

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ**

*Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций*

*Кафедра телевидения и телепроизводства*

## **Жанры и модели новостной тележурналистики**

**Учебно-методическое пособие**

**Казань – 2018**

**УДК 070**  
**ББК 76.032**

*Печатается по рекомендации*  
*Учебно-методической комиссии Института*  
*социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ*

**Рецензенты:**

Доктор филологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой татарской журналистики КФУ В.З.Гарифуллин  
Кандидат филологических наук, доцент Т.А.Спирчагова

**Составители: Даутова Р.В. , Анохин А.И.**

**Жанры и модели новостной тележурналистики: учебно-методическое пособие для магистрантов/ Р.В.Даутова, А.И.Анохин – Казань: Казан. ун-т, 2018 – 62 с.**

Актуальность спецкурса «Жанры и модели новостной тележурналистики» объясняется постоянной трансформацией форматов информационного вещания, требующей от работников отрасли компетенций «универсального журналиста», знания классической «новостной» школы и основ инфотейма и элементов шоу. Лекционный материал курса включает в себя общие принципы новостной журналистики, основные форматы программы информационного вещания, особенности информационных программ на современном телевидении, жанровую специфику новостного ТВ. История развития каждого из изучаемых вопросов входит обязательным блоком в каждое лекционное занятие.

Курс рассчитан для обучающихся в магистратуре. Комплекс лекционных и практических занятий дополнен такими эффективными формами, как дискуссия и создание творческих проектов. Прилагается список тем для рефератов, глоссарий и список необходимой для изучения курса литературы.

## Введение

Методические материалы по дисциплинам "Теория телевизионных жанров" и "Современные модели телевизионного вещания" включают такой важный модуль, как «Жанры и модели новостной тележурналистики». Журналистская практика ставит все новые и новые требования к системе вузовской подготовки телевизионных специалистов, ставя акцент на знании современных моделей телевизионного вещания, теории жанров и владении репортерскими навыками. Информационное поле, границы которого постоянно увеличиваются, а также тенденция к увеличению скорости распространения информации в журналистской практике требуют от работающих в индустрии телевизионных новостей особых компетенций.

Отличие новостной журналистики от других сфер деятельности журналиста заключается в том, что репортер всегда находится в поиске самых “свежих” новостей, у него должно быть развито “чувство новости” в контексте социальной реальности. Специфика телевидения диктует особые требования к новостной информации, подготовленной для выпуска телевизионных новостей.

В рамках курса магистранты знакомятся с понятийным аппаратом информационной журналистики, сферы новостного телепроизводства, с особенностями новостной тележурналистики, с работой новостных отделов и редакций ведущих российских и региональных телеканалов, с профессиональным опытом и творческим почерком ведущих телерепортеров, основной проблематикой российских новостей.

Модуль “Новостная тележурналистика” вводит обучающихся в мир практической тележурналистики, отрывает для них творческую лабораторию репортеров и предлагает попробовать себя на месте разных должностей редакции новостного производства. Рассматриваются основные тенденции развития современных телевизионных новостей и особенности творчества новостного тележурналиста.

Для лучшего понимания специфики работы с новостной информацией на телевидении курс начинается с таких основополагающих в журналистике понятий как “информация”, “журналистская информация” и “телевизионная информация”. Такой подход необходим для того, чтобы у студентов, выбравших телевизионную специализацию, с самого начала сформировался специфический подход к информации, свойственный именно для работы на телевидении. Комплекс теоретических и практических занятий, дискуссий и ролевых ситуаций позволяет изучить со всех сторон одну из самых актуальных сфер современной телеиндустрии.

Представленный курс задуман как синтез лекционных и практических занятий. Задачи курса можно сформулировать следующим образом:

- разобрать понятия “информация”, “журналистская информация”, “телевизионная информация”, что такое журналистская новость вообще и телевизионная в частности, по каким критериям отбираются новости для телевидения;
- познакомить с приемами работы с информацией;
- раскрыть особенности работы с различными источниками информации;
- изучить основные жанры и формы подачи новостной тележурналистики,
- познакомить с требованиями современной журналистской практики к сотрудникам отдела теленовостей, с должностными инструкциями, с особенностями репортерской работы на телевидении.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ОСВОЕНИЮ КУРСА**

### **Цель производства новостей. Журналистская информация и телевизионная информация. Что такое новость?**

Приступая к изучению курса, обучающийся прежде всего должен понять, насколько важное место занимают новости в сетке любого телевизионного канала. «Фирменные» новости считают «лицом» телекомпании. В качестве примера можно привести «Новости» Первого канала, «Вести» канала «Россия», «Сегодня» - НТВ, «Вести- Татарстан» («Россия», ГТРК «Татарстан»), «Город» - «Эфир» (Казань) и др.

Создание новостных программ для телевидения предполагает каждодневную большую работу профессионального творческого коллектива по отбору сообщений, обработке и подготовке к эфиру, а затем последующей верстке (группировке). Цель телевизионных новостей - оперативное и достоверное донесение до общества актуальной, «свежей» информации посредством привлечения технических средств телевизионного вещания.

Эпоха унификации и массовости затронула журналистику в первую очередь: ранее сильно дифференцированная советская журналистика прошла через пертурбации свободы в начале девяностых и интегрировалась в мировое информационное пространство. Интернет сделал тексты и видео-, аудиофайлы доступными всем и заставил традиционную журналистику существенно измениться. Так появилась информационная журналистика – новый язык массовой информации и коммуникации: причудливая смесь форумной фамильярности, простоты и деловитой изысканности.

В «золотые годы» прессы – в революционных девяностых – читали все, журналисты были вершителями судеб и политики, газеты расхватывались влет. Потом пришла стабильность, аполитичность и копирайтинг. Кто-то переключился на политику и бизнес, иные ушли из профессии совсем, а большинство обратилось к заказам. Заказные статьи стали источником дохода для вчерашних журналистов, которые начали уже работать в сетевой журналистике. Новый род деятельности получил западное прозвание – копирайтинг, сейчас в массовой коммуникации появились подвиды копирайтинга в зависимости от цели и специфики написания текстов.

Так как объектом новостных программ выступают единичные факты, события, целесообразно начать изучение курса новостной тележурналистики с разбора понятия «информация». Рекомендуется рассмотреть его вместе с теоретиками с разных позиций.

В широком смысле, «информация представляет собой совокупность содержательных сведений, заключенных в том или ином сообщении» (Греков И. К вопросу об информации. – М., 1967. – с. 32). Е.П. Прохоров предлагает следующую типологию журналистской информации: событийная информация – факты, сообщения о событии; интерпретирующая информация – анализ фактов, их объяснение, базисная информация – общетеоретические положения, с позиции которых рассматриваются факты.

М.Н.Ким в своем базовом курсе «Новостная журналистика» дает более развернутую типологию журналистской информации. По предметному отображению он делит всю информацию на внутреннюю и международную; событийную и развлекательную; научную и практическую; эстетическую и бытовую и т.п. По тематике – политическую, экономическую, культурную, спортивную, криминальную, светскую, правовую и т.д. По функциональному значению – информация, ориентированная на тиражирование и распространение знаний и сведений. Кроме того, ученые выделяют оперативную, событийную и реальную информации. По степени общественной важности – массовую, узкоспециализированную, профессиональную и т.д. По способу передачи и восприятия – газетную, радиийную, телевизионную.

Informatio (лат.) - сообщение, изложение, некоторые сведения, совокупность данных. Информация – это посредник между журналистом и аудиторией, это «инструмент», которым оперируют журналисты. Сама сущность журналистики заключается в поиске, сборе, обработке, интерпретации и распространении информации. Информация – результат отражения многообразия действительности, такое знание, которое потребно и у которого есть потребитель. В узком понимании это событийная информация (совокупность кратких некомментируемых сообщений). В широком понимании информация - это вся совокупность сведений, которые несет журналистика аудитории: любые опубликованные в СМИ произведения. Третье понимание - специальное. Информация как новое знание. Хроникальная заметка, содержащая важную новость, при таком

подходе может быть более информативна, чем развернутая статья с банальным содержанием.

Инструментом журналистики является массовая информация, т.к. она общезначима и общедоступна. Массовая информация удовлетворяет ряд жизненно важных потребностей современного общества. Основной среди них является потребность в формировании массового сознания. Под массовым сознанием понимается совокупность представлений различных социальных групп о явлениях окружающей действительности, затрагивающих их интересы. Эту ведущую потребность удовлетворяют публикации, затрагивающие глобальные, общие вопросы политического, экономического, нравственного характера. При отсутствии таковых массовое сознание будет формироваться под воздействием других текстов – бульварной, нигилистической, экстремистской журналистики.

Схематично информационный процесс можно изобразить следующим образом: Ж → Т (И) → А. Где журналистика (Ж) несет определенную информацию (И), заключенную в разнообразных текстах (Т) для аудитории (А). В идеале полученная аудиторией информация «работает», становится источником новой информацией, которая посредством «обратной связи» возвращается к журналистам.

В целом эффективность взаимодействия текста с аудиторией складывается из двух составляющих.

1. Из *информационной насыщенности* текста.
2. Из *высокой информативности* текста.

Для того, чтобы их добиться, существуют определенные правила. Они формулируются в соответствии с тремя этапами информационного процесса: фиксацией действительности и ее первичным отображением; созданием журналистского текста и освоением текста аудиторией. В соответствии с этими тремя этапами «текстовую деятельность» журналиста описывают с трех сторон: семантической (что и как отображено), синтаксической (как организован текст), прагматической (как он осваивается). Журналист должен проявлять равное внимание ко всем трем сторонам текста: точно отображать действительность, четко представлять композицию текста, стараться сделать текст ценным для аудитории. При следовании этим требованиям реализуется такая важная задача информационного процесса, как *информированность* аудитории. Информированность – это такое состояние сознания аудитории, при котором каждый ее субъект располагает необходимой и достаточной информацией, позволяющей верно ориентироваться в действительности.

Полностью соответствовать реальному положению вещей нельзя. На пути информированности стоит множество преград: неполнота знаний журналиста, неизбежный субъективизм журналистов при отображении действительности, вневещные преграды, в т. ч. затрудненный доступ журналистов к информации, а информации – к аудитории. По данным Фонда защиты гласности в 2001 году на территории России было официально зафиксировано 180 отказов журналистам в доступе к информации, включая

запреты на производство аудио- и видеозаписи, фотосъемки, отказы в аккредитации, ограничение прав на посещение и присутствие на мероприятиях в органах государственной власти, на предприятиях, в учреждениях; 21 случай отказа от печатания и распространения газет; 44 случая отключения от эфира, 15 случаев изъятия, скупки или ареста тиража.

Журналистика как информационная деятельность призвана объективно отражать открывающуюся человеческому разуму картину мира. Она сама по себе есть часть этой картины, и как таковая тоже представляет собой систему. Журналисты должны обеспечить отражение как можно более полной картины общественной и личной жизни, держать руку на пульсе этой жизни, своевременно оповещая о сменах ее ритма, разворачивать широкие общественные дискуссии по поводу возникающих проблем, с целью выработки оптимальных решений, обеспечивающих обществу и человеку жизнеспособность и развитие. Таким образом, журналистика, формирующая и направляющая информационные потоки, предстает как самый оперативный и массовый механизм управления общественным и личностным развитием. При этом она не выступает субъектом управления, принимающим управляющие решения. Ее дело в организации публичного циркулирования информации между объектом и субъектом управления как в первом, так и во втором контуре управления, в эмпирической и в теоретической сфере познания. Организация оперативного качественного информационного круговорота обеспечивает эффективную регулируемую и самоорганизующуюся деятельность и позволяет обществу устойчиво развиваться.

Особенность телевизионной информации заключается прежде всего в ее синтетичности – характерной черте тележурналистики в целом. Это возможность использования различных выразительных средств в их самых разнообразных сочетаниях (изображение+слово+музыкальное сопровождение+шумы и т.п.) В.Л.Цвик, автор курса «Телевизионная журналистика», обращает внимание на главную особенность телевидения и предлагает в перечень критериев для отбора информации добавить наличие видеоряда, «картинки».

Важным основополагающим моментом в определении того, ЧТО показывать в новостях, а что нет, является вопрос критериев отбора новостей для ТВ и вообще – что такое новость.

На первый взгляд, новость – это некое качество события, которое отличает его от всех остальных событий. Но в журналистской профессии новость – скорее критерий, употребляемый при анализе событий, и этот критерий определения нового должен носить общественный характер.

Каковы же критерии того, о чем стоит рассказывать обществу? Интересно познакомиться с разными точками зрения на этот счет.

Зарубежные социологи журналистики **Гультунг и Руж** предложили 11 критериев событий, благодаря которым события попадают в разряд «новостей»:

1. *Временной фактор*: совпадение события по времени с производственным циклом того СМИ, который сообщает о нем.
2. *Порог важности*: событие должно быть достаточно важным, чтобы считаться новостью.
3. *Ясность и определенность*: необходимо, чтобы все понимали, что произошло в действительности.
4. *Культурная близость*: событие должно представлять интерес для аудитории.
5. *Смысловая резонансность*: событие должно находиться в некоторых смысловых рамках, соответствующих уровню понимания потенциальной аудитории.
6. *Неожиданность*: событие должно быть достаточно неожиданным или вообще редким по своей природе.
7. *Континуальность*: если событие уже попало в новости, велика вероятность того, что оно еще какое-то время будет находиться в этой категории.
8. *Структурность*: освещение события во многом зависит от того, какова внутренняя структура организаций по сбору новостей.
9. *Элитность*: события, связанные с известными людьми или элитными организациями, скорее всего будут освещаться СМИ, чем те, что связаны с рядовыми гражданами.
10. *Персонификация*: события, связанные с конкретными людьми, воспринимаются лучше, чем связанные с абстрактными сущностями.
11. *Негативность*: в СМИ скорее попадают события негативного, нежели позитивного характера.

**Х. Ганс** определяет новостной потенциал события с точки зрения соответствия (*suitability*), выделяя при этом 3 формы: содержательное соответствие, соответствие продукта, конкурентное соответствие.

*Содержательное соответствие* включает в себя собственное содержание новости, т.е. новость должна быть важной и интересной. *Соответствие продукта* – взаимоотношение между историей, о которой рассказывает журналист, и форматом СМИ. Под третьей формой «конкурентное соответствие» предполагается то, что СМИ будет стремиться

сообщить о чем-то раньше своих конкурентов или обойти их, имея эксклюзив.

**И.Фэнг на вопрос «Что есть новости?» отвечает так:**

Это то, что люди должны знать (это решают журналисты).

Это то, что людям необходимо знать.

Это то, что люди хотят знать.

Это то, что интересно знать (из категории необязательных новостей).



**Э.Дэннис в книге «Беседы о масс-медиа» предлагает следующие требования:**

- конфликтность,
- катастрофа (поражение, разрушение),
- развитие какого-то важного события (триумф, достижение),
- последствие какого-то события,
- знаменитость (события в жизни какого-то лица, вызывающие всеобщий интерес),
- новизна,
- сильный человеческий интерес (яркий эмоциональный фон),
- территориальная близость (местная проблематика).

**В.С.Воскобойников и В.К.Юрьев в монографии «Журналист и информация»** делают на этот счет свои выводы: чтобы событие попало в выпуск теленовостей, ему необходимо отвечать хотя бы одному из следующих критериев:

- близость темы новости к потребителю информации,
- известность кого-либо или чего-либо,
- своевременность, актуальность,
- воздействие новости,
- масштабность,
- конфликт в широком толковании слова,
- необычность,
- персонификация.

**Н.Зверева (кн. «Школа регионального журналиста») призывает руководствоваться такими параметрами, как:**

**НОВОСТЬ.**

Общественная значимость

Какого круга ваших зрителей оно касается.

Раскрученность участников события.

Эксклюзивность.

Качество отработки темы.

Наличие картинки.

Студенту важно понимать, что данные точки зрения никаким образом не противоречат друг другу, а скорее отражают различные стороны специфики новостной информации для телевидения. Большинство новостей обладает сразу несколькими такими характеристиками. Определенная их комбинация определяет форму подачи.

