типы редакторов в медиа. Общие цели и задачи их деятельности.	18	2	2	-	8	6
Тема 5. Выпускающий редактор/редактор новостей. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	13	2	2	-	6	3
Тема 6. Бильд-редактор. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	13	2	2	-	6	3
Тема 7. Редактор на радио. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	13	2	2	-	6	3
Тема 8. Редактор телевизионных программ. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	15	2	2	-	8	3
Тема 9. СММ-редактор в СМИ, редактор корпоративных медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	13	2	2	-	6	3
Тема 10. Редактор в медиа нового типа.	15	2	2	-	8	3
ВСЕГО часов за I семестр	144	20	20	-	68	36

II КУРС

Названия разделов и тем	Количество часов					
	очная форма					
	всего	в том числе				
		лк	пр	инд	с.р.	конт
1	2	3	4	5	6	7
РАЗДЕЛ II. ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР (III СЕМЕСТР)						
Тема 11. Главный редактор в медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.	16	4	4	-	8	-
Тема 12. Редакторское дело: фактчекинг, правка, корректура.	18	4	4	-	10	-
Тема 13. Работа с авторами. Формулировка ТЗ, создание авторского пула в редакции и за её пределами. Ответственность редактора перед автором.	18	4	4	-	10	-
Тема 14. Кадровый менеджмент. Формирование и управление редакцией.	11	2	1	-	8	-
Тема 15. Экономика СМИ, экономика впечатлений.	9	2	1	-	6	-
ВСЕГО часов за II семестр	72	16	14	-	42	-
РАЗДЕЛ III. РЕДАКТОР В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСФЕРЕ (IV СЕМЕСТР)						
Тема 16. Этика в работе редактора.	42	4	4	-	30	4
Тема 17. Правовые аспекты работы редактора. Зона правовой ответственности.	23	2	2	-	15	4
Тема 18. Современные тренды развития СМИ: как редактору адаптировать работу к разным условиям и условиям. Цензура в СМИ.	21	2	2	-	15	2
Тема 19. Роль редактора в PR и маркетинге СМИ.	16	2	2	-	10	2
Тема 20. Информационные технологии в работе редактора: сервисы, спец. программы.	16	2	2	-	10	2
Тема 21. Редактор как публичная персона. Имидж, взаимодействие с обществом, бизнесом и государством. Точки карьерного роста.	26	6	6	-	10	4
ВСЕГО часов за IV семестр	144	18	18	-	90	18
ВСЕГО часов за I – II курс	360	54	52	-	200	54

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

РАЗДЕЛ I. РЕДАКТОР КАК ПРОФЕССИЯ (I КУРС II СЕМЕСТР).

Тема 1. Вводное занятие: редактор как структурная единица в медиа. Необходимые для работы редактором профессиональные и личные качества.

Редакция как профессионального и творческого союза. Общая и личная ответственности. Профессиональные навыки, необходимые для работы редактором: знание теории и практики журналистики, понимание целей и задач работы редакции, менеджерские навыки, понимание принципов работы с людьми и информацией, включая психологические, конъюнктурные, правовые и другие аспекты, способность к творческой реализации, навыки коммуникации, работы с большими объёмами информации, а также навыки самопомощи и самоорганизации.

Тема 2. История редакторского дела. Эволюция профессии.

Профессия редактора в историческом контексте. Книгопечатание как отправная точка для формирования профессии. Появление первых профессиональных редакций в XVII веке. Влияние церкви на развитие редакторского дела. Распространение печатных изданий в XVIII — XIX и популяризация редактора как неотъемлемого участника производства. Технический прогресс, появление радио и ТВ как новый этап развития профессии. Современные практики, включение редактора в широкий спектр специалистов, необходимых в разных областях и нишах социальной и производственной жизни.

Тема 3. Аналитика процессов в современных медиа. Роль редактора в различных СМИ, общие цели и задачи редакторской работы.

Понятие «средства массовой информации». Функции СМИ. Понятие «актуальность» и виды актуальности. Медиабизнес, его цели и задачи редакции как производителя и распространителя контента. Ниши СМИ. Редактор как медиаменеджер, заказчик и как исполнитель. Запуск СМИ, работа с текстами, менеджмент и коммуникации как важнейшие функции редактора. Календарно-тематическое планирование. Рубрикация. Создание заголовка.

Тема 4. Виды редакторской деятельности. Типы редакторов в медиа. Общие цели и задачи их деятельности.

Типы редакторов в СМИ: выпускающий редактор/редактор новостей; бильд-редактор; редактор на радио; редактор телевидения; редактор корпоративных медиа; SMM-редактор; редактор медиа нового типа; главный редактор. Работа с текстом/аудио/видео, работа с авторами, разными жанрами и форматами, обеспечение регулярности и актуальности контента, оценка и контроль качества контента — как функции, объединяющие работу редакторов разного типа. Композиция и структура медиатекста.

Тема 5. Выпускающий редактор/редактор новостей. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Понятия «факт» и «новость». Методы сбора информации, её проверки и анализа. Обеспечение СМИ релевантным и регулярным контентом, участие в подготовке и выпуске единиц контента, контроль над сроками и качеством выпускаемого материала, координация работы внештатных и штатных авторов. Технические требования к оформлению и структуре единиц контента. Понятие «фактчекинг». Проблема снятия с публикации уже выпущенного контента, способы последовательной «отработки» информационного повода. Работа с информационными агентствами и другими источниками информации.

