

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра издательского дела и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ РЕПОРТАЖ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕХНОЛОГИИ  
СОЗДАНИЯ

Работу выполнил  05.05.17 Г.С. Чертков  
(подпись, дата)

Факультет журналистики 2 курс ОФО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

Преподаватель  05.05.17 С.С. Шувалов  
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

Преподаватель  05.05.17 С.С. Шувалов  
(подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ	
ВВЕДЕНИЕ.....	2
1.Телевизионный репортаж	
1.1 Типы телевизионных репортажей	
2.Создание телевизионного репортажа	
2.1.Особенности создания телевизионного репортажа	
2.2Технологии телевизионного репортажа	
3.Практическая работа на примере репортажей новостных/информационно-аналитических программ региональных/центральных телеканалов	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	25
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	27

## ВВЕДЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена исследованиям, лежащим в области связей с общественностью, и касается изучения телевизионного репортажа как жанра информационной публицистики. Телевидение как особое, специфическое средство информации, пропаганды и развлечения требует осмысления. Также требует исследований и такая область телевидения как журналистика. Предлагая пищу для размышлений, творческая практика телевидения и его журналистика не могут еще «предложить необходимый материал для определения жестких норм и эталонов». Оказывая большое воздействие в силу присущих телевидению "влияющих и формирующих" свойств на характер развития общества и его членов, на их политические, моральные и эстетические критерии, телевизионная журналистика становится существенным фактором социального управления. Необходимость анализа ее сильных и слабых сторон, осуществленных и неосуществленных возможностей, диктуется ее ролью в современном обществе.

*Актуальность темы данной работы* обусловлена возможностью получения представления о работе журналистов на телевидении, изучения и исследования истории опыта работы репортеров и современных тенденций развития телерепортажа, как жанра информационной публицистики.

*Степень научной разработанности темы:* проблема формирования, развития и влияния данного вида СМИ на различные социальные структуры затрагивается в трудах следующих политических и общественных деятелей: А. Князев «Основы тележурналистики и телерепортажа», Д. Соколов-Митрич «Реальный репортер», Дэвид Рэндалл «Универсальный журналист».

В данной работе рассматриваются как различные стороны самой тележурналистской деятельности, так и способы влияния телевидения на массовую аудиторию. Отдельное место будет занимать изучение важности такого инструмента телевидения .как телевизионный репортаж.

*Основной целью работы* является изучение теоретических и практических аспектов профессии телерепортера. А именно:

- 1) Раскрытие сущности репортажа и характеристика его разновидностей( в частности телевизионного)
- 2) Определение основных объектов тележурналистской работы
- 3) Анализ основных проблем телевизионной журналистики
- 4) Исследование деятельности репортеров
- 5) Изучение истории тележурналистики в России

*Объектом исследования* выступает изучение понятия «телевизионный репортаж».

*Предмет изучения-* это историческое исследование развития тележурналистики России с 30-40-х годов до нашего времени.

При написании курсовой работы были задействованы следующие методы научного исследования: изучение научной литературы и различных статей по заданной теме, включая авторскую программу учебного курса, апробированного в течение 4 лет на кафедре международной журналистики КРСУ, ряд разработок российского Института повышения квалификации работников радиовещания и телевидения. Также были рассмотрены и описаны результаты социологических опросов (проект «Телевидение глазами телезрителей» (2000-2011 гг.) ).

*Структура работы.* Курсовая работа состоит из введения, трех глав (первая посвящена рассмотрению понятия «телевизионный репортаж» и его видов, вторая - особенностям создания и используемым средствам данного вида СМИ, третья заключается в описании проведенной практической работы) , заключения и списка использованных источников.

# 1. Телевизионный репортаж

## 1.1 Типы телевизионных репортажей

Репортаж является самым оперативным жанром современной журналистики. Слово "репортаж" происходит от французского *reportage* (сообщать) и латинского *pererto* (передавать). Репортажность – имманентное свойство телевидения вообще, исходя из этого, репортаж – ведущий жанр тележурналистики. Именно репортажи информационных и информационно-аналитических программ определяют лицо того или иного телеканала.

