

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/64340>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Журналистика

СОДЕРЖАНИЕ

РЕФЕРАТ 3

ABSTRACT 5

ВВЕДЕНИЕ 7

ГЛАВА 1. УТРЕННЕЕ ВЕЩАНИЕ НА РАДИОСТАНЦИИ 10

1.1. Утреннее вещание на радио: исторический аспект 10

1.2. Жанрово-тематические и структурно-композиционные особенности утреннего радиовещания 16

1.3. Классификация утреннего эфира на радио 22

1.4. Требования к работе радиоведущих в утреннем эфире 24

Выводы по первой главе 26

ГЛАВА 2. ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ УТРЕННИХ ПРОГРАММ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ 27

2.1. Типологические особенности формата morningshow 27

2.2. Классификация программ утреннего вещания на телевидении 30

2.3. Основные этапы и современные тенденции производства утренних телепрограмм 33

Выводы по второй главе 37

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ УТРЕННЕГО ВЕЩАНИЯ НА РАДИО И В ТЕЛЕЭФИРЕ 38

3.1. Анализ утреннего вещания на радио 38

3.2. Анализ утреннего вещания на телевидении 41

Выводы по третьей главе 53

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 54

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 57

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования, которая рассматривается в данной дипломной работе, заключается в том, что современный мир наполнен медиаресурсами, среди которых телевидение и радио постепенно отходят на второй план, вытесняемые интернетом.

Тем не менее, остаются люди, которые продолжают смотреть телевизор, чаще всего это взрослое и пожилое поколение, которое не привыкло к возможностям глобальной сети и живет «по старинке».

Многие люди, просыпаясь по утрам, хотят узнать последние новости, послушать хорошую музыку или посмотреть фильм, чтобы позитивно настроиться на предстоящий день. Для этого они включают радио или телевизор, которые предлагают своей целевой аудитории различные варианты построения утренних каналов.

Надо отметить, что во многом успех того или иного радио- или телеканала зависит от того, какие программы они встраивают в утреннюю сетку.

Зачастую случается такая ситуация, что малоизвестные местные или региональные каналы, не изучая должным образом медиамаркетинга, пытаются уместить в утреннюю программу все, что не может быть интересно зрителям или слушателям в прайм-тайм.

Это является глобальной ошибкой, т.к. таким образом, они фактически «отпугивают» от себя уже сложившуюся или потенциальную постоянную целевую аудиторию, т.е. теряют слушателей и зрителей.

Степень изученности проблемы. Надо отметить, что проблема структурирования радио- и телевизионных программ достаточно широко изучена в современной научной литературе.

Однако существует выраженная проблема фактического отсутствия специальной научной литературы, посвященной проблеме изучения специфики организации утренних радио- и телевизионных каналов, что приводит к тому, что данная отрасль вещания практически не изучена, а, значит, не может должным образом развиваться и совершенствоваться.

Цель исследования – проанализировать принципы и проблемы организации утреннего канала на радио и

телевидении.

Объект исследования – утренний канал на радио и телевидении.

Предмет исследования – принципы и проблемы организации утреннего канала на радио и телевидении.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить ряд последовательных теоретических и практических задач исследования:

1. Выявить исторические аспекты утреннего вещания на радио.
2. Определить жанрово-тематические и структурно-композиционные особенности утреннего радиовещания.
3. Привести классификацию утреннего эфира на радио.
4. Изучить типологические особенности формата morningshow.
5. Дать классификацию программ утреннего вещания на телевидении.
6. Охарактеризовать основные этапы и современные тенденции производства утренних телепрограмм.
7. Провести анализ утреннего вещания на радио.
8. Проанализировать утреннее вещание на телевидении.

Методы исследования: анализ научной литературы, описательный, сравнительный, синтез, классификация, историографический, хронологический, SWOT-анализ, моделирование, проектирование, контент-анализ.

Теоретическая значимость исследования связана с тем, что в дипломной работе собраны теоретические материалы, которые посвящены проблеме организации утреннего канала на радио и телевидении.

Полученные данные можно использовать для продолжения исследований в этой сфере.

Практическая значимость исследования обусловлена выработкой единого алгоритма исследования и оценки качества организации утреннего канала на радио и телевидении, что позволит совершенствовать работу радио- и телеканалов в данном направлении. Материалы исследования также могут быть использованы во время дальнейших научных разработок, преподавания курсов, связанных с телевизионным творчеством, при написании курсовых и дипломных работ.

База исследования: телевизионная программа «Утро России», а также радиопрограмма «Экивокишоу».