Тема 6. Бильд-редактор. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Визуальное оформление контента в СМИ как основная функция бильд-редактора. Поиск, подбор и утверждение иллюстраций и прочих элементов оформления контента, соответствие принятой верстке и следование принципам восприятия информации аудиторией. Работа с фотобанками и фотоагентствами. Базовые навыки обработки изображений. Работа с фотографами и дизайнерами в штате и вне штата редакции. Возможность готовить самостоятельный визуальный контент (фоторепортажи, обложки, заставки и прочее).

Тема 7. Редактор на радио. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Радио как канал распространения информации. Понятие «сетка радиовещания». Разработка концепции радиоканала, организация работы по созданию программ и других единиц контента, контроль над сроками выполнения и качеством выпускаемых материалов. Технические и структурные требования к материалам. Координация работы авторов и других сотрудников, которые обеспечивают производство контента.

Тема 8. Редактор телевизионных программ. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Телевещание как канала распространения информации, особенности контента. Сетка вещания телевидения. Редактор как универсальный специалист на всех этапах телепроизводства: функции автора, сценариста, продюсера, режиссёра монтажа. Контроль над подготовкой контента сотрудниками редакции, а также за сроками выполнения задач, актуальностью и достоверностью информации. Цифровая этика.

Тема 9. СММ-редактор в СМИ, редактор корпоративных медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Понятие «СММ». Понятие «социальные сети». Задачи СММ-редактора (подготовка, размещение контента, обратная связь и прямая коммуникация с аудиторией, аналитика и стратегия продвижения аккаунтов СМИ в соцсетях). Понятие «корпоративные медиа». Типы корпоративных медиа по целевой аудитории: для сотрудников, для клиентов, для деловых партнёров, для профессионалов. Конфликт интересов в работе корпоративных медиа, степень самостоятельности СМИ. Разработка концепции корпоративного СМИ, производство контента и контроль над качеством.

Тема 10. Редактор в медиа нового типа.

Понятие «новые медиа». Их виды: интернет-версии СМИ, интернет-СМИ, интернет-ТВ и интернет-радио, мобильное ТВ, блогосфера, социальные сети, виртуальные сообщества, виртуальные игры и др. Понятие «подкаст». Особенности производства подкастов, их отличие от традиционного контента на радио. Особенности работы над видеоконтентом для новых медиа. Телеграм как медиаплощадка, объединяющая различные форматы. Редактор как единственный сотрудник нового медиа. Разработка стратегии вещания новых медиа. Подготовка контента и стратегии его продвижения. Сотрудничество с авторами и рекламодателями. Особенности прямого контакта с целевой аудиторией.

**РАЗДЕЛ II. ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
(II КУРС III СЕМЕСТР)**

Тема 11. Главный редактор в медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Запуск нового СМИ. Разработка редакционной политики СМИ. Понятие «tone of voice». Понятие «контент-план». Формирование контент-плана. Календарно-тематическое планирование контента. Контроль над качеством контента и его соответствием ред. политике (тексты, видео, аудио, оформление, контроль над макетами и прочее). Утверждение окончательных вариантов для публикации. Работа со входящими запросами

от авторов/аудитории. Планирование нагрузки для журналистов и других сотрудников, определение задач. Менеджмент персонала, координация между отделами СМИ, сотрудничество с различными организациями, включая государственные, коммерческие и некоммерческие. Контроль над соблюдением законодательства, нормативных и правовых актов, этических кодексов и прочих документов, определяющих правила работы СМИ. Представительские функции.

Тема 12. Редакторское дело: фактчекинг, правка, корректура.

Анализ и первичная оценка текста. Типы ошибок в тексте (фактические, структурные, логические, стилистические, орфографические и пунктуационные). Проверка фактов. Правило трёх источников. Правки текста как основной вид редакторской деятельности. Виды правки текста: правка-переделка, правка-обработка, правка-вычитка, правка-сокращение. Особенности, методика выполнения и область применения каждого вида правки. Литературное редактирование. Корректур.

Тема 13. Работа с авторами. Формулировка ТЗ, создание авторского пула в редакции и за её пределами. Ответственность редактора перед автором.

Выбор и соответствие темы, жанра и автора. Понятие «техническое задание» Правила составления ТЗ. Психологические аспекты коммуникации с автором, корректная форма конфронтации, формальная и неформальная коммуникация. Творческой реализации автора. Обработка заявок от внештатных авторов, формирование и удержание авторского пула.

Тема 14. Кадровый менеджмент. Формирование и управление редакцией.

Укомплектованности редакции, базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса. Координация работы различных отделов в медиа. Понятие «корпоративная среда». Найм и увольнение, проведение собеседований. Психологические и правовые аспекты управления персоналом.

Тема 15. Экономика СМИ, экономика впечатлений.