### Основные признаки телерепортажа:

1. Максимальная приближенность к жизни, способность передавать явления реальной действительности.
2. Оперативность, быстрая реакция на происходящие события, возможность с помощью телекамер непосредственно наблюдать событие и без промедлений передавать о нем зрителю
3. Наличие субъективного мнения (корреспондент обязательно должен быть очевидцем события, на первый план обязательно выходит личностное восприятие, отбор фактов и деталей).
4. Объектом репортажа обычно служит реальное событие, какой-то динамичный, относительно законченный отрезок жизни, наиболее актуальный и существенный в цепи сходных явлений. Но предметом внимания может быть не только событие: репортаж может использовать событие как повод, толчок к развитию действия, в дальнейшем направляемого, организуемого репортером.
4. Журналисту нет необходимости описывать событие – эту функцию выполняет видеоряд, "картинка". Изобразительно-выразительные средства

телевизионного репортажа — это монтажное «слияние» кадров в непрерывный поток изображений, сопровождаемых звучащим текстом. Зрелищность видеоряда – один из основных условий “смотрибельности” репортажа.

5. Создание телерепортажа требует привлечения значительных сил службы новостей: оператора, режиссера, монтажеров.

### Классификация телерепортажей:

1. По способу трансляции: прямой (ведется в момент совершения действия при использовании передвижной телевизионной станции(ПТС) ) и фиксированный(записанный заранее в связи с невозможностью осуществления прямой трансляции).
2. По типу звукового сопровождения: синхронный (содержит естественные шумы с места события, живую речь его участников) и немой (слышен лишь голос читающего закадровый текст).
3. По способу подачи: комментированный (происходит пояснение происходящего с помощью закадрового текста) и некомментированный (лишен закадрового авторского текста).
4. В зависимости от информационного повода : ситуативный (незапланированный), твердый (запланированный).
5. В зависимости от информационного повода :ситуативный (незапланированный), твердый (запланированный).
6. Событийный, тематический, постановочный, аналитический

Каждый вид репортажа применяется в определенных случаях. Например, некомментированный репортаж порой превращается в сменяющие друг друга картинки, ничего не говорящие зрителю.

Рассмотрим подробнее последний пункт классификации

«Классический» событийный:

- спортивный
- военный
- криминальный
- производственный
- светский

Тематический (здесь часто нет «тирании» сроков, может готовиться долго):

- специальный
- познавательный
- репортаж-комментарий
- аналитический репортаж

### Событийный репортаж

Главную роль играет событие, а также ход его развития, его динамика во времени. Чаще всего к событийным репортажам относят прямые трансляции с таких мест таких событий, какие больше могут заинтересовать зрителя (итоги выборов, подписание важных политических договоров, вооруженные конфликты, теракты, катастрофы). Действия протекают в реальном времени и не зависят от репортёра, так же как и от зрителя. Событие восприниматься может субъективно, благодаря подаче журналиста или особенностям мировоззрения каждого отдельно зрителя.

В случае с репортажем, журналист не ведёт событие, а скорее, следует за ним.

### Тематический репортаж

Чаще такой репортаж строится по давно составленной и изложенной проблеме или теме. Упор делается на подготовку материала заранее, на подробный сбор информации, на кропотливую и продолжительную работу над материалом, а не на умение быстро сориентироваться в ситуации и оперативно изложить основные факты, как в событийном репортаже.



Иногда говорят, что журналист готовит "свой" материал. В течение некоторого промежутка времени репортер собирает факты о каком-то явлении, выстраивает причинно-следственную цепочку. Именно интересная цепочка фактов, из которой следует неожиданный вывод об интересующем зрителя явлении, является поводом для создания тематического репортажа.

Важно понимать, что два эти типа репортажа тесно взаимосвязаны. Хотя в основе тематического репортажа лежит не один факт, а цепочка фактов, объединенных общей темой, часто тематический репортаж рождается из событийного. Тематический репортаж может являться последствием, связующим звеном между жанрами нескольких событийных репортажей. В нем упоминается о последствиях события, основной рассказ о которых мог появиться в эфире за день, неделю, месяц и даже год до этого.