Оценка новости – одна из самых сложных сторон повседневной практики журналиста. Критика отдельных решений, принятых той или иной редакцией при отборе новостей, нередко вполне оправдана. **Новость – это базовая единица информационной журналистики.**

Итак, новость должна быть:

\* Свежей. Чем актуальнее новость, тем выше ее ценность. Чем больше времени проходит с момента события, тем меньше интерес к нему у аудитории. Даже не очень важная новость может затмить главную новость программы, если она освещает событие, произошедшее незадолго до дедлайна (крайнего срока сдачи материала в номер, выхода радио - или телепрограммы в эфир). Однако, как правило, уже в следующем выпуске новостей она «блекнет», поскольку становится менее актуальной, и перемещается на второстепенную позицию.

\* Ранее неизвестной. Рассказ о явлении, незнакомом широкому кругу людей, – это, вне всякого сомнения, новость, даже если событие произошло некоторое время тому назад. Исходя из этого критерия при оценке материала, можно признать новостью и относительно давние события и явления, при условии, что они или обстоятельства вокруг них неизвестны широкой общественности.

\* Близкой аудитории. То, что близко нам в географическом или культурном отношении, всегда предоставляет больший интерес, чем происходящее где-то за тридевять земель. Ценность новости уменьшается пропорционально росту расстояния от аудитории до места события. Для индийского радиослушателя сообщение о крушении поезда недалеко от Калькутты, в котором погибло двадцать человек, более значимо, чем новость о гибели пассажирского парома в Балтийском море – трагедии, повлекшей сотни жертв.

\* Необычной. Сообщение о крушении самолета – новость, а информация о том, что самолет прилетел нет. Рассказ, о чело - веке, укусившем собаку, более привлекателен, чем сообщение о человеке, укушенном собакой. Необычные, редкие, удивительные события могут стать хорошими новостями, имеющими некую развлекательную ценность, даже если учесть тот факт, что понятие «новость», как таковое, ничего общего с развлечением не имеет.

\* «Застойной». Нередко мы слепо фиксируем внимание на различных изменениях в окружающем нас мире, забывая о том, что статичность (неизменяемость) или застой, тоже может быть важной новостью. Завод или муниципальное очистное сооружение, год за годом продолжающее сбрасывать ядовитые отходы в водоемы, – новость, актуальность которой не уменьшается до тех пор, пока нарушения не прекратятся. Не принятые во внимание властями и руководство учреждения результаты проведенной комиссии – факт, достойный огласки.

\* Персонафицированной. Рассказ об интересной, неординарной личности намного увлекательнее, чем о скучном и обычном человеке. Все хорошо знают, что публичные люди представляют больший интерес, чем никому не известные. Но совсем не обязательно, чтобы так было во веки веков. Ищите новые яркие личности!

\* Увлекательной. Новость должна вызывать интерес у тех, кому она предназначена. Событие, растянувшееся во времени, может быть описано по мере получения новых данных для того, чтобы у аудитории была

возможность шаг за шагом следить за развитием сюжета. Новость, исход которой неизвестен до кульминационного момента развязки, журналисты определяют как cliff hanger (неожиданный поворот в развитии сюжета/повествования).

\* Собственной (редакционной). Редакция или репортер, «откопавшие» собственную новость, нередко отдают ей предпочтение перед остальными. Часто многими репортерами движет вполне понятное желание быть первыми и единственными обладателями какого-то «эксклюзивного» информационного материала. Многие редакции предпочитают предоставлять место в теле-, радиоэфире или на страницах своих изданий именно таким новостям, но погоня за собственными (редакционными) новостями не должна закрывать дорогу другим сообщениям. К сожалению, во многих редакциях существует тенденция замалчивания «чужих» новостей и поэтому подчас они становятся достоянием лишь ограниченной группы читателей, зрителей, слушателей, а для широкой общественности остаются практически незамеченными.

\* Важной. При отборе новостей репортер не должен слепо полагаться на свои чувства, он не должен забывать о здравом смысле. Для того, чтобы журналистика могла выполнять возложенные на нее демократическим обществом задачи, репортеру следует стремиться к тому, чтобы освещать то, что действительно является важным для людей, условий их жизни, понимания и толкования происходящих в стране и в мире событий.

Подытоживая данную тему, можно сформулировать пять основных критериев оценки, которые актуальны для всех СМИ. При наличии хотя бы одного из них информация имеет право быть обнародованной:

1. Если информация имеет для зрителя (слушателя, читателя) прикладной, утилитарный смысл – т.е. человек в зависимости от полученных сведений сможет скорректировать свои дальнейшие сведения и даже поступки. Например: новости от моды до погоды, курсы валют, сведения о предстоящих концертах, фестивалях;
2. Если информация повышает престиж ее носителя, удовлетворяется любознательность людей;
3. если информация вызывает сопереживание зрителя. Например: благородные поступки, подвиги, катастрофы, криминал;
4. Если информация вызывает соучастие в ситуации
5. Если информация несет эстетическую ценность.

Только через прогнозирование реакции зрителя может быть осознана ценность или бесполезность любой новостной информации.

Современные культурологи обращают внимание на особый эффект воздействия новостной телевизионной продукции на зрителя. Так автор учебного пособия «Культурология и теория телекоммуникации» С.А.Герасимова сравнивает вышеуказанный эффект с механизмом внушения, который активно используется в рекламе и получил название «стратегия убеждения». По ее мнению, повторяемость информационных программ, выходящих в эфир 5-7 раз в день, закрепляет определенные психологические установки личности. По справедливому замечанию

австрийского психолога Ф.Хакера, «экранное насилие порождает насилие подлинное».

В телевизионных новостях, как правило, предпочтение отдается событиям, отклоняющимся от нормы (вооруженные конфликты, террористические акты, убийства, катастрофы, природные стихии и аномальные явления), так как подобные «действия» производят большее впечатление на аудиторию, чем сюжеты позитивного и спокойного характера. Как считает С.А.Герасимова, демонстрация агрессивного поведения по телевидению является результатом таких установок в обществе, как равнодушие, обесценивание человеческой жизни. Поэтому сообщения о чрезвычайных событиях в стране и в мире, сцены насилия следует тиражировать особенно корректно. Выпуск новостей не должен оставлять у людей чувства непредвиденной опасности и подавленности.

### **Контрольные вопросы и задания**

- 1. Раскройте понятия «журналистская информация» и «телевизионная информация».**
- 2. Каким образом программа новостей может влиять на имидж данного телеканала?**
- 3. Что может быть теленовостью?**
- 4. Назовите различные подходы в определении критериев новостей для ТВ.**
- 5. Какие объективные и субъективные факторы могут влиять на отбор фактов для новостей?**
- 6. Определите, по каким из известных вам критериев данные события могут попасть в выпуск телевизионных новостей:**
  - Развод «звездной» семьи - Аллы Пугачевой и Филиппа Киркорова.
  - Обвал крыши торгового центра (рынка) в одном из районов Казани.
  - Возвращение иконы Казанской Божией матери в Россию.
  - Цунами и его трагические последствия.

### **Темы для обсуждения:**

- 1: Как показывать в новостном выпуске убийство?
- 2: Преступление совершил несовершеннолетний преступник. Показывать или не показывать эту новость?
3. Новости – точное отражение реальности или мистификация? (обсуждение статьи «Новости как мистификация» А.Прохорова – Искусство кино, №4, 2004 г.)

### **Тема и сообщение. Источники информации**

При освоении данной темы студентам предстоит познакомиться с начальными этапами работы репортера: поиск и определение темы, сбор и фильтрация информации и т.д. На этих этапах проявляются необходимые для журналиста инициатива, креативные способности и навыки работы с информационным массивом. Информация – главное поле профессиональной конкуренции.

При изучении темы рекомендуется опираться на следующие книги: базовый курс «Новостная журналистика», разработанный М.Н. Кимом, «Телевизионная журналистика: История, теория, практика» В.Л.Цвик, «Телевизионная журналистика» под ред. Г.В.Кузнецова, «Телевизионные новости России» Л.В.Цвик, Л.В.Назаровой. Из дополнительной литературы большую пользу при изучении данного раздела окажут: «Теленовости: секреты журналистского мастерства/ Реферат книги И.Фэнга «Теленовости, радионовости», «Руководство для создателей передач Би-би-си», «Элементы журналистики» Б.Ковач и Т.Розенстил. Последние интересны не только с точки зрения знакомства с опытом зарубежных тележурналистов, но и как практический инструмент для будущих новостных журналистов.

Остановимся на основных позициях. Тему журналист находит или выбирает сам, либо получает задание от редактора. Тема – это изначальный замысел телевизионного сюжета. Сообщение для телевизионного журналиста – это обработка темы, выбор угла подачи. Телевизионное сообщение для зрителя – это некая новая информация, которую он рассчитывает получить по данной теме. В телевизионном сюжете важна прежде всего новая информация. Поэтому задача журналиста – не просто повторять известную ему информацию, а преподнести ее под наилучшим углом подачи.

Ценность и качество работы журналиста напрямую зависят от его умения находить новые источники информации или неизвестных участников новостных событий. Поиск информации – вопрос правильной организации, терпения и мотивации всей редакционной команды. Только так журналист может стать независимым от социальных институтов и заслужить доверие аудитории.

Получая откуда-либо информацию, телевизионный журналист прежде всего должен определить – насколько можно доверять этому источнику. Студентам необходимо разобрать различные ситуации, их плюсы и минусы.

**- *Прямо с места события***

Особенности: отсутствие фильтров между журналистом и событием, недостаток времени для анализа происходящего.

Особый случай – чрезвычайная ситуация (авария, стихийное бедствие, захват заложников и т.д.)

**- *Через посредника***

Особенности: определенное количество фильтров между журналистами и фактами, большой риск манипулирования журналистами.

Посредники: официальные источники, пресс-центры, «пиарщики».

Журналисту важно ценить степень самостоятельности контроля за содержанием телевизионного репортажа по материалам, полученным от внешнего источника. Для этого необходимо задать себе четыре вопроса:

1. Откуда я узнал про эту новость?
2. Информацию предложили лично мне или всем СМИ?
3. Почему мне сообщили об этом именно сейчас?
4. Могу ли я быстро выяснить контекст данного события?

**- Из газет**

Особенности: некоторые газетные материалы изначально могут базироваться на корпоративном пиаре, значит, требуют проверки, часто используются один и тот же ограниченный круг источников.

**- Из сообщений информационных агентств или Интернета**

Особенности: на сообщения информационных агентств реагируют все СМИ одновременно, лента новостей не уделяет большого внимания описанию контекста события.

Но: за динамикой события позволяют следить электронные обновления, а также с помощью электронных баз данных подтверждать, проверять и отбирать информацию.

**Как можно отличить информацию от пиара?**

*Нужно четко отличать способ получения информации от способа ее подачи или трактовки.*

*Очень высокий риск пиара: если идея репортажа принадлежит не журналисту, и в его распоряжении - всего один источник информации. Здесь необходима повышенная осторожность на всех этапах подготовки сюжета, перепроверка информации. Если у журналиста несколько источников информации - ограниченный риск пиара, так как есть возможность проверять сообщаемую информацию.*

*Пониженный риск пиара: если идея репортажа принадлежит журналисту и в его распоряжении несколько источников информации. Здесь журналист имеет возможность сам контролировать ситуацию от начала до конца.*

Правильный менеджмент информации позволяет разнообразить источники и находить новые идеи для репортажей. Для этого можно:

- вывешивать в редакции календарь текущих событий,
- постоянно находить новых людей, способных быть источниками информации,
- отслеживать с помощью картотеки дальнейшее развитие событий, связанных с темой или с персоналиями.

**Учетная таблица (образец)**

Когда и что говорил мэр	Налогов	Чистоты	Безопасности	Уличного движения
----------------------------	---------	---------	--------------	----------------------

<i>Март</i>	<i>Я снижу налоги</i>
<i>Июль</i>	<i>Я ожидаю результатов аудита</i>
<i>Октябрь</i>	<i>Я понял, что у нас большой дефицит</i>
<i>Декабрь</i>	<i>Мне придется повысить налоги</i>
Результаты анализа таблицы	Разрыв между обещаниями и действительностью

С.Ю.Агапитова в учебном пособии «Редакция информации регионального телевидения...» уделяет специальное внимание вопросу необходимости информационного менеджмента. Этот аспект рассматривает и А.А.Юрков в книге «Экономика и менеджмент СМИ», где перечисляет следующие методы информационного менеджмента:

- редакционное тематическое планирование материалов с указанием темы, жанра, сроков подготовки, обстоятельств съемки;
- контроль качества подготовленных к выходу в эфир материалов;
- отбор, верстка оперативной информации;
- периодический анализ тематической и жанровой структуры информационных программ;
- постоянно действующая система оценок качества отдельных опубликованных материалов и выпущенной информационной программы в целом;
- фиксация ошибок в информационной программе и принятие соответствующих мер;
- систематический анализ дизайна информационной программы и работа над его улучшением;
- активизация обратной связи с аудиторией, стимулировании реакции реципиентов на вышедшие в эфир материалы.

Информационный менеджмент позволяет журналистам оптимально изучить тему. Корреспондент, как правило, знает о событии больше, чем использует в подготовке телесюжета. Однако студент должен помнить: избыток информации – это недостаток информации. Если за отведенный отрезок времени зритель способен усвоить три единицы информации, и журналист сообщает ему три основных момента, то информация осваивается полностью. Но если журналист добавляет еще две единицы менее

существенной информации за тот же отрезок времени, то дополнительные моменты создадут помехи для усвоения первых трех. В итоге зритель запомнит всего лишь один или два момента, не обязательно самые важные.

3-----→3	Ок	3 ед. информации переданы 3 ед. информации получены
3+2 -----→3	потеря	5 ед. информации переданы 1 единица информации получена

В производстве телевизионных новостей различают:

- «жесткие» новости,
- «мягкие» новости,
- новости с места событий,
- новости регулярного типа,
- первичные новости,
- журналистское расследование.

Различия между «жесткими» и «мягкими» новостями связаны с различными аспектами событий. Рассмотрим их подробнее.

1 аспект – вопрос важности. «Мягкие» новости – это, как правило, незначительная по своей важности или неактуальная для данного момента информация. Иногда «мягкие» компоненты новости соединяют воедино, и образуется «жесткая» новость. Выбор материала диктуется соображениями важности и интересности события, его значения сравнительно с другими событиями, которые тоже могли бы попасть в выпуск новостей. Кроме того, важно учитывать фактор времени, от которого зависит выбор тематики. Например, стоит ли освещать событие после того, как о нем уже сообщили другие СМИ.

2 аспект – освещение события, который можно представить как в количественном, так и в качественном измерении. Здесь имеются в виду такие параметры, как объем освещения, место события в выпуске, выбор главных тем внутри события, его значение. В частности, с этим аспектом связаны новости с места событий и новости регулярного типа. Здесь важно учитывать обстоятельства, при которых собрана информация. В большинстве случаев новости являются продуктом довольно рутинных взаимодействий между организациями, которые занимаются их первичным сбором и различными институтами, а также местами общества, в которых может происходить что-то интересное. Например: милицейские участки, суды, политические партии, корпорации, госпитали и больницы, шоу-бизнес и т.д. Сюда же можно отнести информацию, полученную из пресс-релизов, на пресс-конференциях и брифингах.

Новости могут быть запланированными и незапланированными (происшествия, скандалы). Ко вторым, в частности, относится также и



экстренная новость – событие, которое еще не завершилось и поэтому смысл его на данный момент не ясен. Но оно достаточно важное и интересное. Такие новости характерны в большей степени для телевидения и радио. Отличительная черта экстренных новостей и первичных новостей – сравнительно низкий уровень детализации.

### **Как определить тему?**

Определение темы – вопрос, которому студент должен уделить специальное внимание. Отсутствие продуманного метода в работе ведет к двум негативным последствиям:

- возрастает риск манипуляции журналистом,
- отсутствие четкого представления о сообщении и, как следствие, съемочная группа работает на ощупь.

Студенту рекомендуется построить иерархию источников и отобрать нужные сообщения. В процессе этой работы разбираются ситуации, когда журналист отбирает источники информации интуитивно, а когда рационально. Нередко формулируя сообщение, мы оставляем и основную, и второстепенную информацию.

### **Выбор угла подачи**

Репортаж менее 2 мин. – одна тема под одним углом подачи.

Репортаж от 2 до 4 мин. – одна тема под двумя углами подачи.