Бюджет редакции. Государственное финансирование СМИ. Финансирование юридическими лицами. Понятие «экономика впечатлений». Понятие «paywall» — платная подписка, формирование условий для создания платного контента, его разработка, способы его распространения. Доходы от рекламы, сотрудничество с коммерческими и некоммерческими организациями. Понятие «медиакилт», принципы его формирования. Бартер в работе СМИ и его уместность.

РАЗДЕЛ III. РЕДАКТОР В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСФЕРЕ (II КУРС IV СЕМЕСТР)

Тема 16. Этика в работе редактора.

Понятия «деонтология», «этика» и «мораль». Профессиональная этика как система принципов и норм профессиональной деятельности журналиста. Гражданская ответственность журналиста. Кодексы профессиональной этики. Контроль за соблюдением этических норм в работе редакции. Система взысканий и порядок действий в случае нарушения профессиональной этики сотрудником редакции.

Тема 17. Правовые аспекты работы редактора. Зона правовой ответственности.

Учредитель СМИ. Регистрация СМИ. Нормативные правовые акты в сфере массовых коммуникаций. Контрольные и надзорные органы. Судебная практика в сфере массовых коммуникаций.

Тема 18. Современные тренды развития СМИ: как редактору адаптировать работу к разным условиям и условностям. Цензура в СМИ.

Смещение фокуса СМИ от удовлетворения базовых к более «развитым» потребностям. Вовлечение аудитории в процесс подготовки материалов. Понятие «конвергентная редакция». Понятие «масс-мульти-медиа» (обращение ко всем каналам

восприятия информации). Тенденция к сокращению объёма контентной единицы, перегруженность аудитории контентом, поиск малых форм. Понятие «микро-СМИ» (рассылки, блоги, тематические страницы). Редактор как единственный сотрудник средства массовой информации. Конъюнктура и цензура в работе СМИ. Виды цензуры. Рекламодатели как основные спонсоры «бесплатного» контента. Конфликта интересов в работе СМИ.

Тема 19. Роль редактора в PR и маркетинге СМИ.

Понятие «PR» и понятие «маркетинг» в работе СМИ. Планирование и организация различных маркетинговых и рекламных мероприятий. Редакционная политика продвижения СМИ. Анализ рынка и целевой аудитории СМИ. Привлечение SEO-специалистов и маркетологов к работе редакции. Ситуативный маркетинг для СМИ, или эффективное реагирование на повестку, проблема уместности заигрывания с ней. SMM для СМИ.

Тема 20. Информационные технологии в работе редактора: сервисы, спец. программы.

Текстовые редакторы (Microsoft Word, Яндекс.Документы, Google Docs и др.).

Облачные хранилища (Яндекс Диск, Облако Mail.ru., Сбредиск и др.)

Программы для мониторинга СМИ (Медиалогия Мониторинг СМИ, Интегрум Мониторинг СМИ, СКАН-Интерфакс и прочие).

Искусственный интеллект как новейшая технология, которая открывает редактору новые возможности.

Тема 21. Редактор как публичная персона. Имидж, взаимодействие с обществом, бизнесом и государством. Точки карьерного роста.

Понятие «публичная персона». Проблематика разграничения личной и публичной жизни. Уместность и рамки самовыражения онлайн и оффлайн. Общая, профессиональная и корпоративная этика в жизни редактора. Представительские функции редактора. Вертикальная и горизонтальная карьера. Смежные сферы, доступные редактору для реализации амбиций и потенциала.

6.2 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ I. РЕДАКТОР КАК ПРОФЕССИЯ (I КУРС II СЕМЕСТР)

Тема 1. Редактор как структурная единица в медиа. Необходимые для работы редактором профессиональные и личные качества.

1. Редакция как профессионального и творческого союза.
2. Профессиональные навыки, необходимые для работы редактором

Термины: редактор, редакция, творчество, конъюнктура, менеджмент, коммуникация, информация, самоорганизация, самопомощь.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Выдающийся главный редактор своего времени.
 - Редакция как единый организм.
 - Почему я гожусь на роль редактора и что мешает мне стать им прямо сейчас.

Литература: [17 – Гл.5.4].

Тема 2. История редакторского дела. Эволюция профессии.

1. Происхождение понятия «редактор».
2. Аспекты общественной жизни, которые повлияли на появление профессии.
3. Прогресс и профессия. Точки приложения навыков редактора сегодня.

Термины: книгопечатное, церковь, редакторское дело, издатель, производство, прогресс, радио, телевидение, периодика, медиа.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Книгопечатание как отправная точка развития профессии.
 - Технический прогресс как вектор развития профессии.
 - Кому, когда и зачем нужен редактор сегодня.

Литература: [17 – Гл.5.4].

Тема 3. Аналитика процессов в современных медиа. Роль редактора в различных СМИ, общие цели и задачи редакторской работы.

Термины: средства массовой информации, медиа-, медиабизнес, контент, медиаменеджер, производство контента, коммуникация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Функции СМИ в современном обществе.
 - Текст как метапродукт СМИ любого типа.
 - Составьте календарно-тематический план на два грядущих месяца, обоснуйте выбор тем и проблем в составленном вами плане.
 - Клава Кока показала...простой советский... кликбейт: найдите 20 примеров клибейтных заголовков и дайте редакторскую оценку отобранным материалам. Как вы относитесь к такого рода приёмам в работе медиа?