Структура исследования. Цели и задачи обусловили и структуру дипломной работы, которая состоит из рефератов, введения, трех глав, заключения и приложений.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

В первой главе речь идет об истории развития утренних программ на радио, классификации, жанрово-тематических и структурно-композиционных особенностях утреннего радиовещания, а также требованиях к работе радиоведущих. Во второй главе рассказывается о характерных особенностях утренних телепередач, а также о процессе производства утренних телепередач и развитии статус-кво.

В третьей главе анализируются телевизионная программа «Утро России», а также радиопрограмма «Экивокишоу».

ГЛАВА 1. УТРЕННЕЕ ВЕЩАНИЕ НА РАДИОСТАНЦИИ

1.1. Утреннее вещание на радио: исторический аспект

Эфирное вещание на радио представляет собой технологию передачи аудиосигнала при помощи радиоволн. Осуществляется это для большой аудитории на больших территориальных пространствах. Каждый из нас, слушая музыку или последние известия, не задумывается о том, откуда вся эта информация поступает к нам. Как осуществляется ее перенос и прием? Каковы основы радиовещания? Конечно, мы знаем, что существует «АМ» и «ЧМ» (FM) диапазоны частот, радиосигналы переносятся при помощи радиоволн, для их приема обязательно наличие антенны и специального приемника. Последний как раз и превращает переносимые радиоволны в звук [20].

Сами эти волны были открыты в историческом масштабе сравнительно недавно (порядка ста лет тому назад). Возникновение отдельных средств массовой коммуникации осуществлялось при взаимодействии двух основных процессов: социального (расширение и усложнение информационных потребностей самого общества) и научно-технического (освоение новых методов передачи данных массовой аудитории).

Еще в 19 веке английский исследователь Фарадей высказал догадку о том, что электромагнитные волны способны распространяться с большой скоростью на длинные расстояния. Отсюда вытекал простой вывод, что такие взаимодействия либо поля способны существовать независимо от источника своего возникновения [5].

Так было положено открытие электромагнитных волн. Но все это не было опубликовано, а запечатано в конверте, который Фарадей передал в Королевское Общество с просьбой открыть лишь спустя 100 лет.

Таким образом, мы смогли узнать о его открытии лишь в 1930 году. За это время, конечно, было много открытий от Тесла, Лоджа, Лебедева, Герца, Максвелла, но только нашему Попову удалось намного больше, чем просто создать чувствительный приемник электромагнитных колебаний. В 1895 году он на практике продемонстрировал способность таких колебаний передавать сигнал. Именно эта дата и считается днем рождения радио.

Первая радиовещательная передача была проведена в 1906 году профессором Фессенденом. Она была музыкальной. На той радиостанции применялся генератор незатухающих колебаний с частотой 50 кГц и мощностью 60 кВт. Сама антенна была подвешена на специальной мачте, высотой в 128 метров. Тот передатчик обладал довольно хорошими параметрами. Однако тогда еще не было изобретено радиоламп, поэтому приемники были детекторного типа [16].

Фиксированности сообщения на самом радио нет. Этим и характеризуются особенности радиовещания. Такая передача информации предназначается для ее однократного восприятия, когда она появляется в прямом эфире. Это вовсе не схоже с условиями восприятия данных при напечатанном тексте.

Доставка аудиоматериала конечному адресату заложена в самих технических особенностях радио: от коммуникатора к непосредственному потребителю в любую точку пространства и в любое время, без посредников. Это гарантирует радиовещанию самую высокую оперативность средств массовой информации и охват максимальной потенциальной аудитории. Надежность доставки такого сообщения определяется [32]:

- характеристиками самого приемника;
- мощностью передатчика;
- частотой вещания;
- наличием наземных либо спутниковых ретрансляторов;
- расположением передающей антенны.

В диапазоне коротких, средних и длинных частот несущий сигнал может распространяться по-разному. Надежность доставки связана и с оборудованием для вещания. Опираясь на существующие мировые стандарты, вещание осуществляется в масштабах общегосударственных каналов при помощи радиостанций, обладающих высокой мощностью в среднем и длинноволновом диапазоне частот [11].

Именно эти диапазоны гарантируют качественное и эффективное распространение радиоволн, которые легко огибают кривизну нашей земной поверхности, а также распространяются на очень большие расстояния.

Для улучшения качества приема сигнала и увеличения проникающей способности комплекс наземных и спутниковых ретрансляторов может дублироваться в ряде мест.