Репортаж более 4-5 мин. – телевизионный очерк или сюжет для тележурнала – может быть несколько сообщений с переходами от одного угла подачи к другому.

Чтобы не хвататься за слишком много вещей одновременно, журналисту необходимо по возможности заранее определить круг возможных тем, выбрать одну тему и не отклоняться от нее вовремя съемок.

### **Возможные алгоритмы:**

*Лучший угол подачи:* вертикаль – узнать мнение о событии у различных экспертов.

*Типичный угол подачи:* диагональ – собираются мнения разных собеседников по разным вопросам, так или иначе касающимся события.

*Удобный угол подачи:* горизонталь – дается несколько сообщений из уст одного собеседника и цельность репортажа обеспечивается тем, что все сообщения делает один человек.

*Убитый гол подачи:* зигзаг - даются сообщения, которые мешают друг другу, не связаны друг с другом, в итоге получается невразумительный репортаж.

Со студентами разбираются различные варианты: съемки, которые передают сообщение и передают другие сообщения для будущих репортажей, и съемки по вдохновению: при монтаже разберемся и т.д.

### Контрольные вопросы и задания:

1. Какими источниками информации пользуются, как правило, сотрудники новостных редакций? В чем плюсы и минусы каждого источника?
2. Как можно отличить информацию от пиара?
3. Какие способы менеджмента информации вы можете назвать?
4. Покажите на собственных примерах, как составляются учетная и перекрестная таблицы.
5. Какое значение имеет угол подачи в новостном телевизионном материале?
6. В чем заключается отличительная черта экстренных новостей и первичных новостей?
7. Чем отличаются запланированные новости от экстренных новостей?
8. Чем грозит избыток информации в новостном сюжете?

### Упражнение 1

На атомной электростанции в Набузе возникло подозрение об утечке радиации. Журналист тут же записывает в вертикальный ряд имена всех кандидатов на интервью – тех, кто мог бы участвовать в данном событии: директор электростанции, начальник подразделения, в котором произошла утечка, член профсоюза, в который входит большинство работников электростанции, работник подразделения, ответственный за гражданскую оборону, художник-любитель, наблюдавший утечку.

**У кого брать интервью в первую очередь?**

**К кому совсем не обращаться?**

**Запишите в горизонтальный ряд все заявления участников события о том, что же произошло. В конце колонки – резюме (ключевые слова).**

### Упражнение 2

В этом году на традиционной выставке представлено новое сельскохозяйственное оборудование, которое не разрушает почву. Вы должны подготовить репортаж для новостей.

**Какой угол подачи предпочтительнее? Распишите алгоритм.**

## Информационные жанры телевидения

Говоря об информационных жанрах телевидения, прежде всего, необходимо ответить на вопрос: что их объединяет? Конечно, жанрообразующие признаки: предмет отображения, целевая функция, методы отображения.

**М.Н.Ким** выделяет следующие признаки информационных жанров:

- актуальность, оперативность, объективность, достоверность, точность, конкретность, правдивость, лаконичность, сенсационность. И обращает внимание на то, что современная новостная журналистика выработала различные подходы в освещении актуальных событий и явлений: тематический, аналитический, прогностический. Эти подходы выражаются как в характеристике конкретного жанра, так и его подвида. Отражается это и на языке, стиле современных электронных СМИ. Особенности современной телевизионной речи: установка на разговорность, некоторая упрощенность лексики, краткость, лаконичность, отсутствие длиннот. В настоящее время под влиянием тенденции к компрессии информации, по мнению авторов «Курса радиотелевизионной журналистики», наблюдается:

- «рубленные» фразы с опорой на сильные части речи,
- повышенная глагольность высказываний,
- простые синтаксические конструкции,
- уплотненное строение фраз,
- употребление слов в их прямом, номинативном значении,
- насыщенность жаргоном, просторечием, сленгом и другими ненормативными с точки зрения литературного языка элементами для усиления экспрессивности речи,
- агрессивная напористость.

В характеристике современного телевидения важно учитывать такую тенденцию развития тележурналистики, как размывание границ жанров - они все теснее взаимодействуют друг с другом. В результате, наиболее популярным в современных новостях становится информационный сюжет, состоящий:

- из фрагментов репортажа,
- оперативного комментария,
- короткого интервью.

*Практики различают следующие типы сюжетов:*

*Предваряющий* – анонсирующий событие,

*Сюжет реального времени* – то, что происходит сегодня,

*Продолжающийся* – по результатам какого-то события, еще незаконченного. Теоретики телевидения находятся в поисках определения оптимальной жанровой структуры, которая отражала бы то, что сегодня происходит на телевидении. В частности, заслуживает внимания попытка Л.Е.Кройчика разделить жанры новостной журналистики на

информационные жанры (заметка, интервью, репортаж), оперативно-новостные (заметки во всех разновидностях) и исследовательско-новостные (корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия).

Однако в рамках данного курса студентам необходимо прежде всего получить базовые представления о традиционной классификации информационных жанрах тележурналистики.

### **Традиционная классификация**

**Информационное сообщение на ТВ существует в вербальной и визуальной формах:** устное и видеосюжет – отвечает, как правило, на вопросы: что, где и когда произошло? Видеосюжеты бывают хроникальные и сценарные (или авторские). Устное сообщение может иметь несколько вариантов: устное сообщение – заметка; устное сообщение + фотография или графика; устное сообщение + видеоряд. Устное сообщение должно точно соответствовать изображению. Даже темп закадрового текста должен соответствовать темпу движения кадров. Для передачи новостной информации нормальным темпом считается 120-140 слов в минуту.

Видеосюжеты можно условно разделить на две разновидности.

Первая – сообщение об официальном, традиционном по форме событии: от сессии высшего законодательного органа до пресс-конференции. При съемке таких мероприятий опытный оператор не нуждается в указаниях журналиста. Стандартный монтажный лист включает в себя несколько общих планов зала, крупный план выступающего, панораму по президиуму, несколько кадров слушающих, конспектирующих выступление участников встречи (в первом случае – депутатов, во втором – журналистов); вопрос с места – ответ с трибуны. Таков визуальный материал, поступающий в редакцию. Дальнейшая работа состоит в монтаже отснятого на кино- или видеопленку и написании закадрового текста.

Вторую разновидность можно назвать сценарной, или авторской. Здесь более ощутимо участие журналиста во всем творческо-производственном процессе и его влияние на качество информации. Автор подбирает достойный экрана факт, заранее продумывает характер съемки и монтажа. От молодого журналиста (студента-практиканта, стажера, новичка в штате творческого коллектива) потребуют представить сценарный план, в котором излагается краткое содержание (тема, идея, фактический материал сюжета), изобразительное решение, обычно поэпизодно. Такой видеосюжет представляет собой, по сути дела, мини-репортаж.

Автор-журналист обязательно присутствует на съемке, на него возлагается организация работы, решение любых производственных и творческих вопросов, возникающих на съемочной площадке. Такова традиция отечественного телевидения, которая будет существовать до тех пор, пока у нас не утвердится такая профессия, как продюсер (исполнительный продюсер на телевидении, вопреки устойчивому мнению, отвечает не столько за финансирование программы, сколько за организацию работ, решает любые вопросы – и творческие и административные).

Таким образом, журналистская работа при подготовке авторского сюжета состоит из таких этапов: выбор и утверждение темы, изучение объекта съемки и создание сценарного плана, участие в съемке, монтаже и написании текста.

Во всех случаях текст должен быть лаконичным, но давать ответ на вопросы, которые могут возникнуть у зрителя. Здесь особенно важно, чтобы вербальная часть сюжета не дублировала видеоряд. Кажется, это понятно даже начинающему тележурналисту, тем не менее, слишком часто мы слышим в закадровом тексте информационных видеозаписей предложения такого типа: «На трибуну поднимается...»; «Зал встретил это выступление горячими аплодисментами...» Но ведь это достаточно хорошо видно на экране, не нуждается в словесных объяснениях.

При написании текста следует также учитывать отличие устной речи от письменной. Даже официальные («протокольные») материалы можно «очеловечить», сделать их не такими казенными, сухими. Для этого избегают длинных предложений, естественных при чтении «про себя», но трудно воспроизводимых при устном исполнении. Телевизионная лексика не терпит канцеляризма, профессионализма и чисто научной терминологии.

Закадровый текст официального сюжета читает ведущий информационной программы (или диктор). Закадровый текст авторского сюжета обычно до эфира записывает автор-журналист; тембр голоса подчеркивает своеобразие данного информационного материала. Не только на радио, но и на телевидении многих журналистов мы узнаем по голосам. И это еще один из показателей профессионального мастерства.

**Отчет** - полное и точное освещение общественно значимого события. Отчеты могут быть как фиксированными, так и нефиксированными. Кроме того, исследователи выделяют различные классификации:

- *Прямой отчет (прямые включения)* - как правило, рассказ корреспондента с места события без комментариев – по следам события или в преддверии его. Основная цель и смысл прямых включений – это эффект присутствия;

- *отчет-коммюнике* – рассказ о прошедшей политической встрече;

- *отчет-размышление* - с элементами комментирования;

- *проблемный отчет*, ориентированный на показ причинно-следственных связей между теми или иными фактами, выявленных или высказанных в ходе обсуждения того или вопроса;

- *тематический отчет*, посвященный какой-либо актуальной теме и всесторонне ее освещающий.

Тематическая основа отчета, как правило, официальное событие значительного социального, нередко государственного значения. Этим и объясняется необходимость «протокольной» фиксации, детального и длительного показа.

Сценарный план отчета обычно не пишется заранее, однако целесообразно, чтобы журналист присутствовал на съемке: это поможет ему при написании текста, которым сопровождается показ отснятого материала.

Отчет может выйти в эфир и без журналистских комментариев. Так поступают в тех случаях, когда необходимо продемонстрировать непредвзятость в освещении события. Скажем, то или иное мероприятие полностью записывают на видеомagneтофон, затем показывают его в удобное для зрителей время в сокращенном виде. Сокращения, как правило, согласовывают с официально выделенными для этого представителями участников встречи (так поступают при подготовке отчетов с заседаний парламентов суверенных государств, сессий местных органов власти и т.п.).

В этом случае жанровые особенности отчета полностью совпадают с некомментированным репортажем (об этом подробнее ниже). Нередко отчетом также называют прямую трансляцию того или иного официального события.

**Выступление** (монолог в кадре): жанр или способ донесения информации до зрителя?

Выступление может сопровождаться показом кинокадров, фотографий, графических материалов, документов; если выступление происходит за пределами студии, может быть использован показ окружающей обстановки, ландшафта, однако основным содержанием выступления всегда служит монолог человека, который стремится донести до телезрителей не только конкретную информацию, но и свое отношение к ней.

Выступление – одна из форм ораторского искусства, известного с древнейших времен и по-прежнему остающегося могущественным средством воздействия на общественное мнение.

В 335 г. до н. э. Аристотель в «Риторике» наметил три плана рассмотрения ораторского искусства: принципы построения речи; личные свойства и способности, необходимые оратору; техника, способы, приемы, используемые в ораторской речи. Подобный подход и сегодня вполне правомерен. Однако начнем мы со второго: личность оратора.

С появлением телевидения встал вопрос о необходимости выделить и определить новую категорию людей – выступающих. Привычное слово «оратор» мы теперь относим по преимуществу к людям, поднимающимся на трибуну того или иного общественного собрания (съезд, форум, симпозиум, публичная лекция) и непосредственно обращающимся к публике, находящейся в зале. На телевидении выступающий обращается к объективу телекамеры, мысленно представляя за ним рассредоточенную в пространстве, как правило, весьма многочисленную аудиторию.

Именно массовость телеаудитории, масштаб публичности выступления по телевидению выдвигают особые требования к личности выступающего. Прежде всего, это должна быть именно личность – человек, представляющий безусловный интерес для многих либо в силу своего общественного положения (политические, государственные деятели), рода деятельности (изобретатели, ученые, артисты, писатели), либо обладающий в силу тех или иных обстоятельств ценной информацией (типичная или уникальная биография, свидетели исторических или редких событий). Наконец, поводом для появления на телеэкране чаще всего служит умение выступающего ярко

и оригинально мыслить, анализировать известные явления и события глубоко и всесторонне, исходя из известных фактов делать неожиданные и верные выводы. Вот почему оправдано появление на домашнем телеэкране не только выдающихся людей, всевозможных знаменитостей, но и людей, на первый взгляд ничем не замечательных, обычных, а также журналистов, чья профессия как раз и предполагает общественную деятельность по распространению массовой информации всеми средствами, в том числе опосредованное общение с аудиторией при помощи технических средств (в нашем случае – аудиовизуальных).

В основе любого публичного, в том числе телевизионного, выступления, безусловно, лежит идея, мысль, раскрываемая при помощи строго отобранных и расположенных соответствующим образом фактов, аргументов, доказательств. Именно доказательств, потому что в процессе публичного выступления всегда должна присутствовать необходимость убедить в чем-то, есть убеждающий и убеждаемый, идет борьба взглядов, мнений – и победа должна быть достаточно убедительной. Стало быть, текст выступления должен быть «активным», наступательным, а само выступление строиться по законам драматургии.

И снова возникает вопрос: как же так – драматургия требует диалогичности, а выступление всегда монолог? Но в том-то и дело, что диалогическая природа телевидения накладывает свой отпечаток на телевизионное выступление, предполагая своеобразный диалог между выступающим и аудиторией, диалог условный, мысленный, когда сам выступающий заранее обдумывает, старается предположить, какие вопросы могут возникнуть у зрителей, и отвечает на эти вопросы, соответствующим образом выстраивая свою речь.

Здесь мы перешли уже к принципам построения публичного выступления, выступления в кадре. Композиция – важнейший, организующий элемент формы, придающий любому произведению единство и цельность, соподчиняющий его компоненты друг другу и целому; это логичное, мотивированное расположение компонентов, их взаимодействие.

Основные требования к композиции выступления: сначала определить тему, ввести слушателя в круг обсуждаемых вопросов (вступление), затем познакомить его с основными фактами, доказательствами (основная часть) и сделать краткие и точные выводы из сказанного (заключение). Понятно, что составные части выступления должны быть соразмерными. Если вступление продолжительнее основной части, выступление произведет впечатление недостаточно аргументированного, легкомысленного. Затянутое заключение создаст ощущение у зрителей, что автор не уверен в своих выводах, сделает речь неубедительной. Но это очевидные и слишком общие замечания.

Успех выступления в кадре во многом зависит от техники, приемов, используемых в авторской речи. Блестящий русский оратор А. Ф. Кони считал, что привлечь, завоевать внимание слушателей – первый ответственный момент и самое трудное дело. По его мнению, внимание людей возбуждается простым, интересным и близким к тому, что, наверно,

переживал и испытал каждый. Значит, первые слова должны быть чрезвычайно просты, доступны, понятны и интересны (должны «зацепить» внимание). И таких «крючков» может быть очень много: что-нибудь из жизни, какой-нибудь парадокс, неожиданный вопрос. Чтобы найти такое начало, надо обдумать, взвесить основные положения будущей речи и сообразить, какой из тезисов поставить на первое место. Это работа целиком творческая.

В любом случае тележурналисту, которому либо самому предстоит выступать в кадре, либо готовить к этому других людей, неплохо хотя бы в самом общем виде познакомиться с основными риторическими операциями (членимость речи, соотносимость текста с его материалом, избыточность текста, редукция – сведение сложного к простому и пр.) и типами риторических фигур (метафора, метонимия, синекдоха, синонимия, гиперболизация, эвфемизм и т.д.).

Это относится к тексту выступления. Однако на телевидении мы не только слышим слова, но и видим говорящего. Психологи считают, что до сорока процентов информации может нести интонация. Добавьте сюда мимику, жест, весь внешний облик выступающего, стереотип восприятия, возникший в результате его предыдущих появлений в кадре, либо эффект первого появления на экране. Все это делает телевизионное выступление отнюдь не простым делом, а жанровые разновидности, включаемые в это понятие, – заслуживающими серьезного освоения на практических занятиях по методике тележурналистики.

К числу чисто технических приемов произнесения выступления относятся дикция, правила литературного произношения, логическое чтение сложных периодов (логическая пауза и логическое ударение).

Основные формы подготовки телевизионного выступления:

- текстовое,
- тезисное,
- импровизационное.