Литература: [9 – Гл. 2.1-2.3; 12 – Гл. 11], [20 – Гл.2].

Тема 4. Виды редакторской деятельности. Типы редакторов в медиа. Общие цели и задачи их деятельности.

Термины: выпускающий редактор, шеф-редактор, ответственный редактор, бильд-редактор, редактор телевидения, редактор радио, СММ, медиа нового типа, главный редактор.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Кто такой медиаменеджер сегодня и зачем он нужен.

- Ниши редакторской деятельности, их отличия и особенности.
- Функции редактора, которые сегодня теряют актуальность или приобретают её.

Литература: [5 – С.22-33; 12 – Гл. 2], [12 – Гл.10].

Тема 5. Выпускающий редактор/редактор новостей. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: релевантность, актуальность, регулярность, единица контента, новости, фактчекинг, информационный повод, информагентство.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Роль фактчекинга в работе СМИ.
 - История одной ошибки: как СМИ справляется с последствиями публикаций непроверенной или опровергнутой информации.
 - Алгоритм создания новостной ленты: что я должен сделать как редактор.

Литература: [8-С.123-127]

Тема 6. Бильд-редактор. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: бильд-редактор, верстка, иллюстрация, восприятие информации, фоторепортаж, телевизионная заставка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Анализ работы бильд-редактора моего любимого СМИ.
 - Принципы восприятия визуальной информации аудиторией.
 - Верстка как творчество и ремесло.
 - Фоторепортаж или иллюстрация, которые удивили весь мир.

Литература: [9 – Гл. 2.4; 12 – Гл.11]

Тема 7. Редактор на радио. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: радио, вещание, сетка вещания, джингл, жанры радиожурналистики.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Функции редактора при производстве контента для радио.
 - Анализ сетки вещания моей любимой радиостанции.
 - Если бы я был редактором на радио, какие требования я бы предъявлял радиожурналистам и их продукции?

Литература: [16], [8]

Тема 8. Редактор телевизионных программ. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: телевидение, жанры тележурналистики, телепроизводство, редактор программ, продюсер, сценарий, монтаж, режиссёр.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Мультизадачность редактора на телевидении.
 - Новости в эфире: анализ структуры выпуска новостей.
 - Ошибки, которые может допустить редактор телевидения в работе.

Литература: [16], [8]

Тема 9. СММ-редактор в СМИ, редактор корпоративных медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: СММ, социальные сети, обратная связь, продвижение в интернете, корпоративные медиа, конфликт интересов.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Анализ работы СММ-редактора моего любимого СМИ.
 - Принципы взаимодействия с аудиторией СМИ в социальных сетях.
 - Анализ работы корпоративного медиа любого типа.
 - СММ-стратегия для корпоративного медиа.

Литература: [12 – Гл.8]

Тема 10. Редактор в медиа нового типа.

Термины: новые медиа, виртуальное сообщество, подкаст, видеохостинг, блог, интернет-радио, мобильное телевидение, телеграм-канал, рекламодатель.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Анализ работы моего любимого телеграм-канала.
 - Формат видео-интервью как популярный жанр новых медиа.
 - Работа редактора над подкастом: концепция, подготовка, запись, продвижение.
 - История блогосферы как путь к новым медиа.
 - Если автором сегодня может быть каждый, нужны ли новым медиа редакторы?

Литература: [14 – С. 9-28], [8].

РАЗДЕЛ II. ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР (II КУРС III СЕМЕСТР)

Тема 11. Главный редактор в медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Термины: редакционная политика, запуск СМИ, tone of voice, контент-план, менеджмент персонала, государство, коммерческая организация, некоммерческая организация, законодательство, нормативный акт, этический кодекс, профессиональная этика.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - В каком СМИ я хотел бы занять позицию главного редактора и что мне придётся делать в этой должности?
 - Чек-лист для утверждения материала. Что должен проверить главный редактор?
 - Главный редактор, на которого я равняюсь в своей работе.
 - Концепция СМИ, которое я запущу через год.
 - План работ по запуску СМИ и организации производства контента.

Литература: [17 – Гл.3 [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3]

Тема 12. Редакторское дело: фактчекинг, правка, корректура.

Термины: фактчекинг, литературное редактирование, редакторская правка, редакторский знак, корректура, вычитка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Что проглядел редактор: примеры ошибок разных типов в материалах СМИ.
 - Анализ текста и его оценка: какие требования я предъявлю как редактор.
 - Давай я посмотрю: редактура неопубликованного текста своего коллеги (студента).

Литература: [20 – Гл.2]

Тема 13. Работа с авторами. Формулировка ТЗ, создание авторского пула в редакции и за её пределами. Ответственность редактора перед автором.

Термины: техническое задание, конфронтация, формальная коммуникация, неформальная коммуникация, творческая реализация, авторский пул.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Выбрать актуальную тему, автора из числа известных журналистов, составить ТЗ для автора.
 - Творчество и ремесло в работе автора: как их примирить? И что важнее?
 - Ответственность автора перед редактором и ответственность редактора перед

автором: кому больше досталось?

Литература: [9 – Гл. 2.4; 12 – Гл.11]

Тема 14. Кадровый менеджмент. Формирование и управление редакцией.