### Постановочный репортаж

Журналист самостоятельно организует или провоцирует какое-то событие (какую-нибудь уличную демонстрацию, например), а потом следит за реакцией людей на него, чтобы описать в своем репортаже. Основное отличие постановочного репортажа от событийного - в том, что событие полностью под контролем репортера, он может влиять на него, вести за собой действие, а не следовать за ним.

### Аналитический репортаж.

Данный вид репортажа ориентирован не только на описание события, но и на выяснение причин его возникновения и развития, анализ сложившейся ситуации. Здесь мы можем наблюдать такие аналитические элементы, как оценка, комментарий, прогноз. Тема, затрагиваемая при проведении аналитического репортажа раскрывается в логической последовательности. Обязательно наличие нескольких точек зрения.

## 2.Создание телевизионного репортажа

### 2.1.Особенности создания телевизионного репортажа

Ключевые аспекты телевизионного репортажа:

1.*Соблюдение интересов общества.* Главная задача телерепортера-это предоставление слушателям логически связанной, понятной, объективной и полезной информации. Эта информация должна соответствовать их пожеланиям, не нарушая при этом общепринятые нормы морали, этики.

2.*Точность, объективность.* Для достижения доверия зрителей репортер обязан ограничиваться только проверенными фактами, должен относиться к сбору и изложению фактов непредвзято.

3. *Ясность изложенного материала.* Важно, чтобы зрители восприняли поданный журналистом материал с первого раза, не дожидаясь дополнительных изъяснений. Лексика, используемые слова, темпоритм, звуковой ряд и «картинка»- все это должно быть подготовлено репортером в доступной и вразумительной для зрителя форме.

4.*Видео- и звукомонтаж.* Видеомонтаж позволяет отбирать наиболее важное и сжимать время. Это важный аспект подготовки к эфиру, ведь полный показ выпусков занял бы не минуты , а часы эфирного времени. Тележурналист отбирает и располагает кадры и звуковой материал в определенном порядке, отвечающем логической последовательности сюжета. репортеры перестраивают и перегруппировывают факты и высказывания, чтобы улучшить ход рассказа.

Профессиональная этика журналиста утверждает следующие правила:

- Вы — представитель всех зрителей на месте события.
- Ваша задача — правдиво донести событие до зрителя, предложив его вниманию смонтированный рассказ о происшедшем.

• Если вы считаете, что в вашем материале, подготовленном к эфиру, отсутствуют некоторые необходимые элементы и что он не отражает событие правдиво и точно, примите все необходимые меры для того, чтобы устранить этот недостаток. Нередки случаи, когда о вашей профессиональной деятельности судят по тому, насколько оперативно вы в состоянии подготовить материал в условиях дефицита времени. Но если вы чувствуете, что ваш материал не готов к эфиру (а такая ситуация обязательно наступит, рано или поздно), вам следует уведомить продюсера, что материал в его настоящем виде не может быть передан в эфир. При этом необходимо принять меры к тому, чтобы информировать продюсера за максимально возможный срок до начала передачи, чтобы он мог найти замену.

5. *Взаимодействие и взаимопонимание в процессе создания и подачи материала.* В тележурналистике — более, чем в каком-либо другом жанре оперативной журналистики — репортеры должны учиться работать в контакте со своими коллегами, в едином коллективе. Репортеры, операторы, редакторы и продюсеры должны обладать навыками эффективного общения, чтобы успешно осветить события и подготовить передачу.

Репортеры и операторы должны уметь вести непрерывный профессиональный диалог на месте съемки сюжета, чтобы скоординировать все аспекты процесса сбора информации. Репортеры, операторы, продюсеры, художники-постановщики и даже администраторы должны уметь общаться и поддерживать друг друга в процессе передачи материала в эфир.

Отдельное внимание следует уделить *взаимодействию корреспондента и оператора.*

Понятно, что в ходе работы корреспондент и оператор находятся в постоянном контакте. Особенно это касается работы на событиях, содержащих очень много лишней, избыточной информации. Это, в первую очередь, относится к разного рода совещаниям и съездам, а также пресс-конференциям, собраниям и т.п.