Говоря о подготовке выступления, необходимо остановиться на таких моментах, как эмоции и как минимизировать их влияние, необходимость композиции и удачного начала, конкретизация идеи и замысла.

В чистом виде выступление в кадре, т. е. монолог человека на экране, предпочитается другим формам телевизионных передач в тех случаях, когда личность выступающего, его мнение представляют общественный интерес. Такие передачи нередко носят официальный характер: обращение президента к народу, заявление лидера парламентской фракции, выступление общественного деятеля. В этих случаях важна точность формулировок, поэтому такие выступления произносятся по заранее написанному тексту. Это не значит, что человек на экране говорит, не отрываясь от бумаги. Умелое использование телесуфлера создает иллюзию прямого обращения выступающего к телеаудитории.

В этом случае, как и в других, выступление предполагает самое непосредственное участие в подготовке к эфиру телевизионного журналиста



в качестве редактора. Даже если у выступающего, занимающего высокий государственный пост, есть составители речей (в Америке их называют «спичрайтменами»), телевизионный редактор отредактирует текст, чтобы приблизить его к законам устной речи, с использованием индивидуальной манеры выступающего.

В целом же на телевидении, учитывая его звукозрительную природу, заранее подготовленный текст для приглашенного человека (не актера) нежелателен, так как сковывает выступающего, лишает его органичности. Есть иной вид профессионального соавторства журналиста и выступающего – в тех случаях, когда для раскрытия темы необходимо изобразительное решение. Тогда можно говорить о сценарии, чаще – о сценарном плане иллюстрированного выступления. Здесь журналист помогает скомпоновать соответствующий изобразительный материал (видеоряд).

Конечно, иллюстрированное выступление как один из разговорных жанров решается, прежде всего, с помощью слова – доминирующего средства выражения в этом жанре. Личность выступающего – стержень, центр сообщения; изобразительный материал – лишь иллюстрация, сопутствующая слову, подтверждающая, документирующая его, способствующая более полному и эффективному восприятию передачи.

Экран дает нам немало примеров и журналистских выступлений в кадре. Монолог тележурналиста – это либо комментарий (особая жанровая форма, о которой мы будем говорить ниже), либо элемент более сложной сценарной формы, связанной с показом какого-нибудь изобразительного материала в студии (обозрение), окружающей журналиста действительности (во внестудийной передаче). Широко распространенной формой журналистского монолога в последнее время стали уже упоминавшиеся «прямые включения» с места события, с «горячих точек» – наиболее оперативные формы устного информационного сообщения.

Выступление в кадре с точки зрения техники показа – самая простая форма передачи. Для выступающего, в том числе журналиста, это максимальная реализация всех его духовных, творческих возможностей.

Основное условие успешного выступления в кадре – умение публично думать, говорить просто о сложном, убедить зрителя, сделав это ненавязчиво, без излишней дидактики – легко, живо, артистично. Ведь зритель оценивает не только то, что говорит выступающий, но и то, как он говорит, каков он сам. Впечатление от личности говорящего люди склонны переносить на предмет разговора. Так что, как видим, действенность выступления в кадре зависит от многих элементов, освоить которые и понять необходимо каждому телевизионному журналисту.

### **Контрольные вопросы и задания:**

1. Назовите жанрообразующие признаки информационных жанров тележурналистики.
2. Раскройте понятие «видеозаметка».
3. Какие разновидности видеосюжетов вы знаете? В чем заключается их сходство и различие?
4. Какие главные черты характерны для отчета в выпуске телевизионных новостей?
5. В чем заключается искусство выступления?
6. Назовите и раскройте суть основных форм выступлений в кадре.
7. Какую роль играют в новостных выпусках прямые включения?
8. По данному информационному сообщению напишите текст телевизионного сюжета (хронометраж 30 секунд) в жанре устного сообщения-заметки.

*(Казань, 27 июля 2009 г., «Татар-информ»). Министерство юстиции России будет проверять религиозные материалы на предмет выявления в них признаков экстремизма. При Министерстве юстиции РФ будет создан соответствующий Совет.*

*«Положение о совете при Министерстве юстиции РФ по изучению информационных материалов религиозного содержания на предмет выявления в них признаков экстремизма разработано в соответствии со статьей 13 Федерального закона «О противодействии экстремистской деятельности» в целях организации общественного изучения информационных материалов религиозного содержания на предмет выявления в них признаков экстремизма», - говорится в сообщении Минюста.*

*В Совет планируется приглашать представителей религиозных организаций, ученых-религиоведов. Экспертизе будут подвергаться печатная литература, публикации в Интернете, аудио- и видеозаписи, передает [«Интерфакс»](#).*

*Проверка может быть начата по запросу любого федерального органа власти, например, по решению суда. Заключение Совета будет иметь рекомендательный характер, пояснили в министерстве.*

*Напомним, идея создания такого органа была предложена главой Совета муфтиев России Равилем Гайнутдином на состоявшемся в марте этого года в Туле совместном заседании президиума Госсовета и Совета по взаимодействию с религиозными объединениями при Президенте РФ.*

9. Составьте сценарный план для информационного сюжета: устное сообщение + видеоряд. За основу взять следующее сообщение информационного агентства.

*(Казань, 24 июля, «Татар-информ»). В этом году в Татарстане ремонтные работы будут проведены в каждой школе - в объемах, необходимых для подготовки к новому учебному году в соответствии с требованиями Роспотребнадзора и Госпожнадзора.*

*В 2009 году на капитальный ремонт 163 образовательных учреждений планируется выделить средства в размере 289,77 млн. рублей, на текущий ремонт*

135,3 млн. рублей. Для сравнения: в 2008 году на капитальный ремонт образовательных учреждений совокупный бюджет составил 579,5 млн. рублей.

В первую очередь средства выделяются на устранение замечаний и предписаний Государственного пожарного надзора в рамках подготовки к новому 2009/2010 учебному году, сообщили корреспонденту ИА «Татар-информ» в пресс-службе Минобрнауки РТ. В частности, производятся работы по замене электропроводки, огнезащитной обработке чердачных помещений, ремонту кровли, устройству пожарных гидрантов, замене дверей.

Кроме того, в этом году выделены существенные средства на проведение противопожарных мероприятий. На оснащение образовательных учреждений системами автоматической пожарной сигнализацией (АПС) выделено из бюджета республики 89 млн. рублей. Из них 65,6 млн. рублей - на монтаж АПС в школах муниципальных районов, 23,4 млн. рублей - на обслуживание и монтаж АПС в подведомственных министерству учреждениях. Освоение данных средств позволит довести уровень оснащённости АПС образовательных учреждений до 44 процентов, а республиканских учреждений с круглосуточным пребыванием детей (детские дома, школы-интернаты) - до 100 процентов.

#### **10. Напишите перечень кадров закадрового комментария с естественным шумом по следующему поводу.**

*В Российском исламском университете открылись курсы «Иджазы», проводимые Центром подготовки хафизов Корана при РИУ совместно с международной организацией хафизов Корана. Слушатели курсов приехали из разных городов Татарстана и России.*

**Сделайте описание кадров.**

### **Интервью**

**Интервью** – жанр публицистики, представляющий из себя разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам.

Для тележурналиста интервью является и способом получения информации, и публицистическим жанром в форме беседы, диалога. В этом активно используемом на телевидении жанре ярко проявляется такое специфическое качество, как диалогизм. Телевизионное интервью обогатило классический журналистский жанр зрелищностью. На телевидении источником информации становится не только звучащая речь, но и поведение собеседников, их мимика, жесты и т.д. Однако студенты должны понимать отличие телеинтервью от диалога – телевизионное интервью предполагает присутствие при общении журналиста с интервьюируемым зрителям. Еще одним существенным моментом является то, что телевизионное интервью представляет собой ассиметричное общение. Интервью теряет ценность, если журналист перехватывает у собеседника

инициативу. Особенно часто это наблюдается, когда интервью берет обозреватель, специализирующийся много лет по определенной тематике.

У кого же берут интервью? Интервьюируемых делят на три категории:

- 1) политические и государственные деятели, специалисты и другие люди, обладающие специфическими знаниями в какой-либо области;
- 2) знаменитости, которых интервьюируют для того, чтобы подробности их жизни и деятельности стали достоянием широкой публики;
- 3) обыкновенные люди, у которых берут интервью, чтобы выяснить общественное мнение о том или ином событии, злобу дня.

Несомненно, большая удача для журналиста, когда его собеседник умеет хорошо говорить. Но здесь скрывается опасность. Как правило, такие люди очень часто дают интервью, из-за этого информационная ценность сказанного ими снижается. Рассмотрим обратный случай: потенциальный собеседник является прекрасным источником ценной информации, но не умеет говорить и хорошо преподнести себя в кадре. В этом случае от журналиста потребуются определенные усилия, чтобы успокоить своего героя, раскрепостить его и в итоге разговаривать. Для этого потребуются большая предварительная работа журналиста, возможно, психологического характера.

Успех интервью зависит не только от таланта журналиста и от удачного интересного собеседника, но и от подготовительной работы, проведенной журналистом. В процессе подготовки к интервью необходимо обратить внимание на следующие моменты: тема интервью, досье собеседника или проблемы, стратегия беседы, продуманность и грамотность вопросов.

Прежде всего, необходимо глубоко изучить предмет обсуждения – это позволит задавать конкретные и простые вопросы, определить основные цели программы и насколько знаком предмет вашей беседы зрителям.

Вопросы можно разделить на *контактные, адресные, программные и экранные, а также уточняющие*. Первый вопрос – самый важный, определяющий ход и стиль последующего разговора. От него зависит, будут смотреть телезрители беседу или нет. Очень важно продумать последовательность вопросов. Нельзя объять необъятное, поэтому важно оставить самые важные для раскрытия темы вопросы. По наиболее сложным и спорным проблемам потребуются уточняющие вопросы. Задавая вопросы, нужно избегать многозначных понятий, основные вопросы формулировать в лаконичной, четкой форме, в вопросе должен содержаться альтернативный ответ.

Однако детальная продуманность предстоящего интервью не исключает неожиданного хода, моментов импровизации. Такие ситуации особенно распространены во время интервью в прямом эфире, требующего особого мастерства журналиста, хорошего кругозора.

Отдельное внимание студентов хочется обратить на то, что одним из слагаемых успеха интервью, и как метода получения необходимой

информации, и как формы телепередачи, является чисто человеческое обаяние журналиста. Автор книги «Люди, которые играют в игры» Эрик Берн делает очень мудрое предостережение, касающееся не только интервьюеров, но и всех журналистов: «У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление». А оно складывается, по мнению психолога, уже в первые 18 секунд: только 7 % - от полученной вербальной информации и 93% - от невербальной. Причем, в качестве невербальной информации выступает интонирование голоса, темп речи и даже мычание (38%), а также то, что вообще не имеет звука (55%). Невербальная информация - это и контролируемые сознанием позы, жесты, мимика, интонации, и неконтролируемые сознанием бледнение или покраснение лица, расширение или сужение зрачка и т.д.

Психологи выделили несколько основных позиций, по которым обычно ведется общение:

Я+ ТЫ+ - на равных

Я+ ты- - позиция превосходства

я- ТЫ+ - позиция самоуничижения

я- ты- - депрессивная позиция (не получается ни у меня, ни у тебя)

При первой позиции складывается сотрудничество и гармония отношений. вторая и третья используются при установке на соперничество.

Эти моменты могут быть полезными для будущих журналистов при анализе профессионального общения как в кадре, так и за кадром.

### **Правила записи интервью**

1. Внимательно слушать. Быть готовым отойти от запланированного списка вопросов, если беседа принимает неожиданный оборот.

2. Не бояться повторить вопрос, если ответ собеседника вас не устраивает.

3. Если ответ кажется маловразумительным или уклончивым, попросить собеседника выразиться более определенно или дать необходимые разъяснения.

4. Для подведения беседы к логическому концу можно повторить основные моменты разговора.

### **Типология интервью**

Эта тема достаточно подробно дается в пособиях «Телевизионная журналистика» Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский, «Телевизионные новости России» В.Л.Цвик, Я.В.Назаровой, В.Л.Цвик «Телевизионная журналистика: История, теория, практика». Типология интервью представляет собой разветвленную структуру. Студент должен иметь представление о принципах деления на типы и подтипы, о специфике каждого типа интервью.

*В зависимости от задачи* журналистского материала различают интервью-мнение и интервью-факт.

*В зависимости от цели и способа достижения* – протокольное, информационное, проблемное, интервью-портрет, интервью-анкета (телефонные опросы). Интервью-портрет делят на подтипы: событийное, биографическое, юбилейное, политическое (М.Н.Ким).

В последнее время различают и такой тип, как аналитическое интервью (близкое по функциональным задачам с проблемным), ставящее цель проанализировать ту или иную проблему, ситуацию, событие.

### **Контрольные вопросы и задания**

- 1. Раскройте понятие телевизионного интервью. В чем специфика этого жанра?**
- 2. Интервью, как способ получения информации – объясните этот тезис.**
- 3. Какие категории интервьюируемых вы знаете?**
- 4. Назовите и раскройте типы интервью. Чем обуславливается их выбор?**
- 5. Что такое интервью-мнение?**
- 6. Приведите известные вам примеры интервью-портрета. Оцените работу журналиста.**
- 7. Какие правила формулировки вопросов вы знаете?**
- 8. Назовите типы вопросов интервью.**
- 9. Какие наиболее типичные ошибки делают журналисты в интервью?**
- 10. Составьте 10 вопросов главному государственному инспектору по маломерным судам РТ Сергею Салину, 5 вопросов – директору одной из новых баз отдыха, блиц-вопросы – отдыхающим по следующему поводу:**

*«Из 70 пляжей, зарегистрированных в Татарстане, только 43 полностью отвечают требованиям безопасности и допущены к работе. В новых базах отдыха пляжи не оборудованы. На официально открытых пляжах в этом году еще никто не утонул. Более 70 татарстанцев, составивших печальную статистику, в день своей гибели купались в «диких» водоемах».*

### **Репортаж**

**Репортаж** – жанр журналистики, оперативно сообщаемый для печати, радио и телевидения о каком-либо событии, очевидцем которого или участником является корреспондент. Это основной, стержневой жанр любой информационной программы.

### **Производство телерепортажа**

Хороший репортаж – это передача информации изобразительными и звуковыми средствами, при равновесии этих средств.

Хороший репортаж нередко сравнивают с приглашением в путешествие, а это значит необходимо убедить зрителя «отправиться» в путь, показать ему «способ передвижения» и удобное «место» там, заставить зрителя внимательно смотреть по сторонам и размышлять, примечая все интересное на пути, помочь зрителю в «пункте назначения» «сойти на перрон» и не пожалеть об этом путешествии. Здесь уместно привести слова французского писателя Марселя Пруста: «цель путешествия истинного первооткрывателя состоит не в том, чтобы найти невиданный ландшафт, а в том, чтобы взглянуть на окружающий мир по-новому».

Успех репортажа для программы новостей во многом зависит от подготовительной работы, включающей в себя несколько важных моментов:

1. Чтобы найти сюжетный ход будущего репортажа необходимо собрать предварительную информацию и материал. Это позволит решить, в каком ключе делать репортаж.
2. Важно заранее сформулировать главную идею будущего репортажа.
3. Распланировав структуру репортажа, вы уже заранее продумаете яркое начало и интересную концовку своего сюжета, попытаете поменять порядок структурных элементов.
4. Можно написать черновой конспективный сценарий – для «репетиции» того, как зрители получают необходимую информацию о том, чему будет посвящен ваш репортаж.

Репортаж для программы новостей обычно состоит из трех основных элементов. Первый элемент – это «stand up», когда корреспондент, находясь на месте съемки, непосредственно обращается к зрителям, глядя в камеру. Второй элемент – это дополнительная информация, необходимая зрителям, чтобы понять содержание репортажа. Обычно такая информация дается в форме закадрового комментария и записывается во время монтажа. Третий элемент – это синхроны, т.е. интервью с непосредственными участниками событий, о которых рассказывает репортаж.

Необходимо еще до начала съемки ответить на следующие вопросы, касающиеся стенд-апов:

- что вы скажете? – какую информацию лучше всего сообщать, пока зрители видят вас на экране;

- как вы это скажите? – вы непосредственно обращаетесь к зрителю у него дома – стиль, настроение, тон;
- когда вы это скажите? – в какой момент сюжета вам лучше всего появиться на экране;
- где вы это скажите? – найдите место, вид которого наилучшим образом подчеркнет и дополнит ваши слова.