Термины: кадровый менеджмент, укомплектованность редакции, ткорпоративная среда, собеседование, управление персанлом.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Я собираю редакцию: отделы, которые мне необходимо укомплектовать для производства контента СМИ, а также алгоритм их взаимодействия.
 - Проанализировать резюме журналистов в интернете, выбрать кандидатов, составить вопросы для собеседования. Объяснить свой выбор на каждом этапе.
 - Провести собеседование с журналистом (студентом). Оба участника анализируют процесс и принимают решение о найме/работе.

Литература: [8].

Тема 15. Экономика СМИ, экономика впечатлений.

Термины: бюджет, государственное финансирование, спонсор, paywall, платный контент, реклама, бартер, медиакит.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Рассчитать бюджет СМИ, которое я открою через год.
 - Коммерческий успех СМИ — что это и как его достичь?
 - Как заинтересовать рекламодателя?
 - Сравнительный анализ медиакита двух СМИ, которые я считаю успешными.
 - Анализ контента СМИ: какие материалы могли бы стать платными и почему?
 - Джинса допустима или нет? Ваше мнение.

Литература: [8-С.36-56], [16], [11-С.111-127], [3-Гл.3.2]

РАЗДЕЛ III. Редактор в современной медиасфере (II КУРС IV СЕМЕСТР)

Тема 16. Этика в работе редактора.

Термины: деонтология, мораль, этика, этический кодекс, этические нормы, профессиональная этика, комиссия по этике.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - История проф. этики: документы, которые закрепляют принципы и нормы

работы редакции.

- Ранжируйте нормы профессиональной этики по степени важности в вашем понимании. Есть ли такие, которые вы считаете неактуальными? Обоснуйте, почему.
- Проанализируйте контент СМИ и найдите признаки нарушения этических норм, обоснуйте претензию, предложите альтернативное решение.
- Что вы будете делать, если выяснится, что журналист вашего СМИ нарушил этический кодекс, но об этом никто, кроме вас с ним, не знает? А если это заметили другие?
- Зачем журналистам и редакторам нужна профессиональная этика?

Литература: [17 – Гл.10; 18], [37].

Тема 17. Правовые аспекты работы редактора. Зона правовой ответственности.

Термины: учредитель СМИ, регистрация СМИ, нормативный акт, закон о СМИ, надзорный орган, правовая ответственность, судебная практика.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Составьте план действий для регистрации СМИ, список необходимых документов, а также варианты учредителей.
 - Кто крайний: как распределяется ответственность за правовые нарушения между сотрудниками СМИ? Справедливо ли это, как вы считаете?
 - Подготовьте список и краткий анализ основных документов, которые регулируют работ СМИ.
 - Проанализируйте любой известный вам случай из судебной практики над СМИ или журналистом.

Литература: [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3], [31], [32].

Тема 18. Современные тренды развития СМИ: как редактору адаптировать работу к разным условиям и условностям. Цензура в СМИ.

Термины: пирамида Маслоу, масс-мульти-медиа, микро-СМИ, рассылка, дайджест, конъюнктура, цензура, свобода слова, ответственность, конфликт интересов.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Какие современные тенденции вы обнаруживаете в современных медиа, однако мы о них не говорили? Сформулируйте их, проанализируйте и обсудите в группе.
 - Какие потребности аудитории удовлетворяет СМИ сегодня и каким образом. Проанализируйте и найдите примеры.
 - Какова роль и функция цензуры в медиа в прошлом, настоящем и будущем?
 - Не стоит прогибаться под изменчивый мир или это неизбежно? Ваши рассуждения на тему конъюнктуры, её роли и функции в работе СМИ.
 - Придумайте и запишите концепцию телеграм-канала, составьте контент-план на 1 месяц, запустите канал и пригласите в него аудиторию, например, из числа коллег/друзей/студентов/etc. Расскажите о своём опыте.

Литература: [21 – Гл.3], [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3].

Тема 19. Роль редактора в PR и маркетинге СМИ.

Термины: PR, маркетинг, реклама, продвижение онлайн, рынок, целевая аудитория, ситуативный маркетинг, СММ, метрика, просмотры, лайки, кликбейт, подписчики, реакции в соцсетях.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Какие стратегии продвижения вы считаете самыми продуктивными для СМИ? Обоснуйте ответ, приведите примеры.
 - Чёрный пиар для СМИ — тоже пиар? Обоснуйте ответ.
 - Что может стать визитной карточкой СМИ? Поберите примеры узнаваемых приёмов и опишите, как они влияют на узнаваемость и популярность СМИ.
 - Какую рекламу вы считаете самой эффективной для СМИ? Обоснуйте ответ.

Литература: [17 – Гл.3], [8-С.36-56], [16]

Тема 20. Информационные технологии в работе редактора: сервисы, спец. программы.