Сам УВК-диапазон исторически был поделен. Наша отечественная аппаратура работала на нижней его части, а европейская – на верхнем пределе. На УВК-частотах начали вещание такие известные радиостанции, как «М-радио» и «Европа Плюс» [6].

FM-вещание появилось в России только в 90-х годах прошлого века. И тогда на него начали переходить многие радиостанции. Тогда все отечественное оборудование было заменено на импортное, которое могло работать во всем диапазоне УВК-FM.

Частотная модуляция представляет собой вид аналоговой модуляции. Тут информационный сигнал управляется при помощи самой частоты несущего колебания с постоянной амплитудой. Высокое качество аудиосигнала тут обусловлено применением большего давления, а в самих приемниках применяются специальные ограничители амплитуды радиосигнала. Таким образом, удастся уйти от импульсных помех. Однако сегодня огромной популярностью пользуются цифровые частоты радиовещания. Это совершенно новая технология, основанная на преобразовании исходного аналогового сигнала в цифровой формат. Данный метод гарантирует полное отсутствие шумов, свиста и помех. За рубежом такое радиовещание внедрено практически на все 100 процентов. В нашей же стране переход на цифру происходит, но не такими стремительными темпами. Многие радиочастоты вещания в Москве по-прежнему остаются аналоговыми. Относится это и к другим регионам России.

Выбор формата вещания влияет на все участки самой радиостанции. Тут все зависит от следующих основных параметров [17]:

- работы самого ведущего;
- формата музыки;
- звучания радиостанции;
- новостей;
- рекламы;

- технического оснащения студии и многого другого.

В нынешнее время большинство радиостанций стараются увеличить количество играемых композиций. Это позволяет держать всех своих слушателей в состоянии душевного подъема, привлекая тем самым больше внимания к своей радиостанции. Эффективным инструментом становится и реклама, которая периодически и ненавязчиво там звучит.

Каждая радиостанция использует свою частоту. Таким образом, удается исключить помехи. В УКВ-диапазоне радиочастоты вещания в России находятся в пределе от 87,5 до 108 МГц. В АМ – от 144 до 26100 КГц. Однако большинство радиостанций используют частотную модуляцию FM [14].

Тот факт, что в медиа сфере работает особая – творческая каста людей, к сожалению, никак не отменяет правила «продуктивности сотрудника», и даже при безмерной любви и плотно сложившейся личной дружбе, творческий состав нужно также возвращать свежими силами.

Утренний прайм-тайм на радио часто сравнивают с вечерним праймом на ТВ. Опыт показывает, что, как и в телевизионном формате, так и в радиийном, временной фрагмент пикового слушания, по сути, является определяющим для радиостанции, – в буквальном смысле это означает, останется ли слушатель на конкретной волне весь день или нет.

Плюс, тот факт, что проснувшись утром, мы не особо расположены к полноценному восприятию информации (визуальной и аудио), – радио в данном случае имеет огромное преимущество как раз из-за отсутствия «картинки», и использовать грамотно утреннее время радиостанции, ориентированные на успех, просто обязаны [5].

На практике эта задача уместается в три слова – создать утреннее шоу. Собственно, речь как раз и пойдет о том, – как правильно использовать утренний прайм-тайм на радио и создать популярное утреннее шоу.

Представим себе обыденную картину: человек просыпается, готовит себе завтрак, принимает душ, собирается на работу, в общем, вливается в новый день. Для человека имеет смысл полное понимание его потребностей и привычная отдача от тех вещей, которые его окружают. То есть, в банальном смысле – вода должна быть горячей, кофе тоже, а звуки из радиоприемника располагающими к пробуждению, ведь многим из нас (если точнее каждому четвертому украинцу) утром необходим помощник, «включающий мозг», которым и является радио.

То есть, все, что звучит на радиостанции утром должно иметь утреннюю философию подачи – ненавязчивую и информативно-поступательную эмоцию. Следовательно, вся структура утреннего шоу должна быть выстроена на возрастание универсальной реакции слушателя, на происходящее [21].

Не надо далеко ходить, чтобы понять, кто слушает конкретную радиостанцию утром, – это тот же слушатель, портрет которого мы так тщательно проработали при создании радиостанции. С одной лишь малюсенькой поправочкой – он только что проснулся и, вероятнее всего, предпочел бы спать дальше.

Утреннее шоу должно его переубедить, если хотите, что этим днем его ждет много всего интересного и пора «вершить большие дела». Как это сделать в буквальном смысле – самый главный вопрос для создателей утреннего шоу на радио.