### **Текст для телерепортажа**

Необходимо подчеркнуть значимость видеоряда. В телерепортаже видеоряд главнее текста, и он должен говорить сам за себя, где это возможно. Не надо объяснять, что на экране; лучше объяснить – почему это показывают. Текст должен хорошо звучать, поэтому важно помнить, что писать его надо простым разговорным языком. Должна прозвучать только существенная информация, необходимая для понимания сюжета. Не стоит загромождать текст перечислениями и цифрами, это грозит и освоению сути сюжета, и вниманию телезрителей. Закадровый текст для телевидения требует такой же кропотливой редакторской работы, как и любой литературный.

### **Типология телевизионного репортажа:**

Репортажная природа самого телевидения рождает многообразие видов этого жанра. Данному вопросу уделяется внимание практически во всех учебниках по телевизионной журналистике. Типологию телерепортажа детально разбирают авторы учебных пособий «Телевизионная журналистика» Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский, «Телевизионные новости России» В.Л.Цвик, Я.В.Назаровой, В.Л.Цвик «Телевизионная журналистика: История, теория, практика».

*По способу трансляции:* прямой и фиксированный,

*По способу фиксации:* видео-, кино- и фоторепортажи,

*В зависимости от цели:* событийные, тематические или проблемные (специальные) и постановочные. Комментированные и некомментируемые.

*В зависимости от темы:* спортивный репортаж и т.д.

С.Ю.Агапитова приводит другую классификацию репортажей:

- ситуативный (незапланированный),
- твердый (запланированный),
- предыстория ( рассказ о причинах события с изложением нескольких точек зрения),
- комплект-репортаж (дополнение материала, идущего в выпуске до него),
- серийный (группа материалов, объединенных одной темой),
- специальный (документальный, имеет большой хронометраж),
- художественный (развлекательный или юмористический),



- репортаж-последствие (о последствиях события).

Отдельного рассмотрения требует такая разновидность репортажа, как прямой репортаж. Осуществление прямого репортажа сопряжено с множеством сложностей и требует от журналистов особого профессионализма. Прямой репортаж в выпуске новостей, как правило, не остается незамеченным зрителями, он дарит сопричастность к событию, переживания события непосредственно в момент, когда оно происходит.

Практические советы организации прямого репортажа даются практически во всех учебных пособиях, дополнительную информацию можно почерпнуть из книги «Новости на ТВ» Кэрролл Маккалах В. Телерепортер в прошлом, она приводит краткое описание нескольких способов подхода к прямому репортажу:

- только репортер: после представления ведущим слова он излагает сюжет в прямом эфире на камеру, а затем вновь передает слово ведущему новостей.

- репортер с интервьюируемым: зрители видят репортера и интервьюируемого.

- репортер с закадровым комментарием с естественным шумом: репортер появляется в кадре, а затем его голос накладывается на изображение комментария.

- репортер с синхронном: интервью записывает репортером заранее и синхрон дается во время прямого репортажа.

- репортер в сочетании с другими сценарными элементами : в прямом репортаже используются сочетания закадрового комментария с естественным шумом и синхронном, вставки с графикой и т.д.

- репортер и готовый репортаж, репортаж-пакет: в прямой включается готовый репортаж.

В любом случае, прямой репортаж требует определенных усилий по организации, слаженности в работе не только от репортера, но и от всей новостной команды.

### **Контрольные вопросы и задания**

- 1. Раскройте понятие репортажа на телевидении.**
- 2. Назовите главные функции жанра репортаж.**
- 3. Какие виды репортажа на ТВ вы знаете: по способу трансляции и по звуковому сопровождению?**
- 4. В чем заключается подготовительная работа над телевизионным репортажем?**
- 5. Какие особенности характерны для репортажа с места события?**
- 6. Дайте определение событийного телерепортажа. Назовите примеры из современной телевизионной практики.**

**7. Чем можно объяснить тот факт, что в последнее время на телевидении все чаще используется постановочный репортаж?**

**8. Каковы требования предъявляются на телевидении к тексту репортажа?**

**9. Для чего в репортаже нужен стенд-ап?**

**10. Посмотрите выпуск новостей и оцените синхроны. По одному из сюжетов перечислите все синхроны.**

**11. Посмотрите и сделайте критический разбор репортажей двух местных телекомпаний (на выбор) об одном событии. Напишите резюме каждого сюжета, в котором бы были отмечены сильные и слабые стороны этих репортажей.**

**12. Предложите три способа персонифицировать сюжет.**

*В Казанском зоопарке появились на свет птенцы белых сов. Одним из показателей хорошего самочувствия зверей и птиц в неволе является наличие у них потомства. На этот раз «родителями» стали белые (полярные) совы. Около месяца назад у этих птиц вывелись птенцы.*

*Три пуховых комочка уже начинают покидать гнездо и гулять по вольеру. Летать они начнут позже. Совята, как и в природе, родились в зоопарке друг за другом с разницей ровно в два дня: 24, 26 и 28 июня. Стоит отметить, что это единственные птенцы, появившиеся у хищных птиц в Казанском зоопарке в сезоне весна-лето 2009 года.*

**13. Напишите сценарный план для репортажа по следующей теме:**

*(Казань, «Татар-информ», Ирина Игнатьева). В РТ увеличивается поголовье африканских черных страусов. На сегодняшний день их насчитывается 100 голов. Об этом корреспонденту агентства «Татар-информ» сообщили в Минсельхозпрод РТ.*

*Африканских черных страусов разводят в ЗАО ХК «Золотой колос» Зеленодольского района. За год в хозяйстве производится до 1000 штук яиц, 800 из которых – инкубационные. Из таких яиц получают молодняк. Остальные яйца идут на реализацию. Кроме того, в хозяйстве производят до 2 тысяч килограммов мяса птиц. За год птицеводы получают до 10 млн. рублей выручки.*

## **Верстка новостей**

Выпуск новостей должен быть тематически разнообразен и драматургически выстроен. Важен ритм информационной программы, который определяется количеством сюжетов и их средней

продолжительностью, соотношением динамичных сюжетов и «говорящих голос» в студии.

Мировая практика показывает: средняя продолжительность сюжета местной новостной программы достигает трех-четырех и более минут, в общенациональном выпуске оптимален 100-секундный материал.

### **Чем хорошая новостная программа отличается от плохой?**

- музыкальная заставка (как звук пионерского горна)
- дизайн заставки (мода, стиль – но и своя картинка, свой образ, возможность многоразового просмотра)
- студия (стиль «нюс-рум»): перегрузка задника, или геометрические фигуры, которые выглядят рогами на голове диктора, молнии через всю голову и т.д.)

**Н.Зверева** («Школа регионального журналиста») выделяет несколько стилей новостных программ:

- *классический стиль* – новостная программа, которая придерживается формата новостей федеральных каналов. Официально, коротко, ясно, ритмично. Основное внимание – событиям сегодняшнего дня. Строгое оформление ведущего.

- *домашний стиль* (первый сюжет – местный, необязательно оперативный, из серии «Все обсуждают в трамвае». Ведущий говорит больше, может прокомментировать материал. Сюжеты длиннее («Город» - Эфир).

- *публицистический стиль* – один сюжет, одно событие становится стержневым для всего выпуска новостей и становится даже основой для интерактивного общения. Сюжет должен быть острым, интересным, ярким.

Реальность такова, что в небольших городах мало событий в день. И такая форма обсуждения была бы очень уместна.

**Дэвид Моулд** («Очень прибыльные новости, или как улучшить телевыпуски новостей в странах СНГ») предлагает другие форматы новостей:

- *закадровый формат* – программа без ведущего в кадре, новости идут одна за другой, «втык» или через перебивки. Например, «Евроныйс»

- *формат ведущего* – стандартен, сюжеты связаны ведущим в кадре, который делает подводки к каждому материалу

### **«Идеальная верстка»- существует ли она?**

Все мы субъективны, и поэтому наша верстка субъективна. В новостях может работать 6 выпускающих редакторов. И из одного набора событий они сделают 6 различных по верстке выпусков. Не совсем разных (на то есть существуют редакционные профессиональные стандарты, концепция той или иной новостной программы), а несколько отличных друг от друга выпусков.

Проблема верстки и ведения программы приобретает все большую актуальность. В связи с появлением на провинциальном рынке большого количества новостийных программ все более острыми для новостийщиков становятся **такие вопросы**

- с какой новости начать?
- какой закончить?
- какой новостью можно задержать внимание зрителя, чтобы он не ушел в чужое, конкурентное информационное поле? Не переключился на другие новости, новости конкурентов?

Чем жестче будет борьба за зрителя, тем технологичнее, динамичнее с точки зрения зрительского интереса будут верстаться новостийные программы.

Если обратиться к стандартным региональным выпускам, то чаще всего темы (сюжеты) делятся на 3 блока:

- то, что необходимо знать,
- то, что должны знать зрители,
- то, что интересно знать.

Очень частая ошибка региональных новостей – все интересное выдать в первом блоке, а все менее значимое - потом. Этого делать ни в коем случае нельзя. Нам важно удержать внимание зрителя на протяжении всего выпуска. Поэтому задача – грамотно расставить важные и интересные, «удачные» и «неудачные» сюжеты. Очень важно оставлять некий «КРЮЧОК» НА ВТОРУЮ ЧАСТЬ (ВТОРОЙ БЛОК) НОВОСТЕЙ.

#### **Важная роль анонсов.**

По данным исследователей, 90 процентов участников выделили анонсы для себя. И особенно это важно для мужчин. Они говорят, что даже, если их жены смотрят во время новостей сериал, они просят переключить на анонсы, чтобы понять, стоит дальше биться за «кнопку» или нет. Составление анонсов требует особого мастерства. Чтобы поддерживать зрительский интерес, также можно менять динамику. Только зритель начинает уставать от долгого сюжета, можно ему дать люфт с видео.

#### **Иногда определить, какой сюжет пойдет первым, очень сложно.**

На центральных каналах разброс новостей велик и почти всегда известна главная тема дня. В провинции с "главными" новостями намного сложнее.

В одном городе конкурирующие телекомпании могут начинать свои выпуски новостей с абсолютно разных тем. Когда есть бесспорное событие дня (как в представленном выпуске), тогда все достаточно просто. Чаще бывает по-другому. И, когда нет явного события дня, делается упор на эксклюзивные темы.

При верстке необходимо учитывать аудиторию выпуска. Выпуски, рассчитанные на разные аудитории, верстаются по-разному.

Доказано, что в 19.00 новости смотрит 80 % женская аудитория в возрасте - от 30 до 60-65 лет. По социальному положению – средний класс и пенсионеры. Выпуск в 20.30 – более «продвинутая» аудитория: 40 % – женщины, 60 % - мужчины. Возраст – от 18 – 50, люди с высшим образованием, менеджеры, владельцы бизнеса, люди принимающие решение. И, следовательно, верстка этих выпусков будет разной. В 19-00 материал про мать-одиночку – это полноценный сюжет, в 20-30 – люфт, видео, синхрон.

Содержание текста на экране занимает не больше 10 % зрительского внимания, 90% - это картинка!

### Как формировать выпуск новостей?

Главным критерием при сборе материала в единую программу (*верстке*, телевидение заимствовало этот старый газетный термин и, в общем-то, суть его осталась той же) является видением командой выпуска *информационной картины дня*.

Для составления этой картины используются следующие способы:

- сводки информационных агентств об уже произошедших событиях, анонсы агентств о предстоящих событиях;
- анонсы (иногда в форме приглашения для съемочных групп) различных учреждений, в первую очередь – официальных, либо тех, кто сегодня, исходя из общего контекста последних дней, может стать источником новостей (предположим, известно, что последует какое-то заявление, обещающее стать сенсационным и т.п.);
- заявки корреспондентов с мест, из других стран, регионов о сюжетах, которые ими готовятся.

Этот материал (как и предыдущий, да и вообще весь видеоматериал) принимается к сведению с учетом временного фактора. Это значит, что группа выпуска должна четко осознать:

1. соотносится ли время события со временем выхода программы в эфир и возможна ли подготовка сюжета чисто физически;
2. возможности перегона материала из другой страны или региона, будет ли этот материал уже смонтирован и есть ли возможность связаться с корреспондентом и как можно ранее получить текст; если материал будет перегоняться в сыром виде, есть ли физическое время для монтажа и т.д.
3. наличие в редакции видеоархивных материалов, а в информационной базе данных о предыстории и контексте данного события для подготовки, скажем, редакционного комментария, аналитического материала;
4. возможно ли получение того или иного материала по системе видеообмена, от дружественной телерадиокомпании или из других аналогичных источников.

В любом случае, приоритетами при отборе материала являются два фактора: определение иерархии по значимости событий – исходя из этого фактора, принимается, в частности, решение о том, прозвучит ли информация о каком-то событии в эфире подробно, коротко, либо вообще не

прозвучит; при принятии решения о необходимости включения в программу данной конкретной темы, на первое место ставится определение возможности выдать в эфир собственные материалы редакции.

В практике телеканалов все эти вопросы корректируются еще и концепцией новостной программы. Деление новостных программ по концептуальности является весьма условным. Тем не менее, представление о том, что концепции программ могут различаться должно помочь формированию у корреспондента представлений о том, какова значимость его собственного сегодняшнего материала. Одно и то же событие может быть как новостью дня, как просто получить право на место в эфире, так может и оказаться в редакторской корзине.

Выпуск программы традиционно состоит из нескольких тематически собранных разделов. Первым обычно выдается в эфир блок видеосюжетов и устной информации, относящихся к главным новостям дня, в первую очередь – имеющих сенсационный характер. Затем в разной последовательности могут выделяться в блоки официальные сообщения, другая внутривполитическая информация, экономические новости, международные события и новости из других стран, новости культуры, социальной сферы и т.д.

Существует множество точных результатов исследований аудитории, которые очень конкретно показывают, когда при просмотре выпуска новостей человек нажимает кнопку на пульте дистанционного управления, чтобы переключиться на другой канал. Существует два самых опасных момента, когда можно потерять аудиторию: в самом начале выпуска – если это скучный сюжет, и во время рекламного блока – если вы не заложили какие-то заманчивые для зрителя предложения, не проанонсировали следующую часть новостей.

Итак, каковы же компоненты яркого выпуска новостей?

1. Диктор, который будет вести себя достаточно персонально по отношению к зрителю.

2. Сценарный слог и стиль производства.

3. Комбинация диалога ведущих в студии и репортеров на выезде (в прямом эфире).

4. Последовательный и узнаваемый графический стиль (логотип канала, номер канала - везде, в любой графической заставке).

5. Интершум – звук (на уровне 10%) помогает оживить сюжет.

6. Музыка (шапка новостного блока, отбивки внутри программы, специальное использование к сюжету очеркового характера).

### **Контрольные вопросы и задания**

**1. Из каких блоков состоит стандартный выпуск телевизионных новостей?**

**2. Какие стили выпусков новостей предлагает Н.Зверева? Приведите свои примеры.**

3. **Каким сюжетом лучше начать выпуск новостей?**
4. **В чем заключается роль анонсов?**
5. **Назовите типы новостных сюжетов.**
6. **Почему выпуски новостей, выходящие в эфир в разное время, отличаются друг от друга?**
7. **Проанализируйте выпуск новостей какой-нибудь федеральной или местной телекомпании по следующей схеме:**
  - 1) *Название телеканала и программы*
  - 2) *Дата и время выхода в эфир*
  - 3) *Количество сюжетов, форма подачи*
  - 4) *Средняя длительность сюжета*
  - 5) *Ведущий и степень его активности*
  - 6) *Оперативность новостей*
  - 7) *Полнота освещения информации*
  - 8) *Логичность построения программы*
  - 9) *Разнообразие жанров*
  - 10) *Выразительные средства*
  - 11) *Гармония картинки и текста*
  - 12) *Stend-ap*

### **Практикум**

#### Упражнение 1.

Представьте, вы работаете на федеральном телеканале и делаете классический тип новостей. За этот день в вашем городе случилось три ярких события:

- *пожар в одном из цехов крупного комбината*
- *неожиданное исключение из партии «Единая Россия» главы администрации района,*
- *повышение цены на хлеб.*

С какой новости вы начнете выпуск?