Термины: приложение, программа, сервис, облачное хранилище, текстовый редактор, мониторинг СМИ, ИИ/искусственный интеллект.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Как вы считаете, сможет ли искусственный интеллект заменить редактора? Обоснуйте ответ.
 - Расскажите о своём опыте использования ИИ в работе/учёбе, если у вас такой есть. Покажите результат вашего взаимодействия, проанализируйте и оцените свой опыт.
 - Составьте топ специальных компьютерных программ, сервисов и приложений, которые вы считаете нужными и удобными для редактора. Охарактеризуйте каждый элемент списка, расскажите о его преимуществах, недостатках, поделитесь опытом взаимодействия с продуктом.
 - Как информационные технологии влияют на работу редактора сегодня? Редактор сегодня — всё ещё «чистый гуманитарий» или уже немного технарь?

Литература: [25]

Тема 21. Редактор как публичная персона. Имидж, взаимодействие с обществом, бизнесом и государством. Точки карьерного роста.

Термины: публичная персона, имидж, самовыражение, самопредъявление, представительские функции, вертикальный тип карьеры, горизонтальный тип карьеры.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Портрет редактора: каким он должен быть и как ему следует вести себя на публике? Подберите примеры и иллюстрации для своих суждений.
 - Где заканчивается личное и начинается профессиональное самопредъявление редактора?
 - Редактор, с которого я беру пример (анализ публичного образа, рассуждения, личные впечатления).
 - Редактор, который не на виду. Что должен учесть при самопрезентации не главный редактор, а рядовой?
 - По горизонтали или по вертикали: какой тип карьеры кажется вам наиболее интересным, почему? Для каких целей подходит каждый из типов?

Литература: [17 – Гл.10; 18], [8-С.215-240], [4-С.67-89; 8-С.185-189].

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада, презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к экзамену.

7.1 ИЗУЧИТЬ ОСНОВНУЮ И ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЛИТЕРАТУРУ ПО ТЕМАМ:

РАЗДЕЛ I. РЕДАКТОР КАК ПРОФЕССИЯ (I КУРС II СЕМЕСТР)

Тема 1. Редактор как структурная единица в медиа. Необходимые для работы редактором профессиональные и личные качества.

Литература: [17 – Гл.5.4].

Тема 2. История редакторского дела. Эволюция профессии.

Литература: [17 – Гл.5.4].

Тема 3. Аналитика процессов в современных медиа. Роль редактора в различных СМИ, общие цели и задачи редакторской работы.

Литература: [9 – Гл. 2.1-2.3; 12 – Гл. 11], [20 – Гл.2].

Тема 4. Виды редакторской деятельности. Типы редакторов в медиа. Общие цели и задачи их деятельности.

Литература: [5 – С.22-33; 12 – Гл. 2], [12 – Гл.10].

Тема 5. Выпускающий редактор/редактор новостей. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Литература: [8-С.123-127]

Тема 6. Бильд-редактор. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Литература: [9 – Гл. 2.4; 12 – Гл.11]

Тема 7. Редактор на радио. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента.

Зоны ответственности.

Литература: [16], [8]

Тема 8. Редактор телевизионных программ. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Литература: [16], [8]

Тема 9. СММ-редактор в СМИ, редактор корпоративных медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Литература: [12 – Гл.8]

Тема 10. Редактор в медиа нового типа.

Литература: [14 – С. 9-28], [8].

РАЗДЕЛ II. ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР (II КУРС III СЕМЕСТР)

Тема 11. Главный редактор в медиа. Функции, связанные с подготовкой и выпуском контента. Зоны ответственности.

Литература: [17 – Гл.3 [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3]

Тема 12. Редакторское дело: фактчекинг, правка, корректура.

Литература: [20 – Гл.2]

Тема 13. Работа с авторами. Формулировка ТЗ, создание авторского пула в редакции и за её пределами. Ответственность редактора перед автором.

Литература: [9 – Гл. 2.4; 12 – Гл.11]

Тема 14. Кадровый менеджмент. Формирование и управление редакцией.

Литература: [8].

Тема 15. Экономика СМИ, экономика впечатлений.

Литература: [8-С.36-56], [16], [11-С.111-127], [3-Гл.3.2]

РАЗДЕЛ III. Редактор в современной медиасфере (II КУРС IV СЕМЕСТР)

Тема 16. Этика в работе редактора.

Литература: [17 – Гл.10; 18], [37].

Тема 17. Правовые аспекты работы редактора. Зона правовой ответственности.

Литература: [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3], [31], [32].

Тема 18. Современные тренды развития СМИ: как редактору адаптировать работу к разным условиям и условностям. Цензура в СМИ.

Литература: [21 – Гл.3], [17 – Гл.5.1, 5.2, 5.3].

Тема 19. Роль редактора в PR и маркетинге СМИ.

Литература: [17 – Гл.3], [8-С.36-56], [16]

Тема 20. Информационные технологии в работе редактора: сервисы, спец. программы.

Литература: [25]

Тема 21. Редактор как публичная персона. Имидж, взаимодействие с обществом, бизнесом и государством. Точки карьерного роста.

Литература: [17 – Гл.10; 18], [8-С.215-240], [4-С.67-89; 8-С.185-189].