И чтобы ответить на него – нужно понять несколько базовых вещей: во-первых, утром слушатель, зачастую, совершает обряд привычного поведения, то есть, информация, которая звучит из приемника, должна быть ментально сопряжена с этой особенностью [1].

Во-вторых, слушатель располагает определенным отрезком времени до того, как переключиться на свои личные или рабочие дела, посему, структура утреннего шоу должна помочь ему ориентироваться в этом графике в том числе и по информационным блокам, которые он слышит. То есть, если он услышал новости, значит, пора завязывать шнурки на ботинках и выходить из дому.

Наконец, в-третьих, даже проснувшись «не с той ноги», слушатель должен переключиться с этих мыслей на более позитивные – здесь важен фактор развлекательной составляющей утреннего шоу. Вся информационная сетка должна быть настроена на поступательность эмоций, о чем я уже упомянул выше.

Поскольку основной элемент радиостанции – это музыка, в утреннем шоу она должна взять на себя главный эмоциональный тон. В тоже время, ведущие шоу должны быть связующими между возникающими эмоциями от музыки, и не перегружать слушателя лишней «болтовней» [6].

Скорее наоборот, все, что говорят ведущие, выстраивает правильное восприятие этих чувств и подталкивает к банальной человеческой любопытности «а что же будет дальше?». Необходимо обратить внимание еще на одну особенность – оптимальный вещательный шаг, который наиболее целостно воспринимает человеческий мозг – 15 минут. То есть, важно сбалансировать музыку и информацию ведущих именно в этом промежутке.

Есть один момент, который, на наш взгляд, дает правильный вектор новостям в утреннем шоу, это так

называемый «фактор ожидания». Он базируется на той простой человеческой особенности: человеку важно знать, что его ждет сегодня: от погоды до ключевых политически и социальных вопросов.

То есть, если дневные или вечерние новости идут под знаком «что еще случилось», то утренние под вопросом «чего стоит ожидать». Таким образом, новости в утреннем шоу должны быть более обобщенными, недели конкретизированными, конечно, учитывая текущую ситуацию [8].

Как уже отмечалось, принцип построения рубрик должны, также соблюдать шаг 15-минутки. Плюс, рубрикатор должен быть выстроен с тем таким поступательным эмоциональным фактором. Если схематично определить последовательность рубрик, то, на наш взгляд, стоит соблюдать принцип: заставить улыбнуться, развлечь, создать настроение, вызвать интерес.

Акцент – на последнем моменте – вызвать интерес. То есть, то, что слушатель слышит должно вызывать интерес не просто дослушать рубрику, отрезок или утреннее шоу целиком, а дать основания остаться на этой волне и дальше. Фактически, утреннее шоу должно сыграть на том же любопытстве и стать аргументом «за» в пользу выбора конкретной радиостанции.

Радиотренд «персонализации» радиостанции, о котором речь шла выше, актуален для утренних шоу вдвойне.

Во-первых, слушатель доверяет не какой-то виртуальной субстанции, а тому голосу, который он слышит [10].

Во-вторых, он привыкает слышать один и тот же голос.

В-третьих, этот голос должен у него вызывать фактор авторитетного мнения.

Следовательно, персона ведущего утреннего шоу должна отвечать ожиданиям аудитории: от внешнего вида до чувства юмора. Не суть важно количество ведущих, хотя практика показывает, что аудитория оптимально воспринимает не более 4-х ведущих, – более приоритетным акцентом является взаимодействие, то есть, сопоставимость этих персонажей по характерам.

И чем они собирательнее, противоставимее, харизматичнее, – тем интереснее слушателю следить за эмоциональной волной разговора. Напоследок хочу сказать, что все вышеизложенное не является прямым и нерушимым руководством к созданию утреннего шоу, это попытка поделиться опытом и, для особо дерзких энтузиастов, – возможность превзойти себя и дать волю фантазии. Дерзайте, ведь как сказал известный актер Роберт Дениро: «Кто не рискует, не узнает своего призвания» [4].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения. Диссертация. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/230>. Дата доступа: 23.05.2016
2. Багиров, Э.Г. Основы телевизионной журналистики: учеб пособие. / Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во Московского университета, 1987.
3. Бубукин, А. Чтобы утро было добрым / А. Бубукин. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mediaprofi-online.ru>. Дата доступа: 18.05.2018
4. Бубукин, А.В. Эфирные тайны / А.В. Бубукин. Новосиб.: FM-реклама, 2003-148с.
5. Булацкий, В.Г. [Основы белорусской радиожурналистики] В.Г. Булацкий, А.А. Плавник, В.Н. Шеин, Д.Л. Яконюк. – Минск: БГУ, 2006
6. Вакурова, Н.В. Типология жанров современной экранной продукции: учеб. пособие. – Москва, 1997 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/08.htm>.
7. Вартаков А.С. Российское телевидение на рубеже веков проблемы, программы, лица. – М.: Книжный дом [Университет], 2009
8. Григорян, М. Пособие по журналистике. / М. Григорян. – М.: [Права человека], 2007. – 192с.
9. Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим / В.В. Егоров. – М.: Воскресенье, 1999
10. Егоскина, В. А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. – 2017.– № 2 (12).–С. 61-68.
11. Зверев А. Как создать хорошую команду в утреннем шоу? [Электронный ресурс] / Режим доступа: AirPersonalities.ru
12. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистике: как это делается: учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб.: С.-

- Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с. Кемарская Н.И. Формат как способ позиционирования программы / М.: Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, №6, 2010
13. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2011
14. Кривоносов, А.Д. Речевые компоненты формирования имиджа радиоведущего (к постановке проблемы) [Текст]: А.Д. Кривоносов // СМИ в современном мире.-тез. докл. СПб, 2009, с. 200
15. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учебное пособие. -М.: Логос. 2015. – 487 с
16. Кузнецов, Г.В. Телевизионная журналистика /Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во Московского университета, Изд-во «Высшая школа», 2002
17. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие для вузов. / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001 [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text6/39.htm>. – Дата доступа: 12.04.2016.
18. Лапина-Кратсук, Е. Особенности новых медиа / Е. Лапина-Кратсук [Электронный ресурс].- 21.01.2015.- Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/38005>.
19. Лейтес Л.С. Развитие техники ТВ-вещания в России: справочник, – М.: ИД «Святогор», 2005. – 224 с.
20. Макеенко, М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. / М.И. Макеенко. – М.: Изд-во Московского университета, 2010
21. Мастерство эфирного выступления : учеб, пособие / Б. Д. Гаймакова, С.К. Макарова, В. И. Новикова, М.П. Оссовская. – М. :Аспект Пресс, 2004
22. Мельник Г.С. Профессиональное общение в журналистике [Текст]: учебное пособие/ Г.С. Мельник, СПб.: роза мира, 2009. – 206 с.
23. Мельникова, Л.И. Основы белорусской тележурналистики: учеб.-метод. пособие /Л.И. Мельникова, А.А. Плавник. – Минск: БГУ, 2011
24. Меникона М.А. Форматы и жанры как категория телевизионной морфологии / Екатеринбург, Вестник НГУ. Том 10. Выпуск 6: Журналистика, 2011
25. Новикова, И. Современное развлекательное телевидение в контексте общественных дискуссий / И. Новиков // ВМУ. Сер. 4. Журналистика –2009.-№4.-С. 109- 123.
26. Попова С. Утренний телекоктейль / С. Попова // Медиапрофи. – 2010. -№10
27. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д Рэндалл [Электронный ресурс]. – СПб: Национальный Институт прессы, 2000. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm> -Дата доступа: 16.04.2016
28. Саенкова, Л.П. Массовая культура: эволюция зрелищных форм [Текст] / Л.П. Саенкова. – Минск: БГУ, 2003. – 123 с.
29. Смирнов, В.В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм /В.В. Смирнов, – М., 2002. – 203 с.
30. Сухарева, В.А. Радио: музыкальное, новостное, общественное / В.А Сухарева, АА. Аллахвердзаа М.: Фонд независимого радиовещания 2001.-224с.
31. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы // Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.farmeru.ru/spechat/activities/reports/2013/tv_in_Russia.html. – Дата доступа: 14.04.2016
32. Телевизионная журналистика: учебник. 5-е изд., перераб. и доп./редкол.: ГВ. Кузнецов, В.Л. Цик, АЯ. Юровский. – М.: Изд-во Моск. Ун-та Наука, 2005. – (Классический университетский учебник)
33. Телерадиоэфир: История и современность / Под. ред, я. н Засурского. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 239 с
34. Утренний эфир на телевидении: от зарождения до наших дней и Телеконтекст: сборник фактов о телевидении [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://телеконтекст.ptps.pf/products/item232.php>.-Дата доступа:
35. Утро столицы 2 года в эфире! // Столичное телевидение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cty.by/новости/два-года-в-эфире>.- Дата доступа: 25.04.2016
36. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика. Учебное пособие. -М, 2004
37. Юровский А. Телевидение – поиски и решения. – М., 1983

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/64340>