Почему?

#### Упражнение 2.

Группа делится на подгруппы, которым предстоит отобрать из новостной ленты Агентства «Новый Регион» новости, которые, на их взгляд, могут быть использованы в выпуске теленовостей. Каждая подгруппа верстает свой вариант выпуска (форма и жанр сообщения, хронометраж и т.д.)

*НОВОСТИ ДНЯ 17.01.2006 11:34      Агентство      «Новый      Регион»  
newregion@r66.ru*

*Два часа назад вооруженные люди пытались захватить рынок «Екатерининский-привоз».*

*Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Петр Кольцов) - Сегодня утром в столице Среднего Урала едва не произошел очередной передел собственности. В 7-30 на территорию рынка «Екатеринбургский привоз» ворвалась группа*

вооруженных людей в количестве 40 человек. Разоружив местную охрану, неизвестные блокировали грузовиками все выезды с территории «Привоза». Ни один из захватчиков, по словам работников рынка, не представился, не предъявил никаких документов и никак не объяснил происходящее. Прибывшие на место происшествия сотрудники милиции лишь через час выяснили, что 10 вооруженных мужчин являются судебными приставами. Остальные 30 человек работают в частном охранном предприятии. Кстати, ЧОПовцы при виде милиционеров мгновенно покинули территорию рынка. В данный момент милиционеры пытаются выяснить, на основании чего была осуществлена попытка захвата торгового предприятия. «Новый Регион» будет следить за развитием событий.

***В Свердловской области из-за морозов объявлено штормовое предупреждение***

***Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Александр Шелл)*** - В Свердловской области объявлено штормовое предупреждение. Об этом сообщает пресс-служба Главного управления МЧС РФ по Свердловской области. По сообщению Свердловского центра по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды с региональными функциями, 12 января на востоке Среднего Урала ожидается температура воздуха ночью -28-33 градуса, на крайнем востоке до -43 градусов, днем местами до -31 градуса. В муниципальные образования направлены «Экстренные предупреждения». Напомним, что сильные морозы ожидаются и в Екатеринбурге 16 января.

***На следующей неделе в Екатеринбурге будет усилена подача отопления, чтобы из-за морозов не лопнули трубы***

***Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Маргарита Казимова)*** - На следующей неделе в Екатеринбурге будет усилена подача отопления, чтобы из-за морозов не лопнули трубы. Таким образом муниципальные отопительные сети готовятся к холодам. Как рассказал «Новому Региону» заместитель главного инженера Свердловских тепловых сетей Михаил Деминов, подача отопления постоянно варьируется в зависимости от изменения погоды. Напомним, на следующей неделе синоптики прогнозируют по области сильные морозы за 40 градусов. В этом случае коммунальным службам придется максимально увеличить подачу тепла в квартиры горожан. Как отмечают энергетики, отопление усиливают не только для поддержания нормальной температуры в домах, но и для того, чтобы сами трубы в морозы не лопнули. В Свердловских тепловых сетях обещают, что никаких аварий из-за морозов не произойдет. Как стало известно «Новому Региону», подготовка к холодам началась также в нижнем Тагиле. Глава города Николай Диденко дал задание ответственным службам заранее рассмотреть варианты обеспечения населения теплом в подобных условиях и закончить все подготовительные работы до воскресенья. Напомним, на севере Свердловской области, в Тавде и Ивделе температуры ниже минус 40 градусов были зарегистрированы Уралгидрометом уже на этой неделе.

***В Екатеринбурге было уничтожено 14 тысяч видеокассет с художественными фильмами***

***Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Дарья Травкина)*** - Накануне в Екатеринбурге было уничтожено более 14 тысяч контрафактных видеокассет,



незаконно изготовленных одним из индивидуальных предпринимателей с целью дальнейшей продажи. Как сообщает пресс-служба прокуратуры Свердловской области, ликвидация продукции происходила на основании вступившего в законную силу приговора Чкаловского районного суда, которым ИП Бочкарев был осужден по ст. 146 УК РФ «Нарушение авторских и смежных прав» к трем годам лишения свободы (условно) со штрафом в размере 50 тысяч рублей. В ходе предварительного расследования и судебного рассмотрения данного уголовного дела установлено, что гражданин Бочкарев в 2003 году в складском помещении на территории поселка Горный Щит, не имея установленных законом прав на производство и распространение аудиовизуальных произведений, занимался изготовлением контрафактных видеокассет с записями художественных, мультипликационных фильмов и музыкальных программ. Тем самым он нарушил авторские права различных правообладателей. При производстве видеокассет предприниматель использовал 847 видеоплееров, 27 DVD-плееров и около двух десятков телевизоров. Незаконная деятельность дельца была пресечена сотрудниками милиции. По окончании следствия дело было направлено в суд, который приговорил подсудимого к вышеуказанной мере наказания и постановил уничтожить изготовленные видеокассеты. Аппаратура (видеоплееры, телевизоры и т.д.) по приговору суда конфискованы в доход государства.

#### **Свердловские власти оставили инвалидов-колясочников без социального такси**

**Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Александр Шелл)** - В Екатеринбурге прекратило работу социальное такси, занимавшееся перевозкой инвалидов-колясочников. Причиной этому стало отсутствие финансирования. Как сообщил «Новому Региону» руководитель социальной службы Андрей Сазонов, сейчас выполняются только старые заказы, новых заявок не принимается. Примечательно, что на данный момент совершенно не ясно, кто именно должен финансировать социальное такси. «Наши специалисты в настоящее время выясняют это в министерстве соцзащиты области, скорее всего результаты будут известны уже сегодня», - заявил господин Сазонов.

Между тем, заместитель областного министра социальной защиты Алексей Никифоров заявил, что он не знает, кто должен финансировать социальное такси. По его словам, скорее всего, данный вопрос находится в ведении министерства здравоохранения, а не соцзащиты. В министерстве здравоохранения в свою очередь настаивают, что это компетенция минсоцзащиты.

Как рассказала «Новому Региону» председатель екатеринбургской общественной организации инвалидов-колясочников «Свободное движение» Елена Леонтьева, прекращение приема заявок на социальное такси - это настоящее бедствие. «У инвалидов не осталось практически никакой альтернативы, особенно зимой. Если летом многие пользуются своими автомобилями, то зимой это очень сложно - нужно добраться до стоянки, расчистить снег. Поэтому большинство инвалидов ездят на социальном такси. По социально-значимым объектам оно возит бесплатно, а добраться до другого пункта назначения, стоит значительно дешевле, чем на обычном такси. Общественный транспорт для колясочников также неприемлем, хоть мы и имеем льготы на проезд, ездить в трамваях, троллейбусах и автобусах невозможно. Вообще реформа местного

самоуправления проходит очень коряво. С этого года у нас еще забрали право раз в семь лет покупать автомобиль со скидкой 60 процентов. Министр здравоохранения и социального развития РФ Михаил Зурабов заявил, что вместо этого в России будет развиваться социальное такси. Екатеринбургская администрация еще как-то выцарапывала деньги на эти цели, но теперь все передали области. У меня, например, складывается такое ощущение, что региональным властям это совсем ни к чему. Что будет дальше - неизвестно», - говорит госпожа Леонтьева.

Напомним, что до 1 января 2006 года социальное такси находилось в ведении муниципалитета и финансировалось из городского бюджета. С начала года, в соответствии с муниципальной реформой, службу передали на баланс области, однако, как выяснилось, в расходных статьях регионального бюджета средства на осуществление деятельности этой социальной организации не предусмотрены.

**Екатеринбуржцы собираются отпраздновать старый Новый год с таким же размахом, как и обычный**

**Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Маргарита Казимова)**- Екатеринбургцы собираются отпраздновать старый Новый год с не меньшим размахом, чем традиционный. Большая часть билетов на программы с 13 на 14 число в ночных заведениях города уже раскуплена. В старый новый год в Екатеринбурге будут работать почти все клубы, бары и рестораны. В то время, как в Новогоднюю ночь, открытыми оставались лишь считанные единицы заведений. К старому же Новому году бары и кафе города приготовили специальную программу для своих посетителей. Как рассказала «Новому региону» сотрудница одного из крупных екатеринбургских ресторанов, сейчас свободными остались лишь несколько столиков. Есть заказы на банкеты на 45-50 человек, в большинстве случаев это корпоративные мероприятия. В этом году Старый новый год приходится с пятницы на субботу. Горожане могут позволить себе расслабиться, поэтому и заказов много, отмечают работники ресторанов. Примечательно, что в этот раз Старый Новый год приходится на пятницу, 13.

**Очередной армейский скандал - солдат-срочник из Свердловской области доставлен в больницу Челябинска с гангреной обеих ног**

**Екатеринбург, Январь 12 (Новый Регион, Ирина Валентинова)**- Солдат-срочник из Свердловской области с обморожением и серьезными травмами доставлен в больницу Челябинска. У призывника зафиксирована гангрена обеих ног, части мошонки и многочисленные переломы. Медики сделали молодому человеку операцию - ампутировали одну ногу. Сейчас военнослужащий находится в реанимации. По предположению медиков, в части имели место неуставные отношения, и травмы, полученные солдатом - ни что иное, как результат издевательств.

Пострадавший был призван со Среднего Урала летом 2005 года в военную часть в Бешикле (Челябинская область). В военной прокуратуре Приволжско-Уральского военного округа от комментариев пока отказались, заявив, что информацию нужно согласовать с руководством. Военный комиссар Свердловской области Александр Кудрявцев заявил, что пока никаких официальных данных об этом происшествии в военкомат не поступало.

### **Через 3 месяца в Екатеринбурге может возникнуть дефицит алкоголя**

**Екатеринбург, январь 12** (Новый Регион, Маргарита Казимова) - Нехватка алкоголя может возникнуть на екатеринбургском рынке через 3 месяца. Крупнейшие российские предприятия алкогольной отрасли с начала нового года вынуждены были остановить производство из-за отсутствия акцизных марок. По сообщениям федеральных СМИ, сейчас простаивают все предприятия «Росспиртпрома», среди которых группа компаний «Русский алкоголь», московский завод «Кристалл», завод «Родник» и ликероводочный завод «Ярославский». Как стало известно «Новому Региону», с 3 января остановлена работа на Среднеуральском виноводочном заводе. Напомним, на сегодняшний день это единственное действующее в области предприятие по выпуску алкогольной продукции.

Введение новых акцизных марок и внедрение на предприятиях предусмотрено федеральным законом «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», вступившем в силу с 1 января 2006 года, однако акцизных марок было отпечатано очень мало, из-за чего большинство предприятий и вынуждены простаивать уже почти две недели. Убытки государства из-за неуплаты акциза ежедневно составляют около 10 млн. рублей.

Тем не менее, на объеме поставок в Свердловскую область простой главных предприятий алкогольной продукции пока никак не отразился. Как рассказал «Новому Региону» сотрудник одного из крупных городских магазинов алкогольной продукции, сейчас новогодний ажиотаж на алкоголь исчез. «Конечно, некоторый всплеск интереса мы ожидаем на Старый Новый год, в грядущие выходные. Но главная волна покупок алкоголя у горожан уже прошла», - отметил сотрудник магазина алкогольной продукции. Каких-либо затруднений с закупкой алкоголя екатеринбургские магазины пока не испытывают. Однако, уже спустя 3 месяца, в городе может возникнуть дефицит спиртосодержащих напитков.

Дело в том, что сейчас местные магазины получают поставки от российских предприятий, заказанные еще 3-6 месяцев назад (заказы на спиртные напитки выполняются довольно долго - от 3 до 6 месяцев в зависимости от вида алкоголя). Но нет никакой гарантии, что не возникнет проблем с поставкой продукции, которую екатеринбургские магазины заказали в январе 2006 года, в период, когда предприятия-производители простаивали. То есть буквально в середине весны жители Среднего Урала могут остаться без водки и вина.

Вполне возможно, что из-за нехватки алкоголя можно ожидать повышения цен. Специалисты рынка алкогольной продукции считают, что дефицит алкоголя приведет к увеличению объемов нелегальной продукции. Представители крупных городских магазинов алкогольной продукции заверяют, однако, что дефицита у них не будет. Российских производителей могут заменить иностранные.

Кроме того, крупные магазины, согласно принятому недавно закону, единственные имеют право на реализацию алкогольных напитков. Магазины, имеющие площадь меньше 50 кв. м., а также зарегистрированные на частных лиц, больше не имеют права торговать алкоголем. Основная часть вино-водочной продукции будет сосредоточена в крупных торговых центрах.

**«Старый Новый Рок» поменял площадку из-за запрета на продажу алкоголя**

**ЕКАТЕРИНБУРГ. 12 января.** Организаторы зимнего фестиваля «Старый Новый Рок» поменяли место проведения фестиваля из-за запрета на рекламу, продажу и употребление

алкоголя в спортивных учреждениях. В прошлом году «Старый Новый Рок» проходил во Дворце игровых видов спорта Екатеринбурга, в этот раз рокеры сыграют в ККТ «Космос», — сообщил на сегодняшней пресс-конференции директор фестиваля Евгений Горенбург. По его словам, спонсорами фестиваля выступили производители алкоголя, поэтому рок-концерт не мог лишиться алкогольной составляющей. Кроме того, по информации Евгения Горенбурга, организаторы фестиваля постоянно заняты поиском новых концертных форм, и «Космос» привлек их как еще не освоенная «Старым Новым Роком» территория. В киноконцертном театре будет работать 4 концертные площадки: главная, «Energy», «Настроение» и танцевальная. Бюджет фестиваля составляет 120 тысяч долларов США. Безопасность обеспечат металлодетекторы на входе, 60 охранников «Космоса» и усиленный наряд милиции.

В фестивальной программе примут участие 24 рок-группы со всей России. Кроме того, на «Старом Новом Роке» выступят «Агата Кристи», «Смысловые галлюцинации», «Чайф», Максим Покровский, «Топ», Вячеслав Бутусов и финская группа «Комета». Рок-концерт начнется 13 января в ККТ «Космос» в 19:00, сообщил Евгений Горенбург.

**Аркадий Чернецкий открыл обновленную школу №76 в Октябрьском районе Екатеринбурга**

**ЕКАТЕРИНБУРГ. 12 января.** После глобальной реконструкции сегодня открылась школа №76 в Октябрьском районе Екатеринбурга.

Как сообщает пресс-служба мэрии, в течение полутора лет в рамках реализации городской программы реабилитации ветхих школ, которую курирует лично глава Екатеринбурга Аркадий Чернецкий, в стенах этого учебного заведения проводился капитальный ремонт. Помимо полного обновления старого школьного здания, которое было построено в середине 1950-х годов, здесь возведен пристрой, под сводами которого разместились современные спортивный, тренажерный и гимнастический залы. Внутри же основного учебного корпуса теперь оборудованы столярная мастерская, кулинарный и швейный кабинеты, современный пищеблок, новая столовая и просторные раздевалки. После капитальной реконструкции в школу была завезена новая мебель и специальное оборудование. Так что теперь в распоряжение учеников и учителей школы №76 имеется свой компьютерный класс, а в кабинете химии каждая парта оборудована краном с холодной водой и сливным устройством для утилизации реактивов.

Стоит отметить, что за счет капитальной реконструкции площадь общеобразовательного учреждения увеличилась на одну тысячу квадратных метров. В итоге, по словам директора школы №76, кандидата педагогических наук Владимира Вьюкова, получилась современная школа, рассчитанная на 500 человек, отвечающая всем образовательным требованиям, а также соответствующая новым санитарным и противопожарным нормам. Примечательно, что открытие школы совпало с ее 50-летним юбилеем. За полувековой период своей плодотворной деятельности школа №76 выпустила

*около 600 медалистов. Среди ее бывших учеников 42 доктора наук и множество известных в Екатеринбурге и за его пределами людей. Глава города Аркадий Чернецкий, предваряя церемонию торжественного открытия обновленного школьного комплекса, выразил надежду на то, что успехи и достижения выпускников прошлых лет будут подхвачены нынешним поколением учащихся, для успешного обучения которых муниципалитет создал все необходимые условия.*

## **Организация работы отдела новостей Журналист в программах новостей: роли и имиджи**

Отдел новостей – это не просто хорошо слаженная производственная структура, а большая команда, которая должна придерживаться одной информационной политики. Информационная политика – это события, на которые вы обращаете внимание, и то, как именно вы освещаете эти события.