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ (I КУРС II СЕМЕСТР)

1. Базовые характеристики работы редактора в современных СМИ.
2. Работа редактора в печатных СМИ: функции, зона ответственности.
3. Особенности редактирования телепрограмм.
4. Радио и подкастинг: особенности работы редактора.
5. Особенности новостной журналистики. Редактирование информационных программ.
6. Работа бильд-редактора: специфика, функции, место в производственном процессе.
7. Работа редактора на подготовительном этапе.
8. Редакторский анализ и правка текста. Проверка фактического материала.
9. Жанровая и стилевая специфика медиатекста. Виды правки.
10. Особенности редакторского чтения. Виды редакторской правки.
11. Базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса. Круг обязанностей редактора.
12. Работа с участниками съёмочной группы при производстве медиапродукта. Цифровая этика. Актуальность в работе журналиста: темы и проблематика публикаций. Виды актуальности.
13. Методы сбора информации, её проверки и анализа. Понятия «факт» и «новость».
14. Календарно-тематическое планирование в работе редактора.
15. Современные методы редакторской работы. Работа редактора над композицией текста. Рубрикация.

8.2 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ (II КУРС III СЕМЕСТР)

1. Правовые нормы, регулирующие работу СМИ.
2. Характеристика работы главного редактора, его функции.
3. Общие принципы профессиональной этики журналиста. Отечественные и международные документы по журналистской этике.
4. Понятие «аудитория СМИ» и методы ее изучения.
5. Экономические основы деятельности СМИ. Экономика впечатлений.
6. Сетевая журналистика: организация работы конвергентной редакции.
7. Понятие «медиакит», его содержание и функции.
8. Работа редактора корпоративных медиа. Типы корпоративных СМИ.
9. Современные тренды развития СМИ, конъюнктура в работе редактора.
10. Технология продвижения публикаций СМИ. Основы медиаменеджмента, цели и задачи.
11. Свобода слова и цензура. Виды цензуры.
12. Этапы производства и продвижения медиапроекта, сотрудничество с техническими службами.
13. Лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности журналиста.
14. Актуальность в работе журналиста: темы и проблематика публикаций. Виды актуальности.

15. Методика и принципы создания заголовка. Работа над заголовочным комплексом.

8.3 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (II КУРС IV СЕМЕСТР)

1. Базовые характеристики работы редактора в современных СМИ.
2. Характеристика работы главного редактора, его функции.
3. Правовые нормы, регулирующие работу СМИ.
4. Общие принципы профессиональной этики журналиста. Отечественные и международные документы по журналистской этике.
5. Понятие «аудитория СМИ» и методы ее изучения.
6. Экономические основы деятельности СМИ. Экономика впечатлений.
7. Работа редактора в печатных СМИ: функции, зона ответственности.
8. Особенности редактирования телепрограмм.
9. Радио и подкастинг: особенности работы редактора.
10. Сетевая журналистика: организация работы конвергентной редакции.
11. Особенности новостной журналистики. Редактирование информационных программ.
12. Работа бильд-редактора: специфика, функции, место в производственном процессе.
13. Жанровая и стилевая специфика медиатекста. Виды правки.
14. Работа редактора на подготовительном этапе.
15. Редакторский анализ и правка текста. Проверка фактического материала.
16. Особенности редакторского чтения. Виды редакторской правки.
17. Понятие «медиакит», его содержание и функции.
18. Работа редактора корпоративных медиа. Типы корпоративных СМИ.
19. Современные тренды развития СМИ, конъюнктура в работе редактора.
20. Базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса. Круг обязанностей редактора.
21. Технология продвижения публикаций СМИ. Основы медиаменеджмента, цели и задачи.
22. Свобода слова и цензура. Виды цензуры.
23. Работа с участниками съёмочной группы при производстве медиапродукта. Цифровая этика.
24. Современные методы редакторской работы. Работа редактора над композицией текста. Рубрикация.
25. Методика и принципы создания заголовка. Работа над заголовочным комплексом.
26. Лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности журналиста.
27. Актуальность в работе журналиста: темы и проблематика публикаций. Виды актуальности.
28. Методы сбора информации, её проверки и анализа. Понятия «факт» и «новость».
29. Календарно-тематическое планирование в работе редактора.
30. Этапы производства и продвижения медиапроекта, сотрудничество с техническими службами.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой, а также непосредственно в подготовке журналистских материалов для проектов Академии Матусовского: официального сайта, газеты «Камертон», видеопроектов Студии студенческого телевидения.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. Также внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: созданию и совместному анализу журналистских материалов разных жанров.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач по анализу и моделированию разрешения конфликтов на различных стадиях и в различных ситуациях.
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. Демонстрирует слабое понимание значения и сути конфликта в социальных отношениях, затрудняется при выборе стратегий урегулирования конфликтов.
Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	Студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала, свободно выполняет предусмотренные программой задания; если он усвоил основную и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной в программе; проявляет творческие способности в интерпретации учебного материала, свободно владеет специальной терминологией;
Хорошо (4)	Студент обнаруживает хорошее знание учебно-программного материала, успешно выполняет предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу по курсу, без затруднений излагает материал в устной речи, владеет специальной терминологией
Удовлетворительно (3)	Студент обнаруживает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы в вузе; справляется с выполнением предусмотренных программой заданий; знаком с основной литературой, рекомендованной программой; с незначительными затруднениями устно излагает материал. Оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим ошибки в ответе на зачете и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их исправления под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (2)	Студент обнаружил пробелы в знаниях основного программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, затрудняется в устном изложении материала, не владеет специальной (по данной дисциплине) и плохо владеет общенаучной терминологией.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Борецкий, Р. А. Беседы от истории телевидения / Р. А. Борецкий. — М. : Икар. — 2011. — 178 с.
2. Вакурова, Н. В. Типология жанров современной экранной продукции: учеб. пособие / Н. В. Вакура, Л. И. Московкин. — М. : 1997. — 56 с.
3. Васильева, Л. А. Делаем новости! : учебное пособие / Л. А. Васильева. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 190 с.
4. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей / К. Гаврилова. — СПб. : Амфора, 2007. — 112 с.
5. Григорян, М. Пособие по журналистике / М. Григорян. — М. : Права человека, 2007. — 192 с
6. Егоров, В. В. Телевидение: страницы истории / В. В. Егоров. — М. : Аспект Пресс, 2007. — 202 с.
7. Ермилов А. Живой репортаж: профессиональные советы тележурналисту / А. Ермилов. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 112 с.
8. Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста : учеб. пособ. / Н. В. Зверева. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 320 с.
9. Ким, М. Н.. Основы творческой деятельности журналиста: учебник / М. Н. Ким. — СПб.: Питер, 2011. — 400 с.
10. Князев, А. Журналистика конфликта. Семинар повышения квалификации журналистов, работающих по освещению региональных и локальных конфликтов : пособие / А. Князев. — Казахстан : Бишкек, 2011. — 50 с
11. Князев, А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учеб. пособие / А. Князев. - Казахстан : Бишкек, 2011. — 50 с.
12. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика : учеб. пособие / А. В. Колесниченко. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. — 192 с.
13. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие / Г. В. Кузнецов. - М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2004. — 143 с.
14. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учеб. пособ. / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — М. : Юнити-Дана, 2005. — 383 с.
15. Маккаллах, К. В. Новости на TV / К. В. Маккаллах. — 2-е изд., испр. — М. : Мир, 2004. — 285 с.
16. Орлова, В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. В. Орлова. — М. : РИП-Холдинг, 2003. — 126 с.
17. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики : учебник / Е. П. Прохоров. — изд. 8-е, испр. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 351 с
18. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособ. / Г. В. Лазутина. — М. : Аспект Пресс, 2000. — 135 с.
19. Телевизионная журналистика / ред. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — М. : Высшая школа. — 2002. — 304 с.
20. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 320 с
21. Федотов М. А. Правовые основы журналистики : учебник / М. А. Федотов. — М. : Владос, 2002. — 432 с.

