

85
П 18

Т.Н. Парсаданова

ПРОДЮСЕРСТВО

ТЕЛЕПРОДЮСЕРСТВО

Современные
аспекты



ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНЕМАТОГРАФИИ имени С.А. Герасимова (ВГИК)

Т.Н. Парсаданова

Телепродюсерство

Современные аспекты

*Рекомендовано Учебно-методическим центром
«Профессиональный учебник» в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений, обучающихся
по специальности 07.43.01 «Продюсерство»*

*Рекомендовано Научно-исследовательским институтом
образования и науки в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений, обучающихся
по специальности 07.43.01 «Продюсерство»*



Москва 2016

УДК 791.4.075(075.8)

ББК 85.382я73-1

П18

кандидат экономических наук, профессор *В.И. Сидоренко*
(заведующий кафедрой продюсерского мастерства Всероссийского
государственного института кинематографии им. С.А. Герасимова)
кандидат искусствоведения *Ю.М. Литовчина*
(ректор Гуманитарного института телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина,
академик Международной академии телевидения и радио (IATR))

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Оформление обложки художника *А.Б. Коноплева*

Парсаданова, Татьяна Николаевна.

П18 Телепродюсерство. Современные аспекты: учеб. пособие
для студентов вузов, обучающихся по специальности
«Продюсерство» / Т.Н. Парсаданова. — М.: ЮНИТИ-
ДАНА, 2016. — 231 с. — (Серия «Продюсерство»),

ISBN 978-5-238-02860-6

Агентство СІР РГБ

Профессия продюсера сочетает в себе творческие, финансовые и административные функции. Создание телепроекта — плод совместного труда большой команды. Но именно продюсер отвечает как за профессиональное воплощение, так и за то, какое воздействие телепроект окажет на телеаудиторию.

В учебном пособии рассматриваются аспекты, на которых продюсеру следует заострять особое внимание. Это — взаимопроникновение массовой культуры и СМИ; ценностные критерии аудитории и ее спрос на продукцию, отражающую основные функции телевидения; классификация современного контента по формату и жанрам; принципы программирования телевизионного эфира; методики, используемые для изучения предпочтений телеаудитории; основные показатели медиаизмерений и принципы финансирования телевидения.

Для студентов, обучающихся по специальности «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям, слушателей курсов переподготовки и повышения квалификации продюсеров кино и ТВ, а также для работников сферы культуры, искусства и мультимедиа.

ББК 85.382я73-1

ISBN 978-5-238-02860-6

О ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА. 2016

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания (Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ).

Оглавление

Введение	3
Часть I. Массовая культура и СМИ	11
1. Массовая культура	11
Особенности массовой культуры	11
Массовая культура и общество	18
2. Функциональность СМИ	30
Спрос и предложение	35
3. Информация	75
Социальные функции СМИ	75
Принципы профессиональной этики журналиста	81
Принципы отбора информации	84
4. Познание	88
Социальное познание	88
Наблюдение как форма познания	92
5. Развлечение	96
Социальная сущность развлечения	96
Развлечение и зрительские потребности	102
Часть II. Прикладные аспекты современного телевидения	105
6. Аудитория	105
Ценностные ориентиры телеаудитории	105
Телевидение в обыденной жизни человека	111
7. Жанры	122
Классификация телепроектов	122
Формат как понятие	126
Жанровая классификация	127

8. Программирование	132
Тематические направления	132
Стратегическое и оперативное программирование	135
Технология программирования сетки вещания	138
9. Медиаизмерения	145
Основные показатели медиаметрии	145
Становление медиаметрических исследований	147
Варианты методик	151
10. Медиасреда	157
Использование новых технологий	157
Цифровизация телевидения	163
11. Услуга	174
Свойства услуг	174
Информационные услуги	177
12. Финансы	183
Финансирование общественного вещания	183
Финансовое положение российских телеканалов	192
Финансирование кабельно-спутникового телевидения	200
Реклама как основной источник финансирования телеканалов	205
Библиографический список	225
Сто вопросов к студенту	227