В изучении этого темы студентам стоит обратить внимание прежде всего на следующие учебники и учебные пособия: «Журналистика» В.В.Ворошилова, «Телевизионная журналистика» под редакцией Г.В.Кузнецова, «Редакция информации регионального телевидения: принципы организации» С.Ю.Агапитовой, «Организация работы отдела новостей: Материалы семинара для директоров отделов новостей»(АНО «Интерньюс»), а также на книгу американской тележурналистки Маккаллах Кэрролл «Новости на ТВ», в которой отдельная глава посвящена принципам организации студии новостей и специализациям ее сотрудников.

Автор учебника «Журналистика» В.В.Ворошилов обращает внимание на то, что отдел новостей - это и группа людей, объединенных общими целью и программой, и предприятие, задача которого – произвести специфический продукт – массовую информацию для удовлетворения запросов аудитории и для получения прибыли.

С.Ю.Агапитова, рассматривая работу редакцию информации регионального телевидения, подчеркивает, что специфической особенностью телевизионного творчества является коллективный характер журналистского труда, что ярко отражается и на работе отдела новостей.

Каких же правил рекомендуют придерживаться практики новостного телевидения?

### **Правила:**

Пункт первый: Не снимать ничего, что не будет иметь значения для ваших зрителей. Необходимо расставлять приоритеты.

Пункт второй: Новости – это о людях и для людей.

Пункт третий: Говорить со зрителем простым и доступным языком. Писать так, чтобы это было понятно всем с первого раза. У зрителя есть всего лишь один шанс это услышать, увидеть и понять.

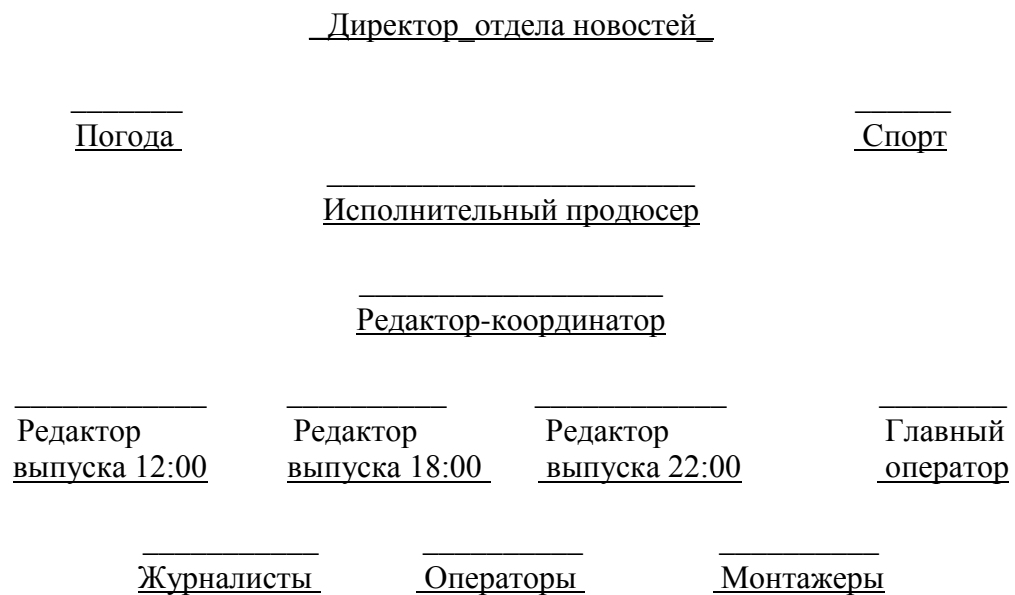
Пункт четвертый: Показывать новости, максимально используя возможности видео.

Пункт пятый: Относиться к зрителю так же, как вы хотите, чтобы они относились к вам.

Пункт шестой: Гордиться компанией, где работаете, профессией и ответственностью, которая возложена на вас.

Пункт седьмой: Быть лучше, чем ваши конкуренты, чем другие СМИ в вашем городе, чем вы сами были вчера.

Обратимся к структуре отдела новостей, которую предлагают авторы материалов семинара «Организация работы отдела новостей» (Интерьюс, 1998), и должностным инструкциям.



Директор отдела новостей (обязанности и ответственность)

Ответственность за ежедневное функционирование отдела

Разработка творческой концепции информационного вещания с учетом технических возможностей и штата службы.

Ежедневное осуществление общего руководства службой при подготовке информационных блоков, контроль за качеством новостийных выпусков,

Контроль за своевременным выходом в эфир запланированных, а также экстренных информационных выпусков, хронометражем, наполнением, техническим и кадровым обеспечением.

Контроль и утверждение верстки информационного выпуска.

Редактирование текстов журналистов, в случае необходимости просмотр отснятых и смонтированных сюжетов до выхода в эфир.

Работа в тесном контакте с продюсером и редактором –координатором выпуска для определения его содержания.

Обсуждение с репортерами важных сюжетов до их выезда на съемку.

Обеспечение регулярной связи с сотрудниками для повышения их профессионального мастерства и соответствия стилю подачи новостей, принятому на телекомпании.

Координация деятельности службы с другими подразделениями телекомпании.

Формирование штата службы новостей с учетом штатного расписания  
Контроль над обеспечением работников службы новостей необходимыми условиями труда.

Составление графика работы сотрудников отдела, контроль над его соблюдением.

Учет количества и качества работы сотрудников службы новостей.  
Контроль за соблюдением КЗОТа в своем отделе.

#### Продюсер службы новостей (обязанности и ответственность)

Ответственность за информационное наполнение выпуска, отбор, качество и оперативность.

Перепроверка и уточнение информации.

Регулярная связь с постоянными информаторами службы, пресс-центрами и ответственными лицам и различных административных, политических, экономических, силовых и общественных структур, спортивных и культурных учреждений.

Ежедневное утверждение плана съемок и предварительной верстки программы.

Тесный контакт с директором службы и редактором-координатором.

Контроль за сохранностью и использованием монтажной, оргтехники и другого оборудования в отделе.

Ответственность за аккуратное ведение компьютерного архива.

Прочие обязанности в соответствии с производственной необходимостью по распоряжению директора службы, не противоречащие КЗОТу.

#### Редактор-координатор (регулирующий)

Тесный контакт с продюсером отдела новостей для определения содержания выпуска, ответственность за своевременное наполнение программы устной и видео-информацией.

Ежедневное согласование с продюсером плана съемок и предварительной верстки программы.

Согласование с продюсером необходимых изменений в плане съемок и монтажа.

Осуществление телефонной связи с источниками информации.

Ответственность за ежедневное пополнение файлов по будущим сюжетам (архив тем), в случае необходимости перепроверяет точность, достоверность и полноту поступающей информации, а также контролирует наличие указания на ее источники.

Координация деятельности репортеров, операторов, режиссеров, в соответствии с утвержденным графиком съемок.

Контроль за соблюдением общего плана съемок, подготовки сюжетов, монтажа программы.

Контроль за техническим обеспечением съемок (машинами, камерами, кассетами и т.д.)

Ответственность за своевременное пополнение компьютерного архива, контроль за достаточным количеством и качеством копий.

#### Корреспондент отдела новостей

Деятельность в соответствии с Законом РФ о печати и другими нормативными документами и актами, Этическим кодексом журналистов.

Систематический сбор, анализ и переработка информации, использование материалов пресс-служб, информационных агентств, журналов, телепрограмм и т.д.

Ответственность за достоверность, точность, полноту, своевременность и корректность предлагаемой к эфиру информации.

Разработка идей своих сюжетов.

Работа с учетом общего плана съемок и монтажа программы.

Во время дежурства подготовка нормативного количества репортажей и устных сообщений в соответствии с требованиями качества и оперативности.

Выезд на место событий с оператором (или самостоятельно – при умении снимать самостоятельно).

Уточнение перед выездом информации и согласование плана съемок с директором отдела или редактором-координатором, обсуждение с оператором темы сюжета до съемок.

Руководство съемочной группой на выезде.

#### Телеоператор

Выезд на съемки сюжетов вместе с репортером.

Работа в тесном контакте с репортером, обсуждение сюжетов и согласование плана съемок.

Постановка репортажных съемок, согласование их с репортером.

Ответственность за качество и количество видеоматериала, отснятого на выезде, контроль за качеством звукозаписи во время репортажных съемок.

Контроль за исправностью и работоспособностью необходимой аппаратуры (камеры, микрофона, батарей, штатива и т.д.)

Проведение съемок с учетом правил эксплуатации вверенной ему техники.

Выполнение функций студийного оператора во время прямого эфира и студийной записи программ.

Контроль за порядком и чистотой в студии и в операторской.



Контроль за исправностью видеоаппаратуры и светильников в студии, решение оперативных технических вопросов совместно с технической службой и руководством отдела.

Подготовка студии к прямому эфиру, или записи за 30 минут до начала работы.

Возможно совмещение должностей. Например: директора отдела новостей, исполнительного продюсера и редактора-координатора. Или: корреспондента и телеоператора (команда из одного человека).

Самый ценный работник отдела новостей – человек, который знает, как делать все.

Данная тема предполагает и разбор основных журналистских профессий, которые имеют место в отделе, редакции или дирекции новостей: репортер, ведущий, редактор.

Журналист-репортер должен:

непрерывно поддерживать контакт с участниками репортажа и с телезрителями одновременно,

следить за развитием события (действия),

следить за выступлением участников репортажа,

следить за работой съемочной группы,

следить за регламентом времени,

контролировать самого себя. («Курс радиотелевизионной журналистики»).

Репортер (или корреспондент) – одна из главных творческих фигур телевизионных новостей, от которой зависит и качество сюжетов, и полнота выпуска.

Журналист-ведущий новостей или как раньше называли «диктор» фактически выступает в роли дирижера (С.Ю.Агапитова – «солидный фундамент») выпуска новостей. Ведущего считают визитной карточкой телекомпании, поэтому уделяется большое значение выбору ведущего, его имиджу и профессионализму. Ведущий в кадре начинает выпуск новостей и заканчивает его. Однако это лишь надводная часть айсберга. Ведущий с выпускающим редактором составляет очередность сюжетов в выпуске, затем пишет свой текст – подгоняет поводку каждого сюжета под свой стиль.

Разбирая со студентами идеальный имидж ведущего новостей, обращается внимание на те слагаемые, из которых имидж состоит. Этот вопрос достаточно полно дается в учебных пособиях «Телевизионная журналистика» В.Л.Цвик и «Редакция информации регионального телевидения: принципы организации» С.Ю.Агапитовой. Ведущий, открывая выпуск новостей, не должен отвлекать внимание зрителей от самих новостей, поэтому предпочтительна строгая одежда, чаще - пиджак, минимум украшений, неброские грим, макияж и прическа.

В имидже ведущего новостных программ важны не только привлекательная внешность и обаяние, отличная дикция и грамотная речь, не только умение вести себя в кадре, но и определенный кругозор, компетентность в темах, которые поднимаются с экрана. Телевизионная речь представляет собой особую массово-коммуникационную разновидность речи, в которой имеют значение в равной степени и звук, и изображение, и непосредственно речь.

В «Словаре профессий» ([www//http:job.hll.ru](http://www.job.hll.ru)) четко сформулированы требования к телевизионному ведущему: профессионально важные качества (хорошая дикция, память, эмоциональность, художественный вкус, логическое мышление), квалификационные требования (высшее гуманитарное образование), медицинские противопоказания (нарушение дикции, нервные и психические заболевания, выраженные нарушения органов зрения слуха). Идеальный случай – когда ведущий имеет журналистский опыт, что позволяет ему не просто механически читать новости, а выступать членом журналистской команды.

Ларри Кинг, звезда американского ТВ считает: «Телевизионный ведущий должен обладать двумя замечательными качествами. Первое – любопытство. Второе – умение слушать. Я часто говорю своим студентам, что могу обучить их всему, кроме этих двух вещей».

Редактор – это опытный сотрудник отдела новостей, осуществляющий новостную политику канала. Он выступает и в роли автора, и в роли выпускающего редактора, и в роли координатора.

### **Контрольные вопросы и задания**

- 1. Как выглядит типичная структура отдела новостей? Как происходит взаимодействие всех его звеньев?**
- 2. В чем заключаются должностные обязанности редактора-координатора и продюсера отдела новостей? Почему на некоторых телекомпаниях эти должности совмещены?**
- 3. Кому подчиняется оператор?**
- 4. Какими профессиональными качествами должен обладать телерепортер? Назовите известных российских телерепортеров и запомнившиеся вам их новостные сюжеты.**
- 5. Составьте коллективный портрет телерепортера в программе Российского телевидения «Вести».**
- 6. Проанализируйте имидж ведущих в новостных программах НТВ.**
- 7. Сформируйте штат телевизионной редакции новостей региональной телекомпании, который смог бы обеспечить трехразовый выпуск новостей в эфир.**
- 8. Рассмотрите должностные обязанности отдела новостей и выберите должность, которая вам показалась наиболее**

**подходящей для вас. Свяжитесь с сотрудником местного телевидения, занимающим эту должность, и возьмите у него интервью (по телефону или лично) о его работе. Оформите интервью письменно. Перечислите свои собственные качества, подходящие для этой работы, и те качества, которые необходимы, но их у вас пока нет.**

## **Практикум «Телевизионный марафон»**

Студенческая группа пробует себя в качестве отдела новостей телекомпании N. Импровизированному отделу предстоит под кураторством преподавателя подготовить в режиме «реального времени» выпуск новостей.

### ***Методические указания***

*Работа строится в несколько этапов:*

- 1. Формирование штата отдела, распределение обязанностей согласно штатному расписанию;*
- 2. определение тем и предварительный обговор сюжетов с «редактором-координатором»;*
- 3. составление графика съемок и последующего монтажа;*
- 4. обговор сюжета с оператором, непосредственные съемки;*
- 5. написание редакторских текстов и монтаж сюжетов;*
- 6. верстка выпуска;*
- 7. написание текста ведущего;*
- 8. выпуск в эфир;*
- 9. анализ и обсуждение выпуска с преподавателем и приглашенным журналистом-практиком.*

## **Образовательные технологии преподавания дисциплины**

При проведении занятий предусмотрено использование активных и интерактивных технологий (лекции, электронные презентации, диспуты и др.) в сочетании с внеаудиторной работой студентов.

Семинарские занятия, хотя и занимают небольшую часть курса, требуют от студентов высокого уровня подготовки. Выступление носит характер *презентации*: студент не только представляет теоретические данные по выбранному вопросу, но и иллюстрирует сказанное примерам из современной практики российского и/или зарубежного телевидения.

Необходимо при чтении курса владение лектором примеров из практики работы редакции новостей, что позволяет студентам на примерах изучать типичные ошибки начинающих журналистов и находить лучшие приемы и методик работы на съемочной площадке и на стадии постсъемочного процесса.

### **Виды самостоятельной работы студентов**

При изучении курса «Новостная тележурналистика» большое значение придается самостоятельной работе студентов. При прохождении дисциплины студентам рекомендованы следующие виды самостоятельной работы:

- изучение рекомендованной литературы и тематических нормативных актов Российской Федерации;
- просмотр и анализ телевизионных программ;
- контакт с практикующими журналистами ТВ

### **Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины**

1. Работа над созданием новостного материала с учетом тематической концепции программы.
2. Теория и практические упражнения по подаче разнообразных новостных блоков. Новости спорта, новости шоу-бизнеса, светская хроника, детские новости, "вести", криминальная хроника, бизнес, финансы и др..
3. Эффективная программа подготовки информационного материала.
4. Редакторское мастерство. Работа над содержанием.
5. Работа с текстом.
6. Освоение практических навыков работы в "студии новостей".
7. Изучение рекомендованной и дополнительной литературы по курсу
8. Чтение различных информационных источников для понимания специфики работы каждого из них и знания «повестки дня». Изучение состава правительства и высших должностных лиц государства и региона

### **Основная литература**

Агапитова С.Ю. Редакция информации регионального телевидения: принципы организации: Учеб.метод. пособие. – СПб.: С.-Петербург.гос.ун-т, 2004.