Дополнительная литература:

23. Акинфиев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения / С. Н. Акинфиев. – М., 2008.
24. Варганов, А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках : учеб. пособие / А. Варганов ; РАН, Гос. ин-т искусствознания. — М. : Высшая школа, 2003. — 319 с.
25. Журналистика в условиях конфликта. Передовой опыт и рекомендации : пособ. с рекомендациями для раб. СМИ. – К. : Компания ВАИТЭ, 2016. – 118 с.
26. Как новые медиа изменили журналистику. 2016 - 2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург : Гуманит. ун-т, 2016. — 304 с.
27. Миташева, М. С. Сторителлинг как технологическая основа журналистики (опыт теоретической аргументации) / М. С. Миташева, В. С. Варкин // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 2. – С. 637–641.
28. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики / А. Рихтер. – М. :Изд-во Московского ун-та, 2002.
29. Универсальная журналистика / под. ред. Л. П. Шестеркиной. – М. : Аспект-пресс, 2016.
30. Уразова, С. Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения : автореф. дис. канд. филол. наук / С. Л. Уразова. - М., 2008.

Интернет-ресурсы:

31. Дашевская, И. Масс Медиа. Программирование на ТВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovaniye-naty>
32. Закон ЛНР «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glava-lnr.info/sites/default/files/documents/pdf/zakon-ob-obespechenii-dostupa-k-informacii-o-deyatelnosti-gosudarstvennykh-organov-i-organov-mestnogo-samoupravleniya.pdf>
33. Закон ЛНР «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: -- <https://mslnr.su/689-zakon-lnr-ot-17112014-37-i-o-sredstvah-massovoy-informacii-s-izmeneniyami.html>
34. Медиа и выборы: тонкости освещения предвыборных кампаний в СМИ) : Выдержки из доклада Венецианской комиссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://detector.media/infospace/article/139687/2018-07-27-media-i-vybory-tonkosti-osveshcheniya-predvybornykh-kampanii-v-smi/>
35. Пронина, Е. Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы. Человек как субъект и объект медиапсихологии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/article/6221696/>
36. Текутьева, И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>
37. Тertychnyy, А. А. Аналитический инструментарий журналиста [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-prensa/3-tertishnii.html>
38. Этические принципы профессионального поведения журналистов, освещающих акты терроризма и контртеррористические операции [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/760-eticheskie-printsipy-professionalnogo-povedeniya-zhurnalistov-osveshchayushchikh-akty-terrorizma-i-kontrterroristicheskie-operatsii>

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска) и информационные технологии и программное обеспечение.

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки Академии Матусовского. Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.