Борецкий Р.А., Кузнецов Г.В. Журналист ТВ: за кадром и в кадре., М., 1990

- Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики: Учебное пособие/ Т.В.Васильева и др.; Под ред. С.Ю.Агапитовой, Е.П.Почкай. – СПб.: Специальная литература, 2004.
- Дмитриев Л.А. Искусство информации. М., 1996.
- Дмитриев Л.А. Телевизионные жанры. М., 1991.
- Как делать телевидение/ Учебный проект – М.: АНО «Интерьюс», 2000.
- Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник/.Н.Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005.
- Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ : Учебное пособие / Г.В.Кузнецов. – М.: Изд-во МГУ, 2000.
- Кузнецов Г. Журналист на экране. М., 1985.
- Мастерство эфирного выступления. Учебное пособие. М., 1996.
- Медиа. Введение: Учебник / Под ред. А.Бриггза, П.Кобли, Пер. с англ. Ю.В.Никуличева. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2005. – (Серия «Зарубежный учебник»).
- Муратов С.А. Диалог. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983.
- Отт У. Вопрос + ответ = интервью. 1991.
- Руководство для создателей передач Би-би-си. М., 1971.
- Синицин Е. Я веду репортаж. М., 1983.
- ТВ-репортер / Сб. – М., 1976.
- Телевизионная журналистика. Учебник под ред. Г.В.Кузнецова, МГУ, 1994.
- Теленовости: секреты журналистского мастерства/ Реферат книги И.Фэнга «Теленовости, радионовости», Сент-Пол, 1985/ Переиздание - М.: ИПКР ТВ и РВ ФСТР, 1997, 2 части.
- Фролов М.Л. И снова к микрофону выхожу... Л., 1979.
- Хейли А. Вечерние новости. М., 1993.
- Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В.Л.Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. – М.: Аспект Пресс, 2002.
- Юровский А. Телевидение – поиски и решения. М., 1993

### **Дополнительная литература**

- Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Перевод с англ. В.Мишукова, Предисловие А.Лебедева. Изд. 2-е/ А.Бард, Я.Зодерквист. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
- Бесс Б., Дезормо Д. Построение телевизионного репортажа. Перевод с англ./ Б.Бесс, Д.Дезормо – М.: Галерея, 2004

- Васильева Л.А. Делаем новости! : Учебное пособие/ Л.А.Васильева. – М.: Аспект Пресс, 2003.
- Герасимова С.А. Культурология и теория телекоммуникации.: Учебное пособие/ С.А.Герасимова. – М.: Гардарики, 2007.
- Дэннис Э., Мэррил Дж. Беседы о масс-медиа – М.: Вагриус, 1997.
- Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста: Учебное пособие / Н.В.Зверева. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- Искусство разговаривать и получать информацию. – М., 1993.
- Ковач Б. и Розенстил Т. Элементы журналистики. – М.: Престиж, 2004.
- Кэрролл Маккалах В. Новости на TV/ Пер. с англ. – 2-е изд., испр. – М.: Мир, 2004 – Мультимедиа для профи.
- Лукина М. Технология интервью: Учебное пособие для вузов/М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М.: Аспект Пресс, 2005.
- Льюис Б. Диктор телевидения. М., 1973.
- Делахей М. Советы тележурналисту/ Перевод с английского // [http://www.videoton.ru/Articles/advice\\_tv.html](http://www.videoton.ru/Articles/advice_tv.html)
- Моулд Д. Очень прибыльные новости, или как улучшить телевыпуски новостей в странах СНГ//[www.urc.am/russian/colleagues/pressclub/](http://www.urc.am/russian/colleagues/pressclub/)
- Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии/ А.П.Назаретян. – СПб.: Питер, 2003.
- Организация работы отдела новостей: Материалы семинара для директоров отделов новостей – М.: Интерньюс, 1998.
- Руководство для создателей передач Би-Би-Си / Перевод с английского/ Переиздание – М.: ИПКР ТВ и РВ ФСТР, 1997.
- Саруханов В.А. Азбука телевидения – М., 2002.
- Труд журналиста: Методика и техника журналистского общения: (Интервью, беседа «за круглым столом»)/ Сост. В.П. Таловов. Л., 1983.
- Шостак М.И. Журналистика новостей: вопросы технологии. М., 1996.

### Экзаменационные вопросы

1. Цель производства новостей. Политика телеканала.
2. Журналистская информация и телевизионная информация.
3. Телевизионная информация: сбор, обработка, распространение.
4. Информационное сообщение на ТВ
5. Изобразительно-выразительные средства ТВ.
6. Критерии отбора новостей
7. Жанры информационной публицистики.
8. Интервью
9. Интервью как жанр и как метод телевизионной публицистики.
10. Виды интервью.
11. Тема и сообщение.
12. Признаки телевизионных информационных жанров
13. Источники информации: особенности каждого из них.

14. Отчет
15. Способы правильного менеджмента информации. Учетная таблица
16. Организация работы отдела новостей
17. Как определить тему? Перекрестная таблица.
18. Подготовка репортажа
19. Выбор угла подачи (вертикаль, диагональ, горизонталь, зигзаг)
20. Выступление
21. Аудитория новостных выпусков
22. Подготовка интервью
23. Стили новостных программ (по Н.Зверевой)
24. Репортаж
25. Верстка новостей
26. Специальный репортаж
27. Типы сюжетов
28. Новостные телеканалы (Россия)
29. Стэнд-ап
30. Изобразительный ряд: планирование, композиция, постановка действия
31. Глобальные телесети новостей
32. Журналист в программах новостей: роли и имиджи
33. Зарубежные новостные телеканалы
34. Роль анонсов в выпусках новостей
35. CNN: концепция вещания и информационная политика
36. EURONEWS: концепция вещания и информационная политика
37. Al-Jazeera: концепция вещания и информационная политика

### **Тематика курсовых работ**

1. Новостная политика телеканала
2. Особенности формирования новостей на региональном телевидении
3. Современные тенденции развития информационных жанров телевидения
4. Сравнительная характеристика формирования новостных программ на федеральном и региональном каналах (на примере.....)
5. Субъективные и объективные факторы отбора новостей для телевидения
6. Эффективность методов информационного менеджмента
7. Особенности текста теленовостей
8. Интервью как жанр и как метод телевизионной публицистики.
9. Интервью-портрет (на примере...)
10. Аналитическое интервью (на примере...)

11. Творческая лаборатория В.Познера-интервьюера
12. Творческие приемы интервью У.Отта.
13. Специальный репортаж: современные реалии, персоналии
14. Роль журналиста в прямом репортаже
15. Модель новостной программы федерального телеканала
16. Модель новостного выпуска регионального телеканал
17. Профессия «телерепортер» (на примере творчества ведущих телевизионных репортеров)
18. Особенности имиджа ведущего теленовостей
19. Становление и развитие российского информационного телеканала «Вести».
20. Сравнительная характеристика информационных телеканалов «Вести» и EURONEWS.
21. Особенности информационной политики европейского круглосуточного информационного телеканала EURONEWS
22. Тематические приоритеты современных телевизионных новостей
23. Проблемы организации службы новостей на современном телевидении
24. Позитив и негатив в российских теленовостях
25. Аудитория новостных телепрограмм



## Глоссарий

**Ведущий выпуска новостей** – специально подготовленный человек, который ежедневно рассказывает с телеэкрана зрителям последние новости.

**Выступление (в кадре)** — монолог на общественно–значимую тему. Жанр информационной или аналитической публицистики, создающий эффект плюрализма на ТВ как СМИ. Типичные примеры жанра — выступление политического деятеля или комментатора (обозревателя) в связи с событием или его освещением, некролог на смерть общественно–значимого лица его соратником, новогоднее обращение Президента к народу страны.

**Графическая вставка на полный экран** – иллюстрация к информации, созданная на компьютере (цифры, схемы, графики и пр.). Зрители слышат голос ведущего выпуска или репортера и видят на телеэкране графическую вставку на полный экран.

**Джинса** - скрытая реклама, которая выходит без подписи "на правах рекламы".

**Заметка (видеосюжет)** — общежурналистский жанр информационной публицистики, пограничный с репортажем и называемый обычно «сюжетом» или «информацией». Может иметь форму отдельной передачи или входить в качестве составной части в сложную сценарную композицию. На экране существует в двух формах — вербальной или с использованием видеоряда.

**Закадровый комментарий с естественным шумом** – изобразительный ряд событий, снятый на видео пленку. Вместе с изображением записывается естественный шум на съемочной площадке. Авторы новостийных материалов и репортеры используют в телесюжетах изображение закадрового комментария с естественным шумом, сопровождая его голосом ведущего или репортера. Зрители слышат голос ведущего или репортера, где фоном звучит естественный шум события, и видят изображение, записанное на событии.

**Закадровый комментарий с полным естественным шумом** – способ использования закадрового комментария, когда автор или репортер может оставить в тексте паузу, чтобы естественный шум прозвучал в полном объеме. Зрители слышат только естественный шум и видят событие, которое ассоциируется с этим шумом.

**Зарисовка** — идущий без комментария или с закадровым ассоциативным текстом зрелищный высокохудожественный жанр короткого видеосюжета или последовательности видовых кадров обычно без драматургической композиции и иногда без сюжета, при обязательном высоко профессиональном операторском мастерстве, с использованием неожиданных ракурсов, различных планов (детальных и общих) и ассоциативного монтажа. Зарисовки используются ассоциативно–тематически, т.е. транслируются для перебивки напряженной новостной информации или спортивных репортажей для возможности релаксации зрителя.

**Интервью** — (от англ. interview — обмен мнениями) — жанр информационной публицистики, в составе информационных материалов один из вариантов разговорной передачи «в лицах» — диалог, полилог, конфронтационное интервью, контрвью и т.д. Также составная часть (метод) журналистской работы в различных жанрах, позволяющая сделать эффектный материал об интересном или видном человеке, или подготовить эпатазирующий «экспромт» для увеличения зрелищности телеигры, или добыть недостижимую иными способами, менее травмирующими эстетическое восприятие, недостающую в сюжете для зрелищности информацию. Также элементарный источник (порождающий жанр пучка жанров), трансформация которого приводит к более сложным узким жанрам типа пресс–конференции или теледебатов. Также психологический прием идентификации особенностей личности — интервью на раскрытие личности для тренировки работников ТВ, иногда используемое в жанре телеигры. Также составная часть жанра «журналистское расследование».

**Интершум** - естественный звук, сопровождающий закадровый текст и видео.

**Информация** – (от лат.informatio – разъяснение) - в узком смысле – обмен сведениями между людьми.

**«Кирпич»** — большой, тяжелый, занудный и не интересный сюжет.

**Комментарий** — жанр аналитической публицистики, разновидность выступления в кадре или закадровый комментарий под конкретный видеоряд, в связи с конкретным событием или проблемой. Транслируется в форме самостоятельной отдельной передачи или входит в состав сложной сценарной композиции, посвященной некоторой общественно–значимой проблеме. В настоящее время широко используется для перебивки новостной информации. Можно сказать, что новостные программы перенасыщены комментариями, смонтированными из различных и неожиданных сюжетов.

**Комментатор** – специалист телекомпании, который осуществляет глубокий, всесторонний анализ наиболее значимых социальных проблем и в большой степени опирается на свое авторитетное мнение, нежели на факт.

**Корреспонденция** — жанр аналитической публицистики, в отличие от репортажа или заметки (сюжета или информации) — субъективно персонифицированный и обязательно содержащий аналитический комментарий в качестве неотъемлемой составляющей. Существует в двух формах — о событии (быстро устаревает) или по проблеме.

**Лайв** — это живой фрагмент, который украсит любой ТВ-продукт. **Лайф ту тэйп** - особый вид построения сюжета, когда журналист находится в кадре и на месте события комментирует происходящие вокруг него действия.

**Массовая коммуникация** - процесс, включающий в себя извлечение, переработку и передачу с помощью быстродействующих технических устройств социально значимой информации, существующей в знаково-символической форме, а также прием этой информации численно большими, социально разнородными, рассредоточенными аудиториями.

**Новости или** подача новостной информации — стандартный метод и его надлежащее место в сетке вещания телеканала.

**Новость** – оперативное информационное сообщение.

**Обозреватель** – это специалист в какой-либо области, который ведет программу, высказывая личное мнение, вскрывая смысл показываемых видеофрагментов, беседуя с гостями в студии. Как правило, это человек с богатым жизненным опытом.

**«Обои»**- адресные или установочные общие планы при съемке телевизионных сюжетов. Именно с этих планов, как правило, начинается репортаж или интервью.

**Отчет** — жанр информационной публицистики, пограничный с некомментируемым репортажем, по сути или по крайней мере по форме (в имитации) подающий протольно–фиксированную информацию о событии или мероприятии в длительном и детальном показе. Купюры не технического характера обычно согласовываются со специально на то уполномоченными представителями официального органа. Зрелищность жанра невысокая и поэтому к нему прибегают обычно в связи со значительными общественно–политическими мероприятиями протольного характера.

**«Паркет»** - съемка официальных мероприятий. Главными героями таких сюжетов являются высокопоставленные люди.

**Пресс–конференция** — жанр аналитической публицистики, представляющий собой усложненный вариант интервью с несколькими (многими) журналистами, проводимое по жесткой схеме, в ограниченное и фиксированное (назначенное) время и с синхронным переводом, в определенном, приспособленном для контроля месте, куда журналисты приглашаются с предварительной аккредитацией или по телефонной заявке (факсу на бланке органа СМИ). Обычно проводится в связи с определенным событием и может включать вступительное сообщение, аналогичное брифингу.

**Репортаж** — жанр информационной публицистики, включающий три формы: событийный (прямой синхронный или немой), постановочный (спровоцированная ситуация) и тематический. Репортажность — имманентное свойство подавляющего большинства журналистских жанров. Но не ТВ в целом. Типичный репортаж в составе новостной информации включает авторскую работу оператора и корреспондента (репортера), который, согласно господствующей концепции, должен служить «беспристрастным и точным посредником между зрителем и реальностью».

**Символьные планы** – или визуальные метафоры - кадры, которые за 3 секунды могут сказать то же самое, что и 30 секунд закадрового текста. В каждом сюжете должен быть свой символьный план.

**Синхрон** – запись звука с изображением – человеком говорящим в кадре. Когда репортеры берут интервью, оно записывается на видеопленку. Затем пленка отсматривается и выбираются «цитаты» по 10-12 секунд для включения в сюжет. Зрители слышат голос интервьюируемого и видят его на телеэкране. Синхрон часто используют в сочетании с закадровым комментарием с естественным шумом.

**Сообщение** (читаемое в эфир диктором) – текст новостного телесюжета, который ведущий выпуска новостей читает на камеру. Зрители слышат слова, которые ведущий произносит, и видят его или ее на телеэкране.

**Сюжет** – система событий в художественном произведении, раскрывающая характеры действующих лиц и отношение к изображаемым жизненным явлениям, в журналистике - «движение событий, мыслей, переживаний, в которых раскрываются человеческие характеры, судьбы, противоречия, общественные конфликты. Именно сюжет дает публицисту возможность раскрыть в развитии и многосторонне изобразить характеры и обстоятельства, выявить связь между ними» (Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества, М., 1975, С. 149). Элементы сюжета: экспозиция, завязка, развитие действия, кульминация, развязка.

**«Сэндвич»** - использование в прямом репортаже отснятого заранее репортажа. Введение к нему и комментарий после него называют упаковкой.

**Телевидение** – одно из основных средств массовой коммуникации, обеспечивающее прием и передачу движущихся и неподвижных объектов на расстоянии. Включает в себя области науки, культуры и техники, связанную с передачей на расстояние и приемом изображений, и учреждения, осуществляющие вещательные передачи.

**Телевизионные жанры** — способы отображения окружающего мира на телеэкране: очерк, интервью, репортаж, телеспектакль, многосерийный телефильм и т. д. Современная система телевизионных жанров объединяет различные жанры журналистики, искусства, научной популяризации, формы развлечения и обучения.

**«Хрипушка», «хрипун»** - сообщение, которое передается по телефону. "Записать хрипун" - записать разговор с экспертом. Свое название получило за плохое качество звука.

*Учебное издание*

**Даутова Резида Вагизовна  
Анохин Антон Игоревич**

**Жанры и модели новостной тележурналистики**

Дизайн обложки  
М.А. Ахметов

Подписано в печать \_\_\_\_\_  
Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. .  
Тираж экз. Заказ

Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37  
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28