Между корреспондентом и оператором, которые в ходе события совсем не обязательно находятся рядом (да и случись так, чаще всего неуместным будет их перешептывание), поэтому должна быть заранее обговорена система каких-то знаков, несущих друг другу определенную информацию. Так, Ирвинг Фэнг, американский профессор журналистики, говорит о практикуемых американскими репортерами знаках: круговое движение указательным пальцем (репортера) служит сигналом для начала записи, для включения камеры, движение по горизонтальной линии является подсказкой оператору – не снимать. Однако, ограничиваться лишь двумя этими знаками или сигналами нельзя: реальная ситуация съемочной площадки может быть сложнее. Идеально, если вы заранее оповестите оператора: какой фрагмент из речи выступающего необходим для сюжета. Это в том случае, если вы сами заранее знаете, о чем пойдет речь.

В тандеме репортер-оператор, работающем давно и много, оператор может и сам, зная пристрастия своего корреспондента, почувствовать необходимость записи какого-либо фрагмента выступления. К примеру, пресс-конференция посвящена тому, как повлиял мировой финансовый кризис на банковскую систему Киргизии, а оператору известно, что в будущем сюжете акценты будут направлены на взаимосвязанность финансовых систем Киргизии и России. Чувствуя приближение оратора к данной тематике, оператор сам догадается, когда включить камеру в режим записи.

Естественно, что накануне подобного события (особенно это относится к пресс-конференциям),

если корреспондент готовит собственный вопрос(ы), оператор должен быть об этом проинформирован.

Однако это не значит, что все остальное время пресс-конференции он может расслабляться в ожидании известных ему вопросов собственного корреспондента.

При невысоком уровне организации большинства современных пресс-конференций в этом случае съемочную группу может постигнуть один из двух негативных результатов: кто-то другой задал тот же вопрос, либо другой, более общий, но ответ оратора уже включает в себя и ту информацию, которую вы хотели от него услышать. Спрашивать дважды об одном и том же по меньшей мере неприлично и если оператор не проявил бдительности, считайте, что вы остались без нужного вам синхрона.

Другая опасность – резкое и неожиданное сокращение времени пресс-конференции – это часто бывает на крупных политических мероприятиях типа саммитов президентов. Вы не успели задать свой вопрос, пресс-конференция закончилась, синхрона нет. Исходя из всего сказанного, можно предположить, что оператор (по согласованию с репортером) всегда должен сделать какую-то резервную запись. Может быть, это будет фрагмент предварительного выступления на пресс-конференции: более общий, нежели вам хотелось бы, но все же по теме и он у вас будет. И тогда в любом случае у вас есть синхрон на нужную тему.

Вопрос о взаимодействии корреспондента и оператора относится не только к работе на событиях того типа, что были описаны выше. При любом характере события, будь то пожар, военные действия или избирательная кампания, если по ходу съемок у вас уже созревает композиция будущего сюжета – подскажите оператору какие планы вам могут понадобиться. Может быть, он уже и снял что-то подобное, а может быть, и не придавал этим планам значения. Лучше подстраховаться и сделать затем хороший сюжет.

Единственное, что здесь должно быть решено и обговорено заранее – это относится уже к психологической атмосфере вашего съемочного коллектива – никто на подсказки не должен надеяться и уже тем более – обижаться. Идет работа. На практике бывают случаи, когда самый гениальный план в сюжете был подсказан водителем – ни оператор, ни корреспондент его просто не увидели. Так что, здесь хорошо все, что ведет к достижению цели.

*6. Ответственность.* Подготовка материала к эфиру и его передача осуществляется силами различных сотрудников редакции новостей,

но в конечном итоге только репортер — как человек, непосредственно собиравший информацию и факты — должен нести ответственность за точность, достоверность и доходчивость передаваемого материала. Именно репортер должен гарантировать, что переданный в эфир материал содержит сбалансированный и точный отчет о событии.

### Особенности и техника создания телерепортажа

Есть два варианта подготовки сюжета:

- материал, подготовленный до выхода в эфир: автор мониторит ход событий из студии и при необходимости обновляет закадровый текст.
- прямая трансляция с места события: репортёр знает или вычисляет,

что событие состоится во время выхода новостей в эфир.

Тогда на место действия выезжает передвижная телевизионная станция (ПТС) и в эфир выдается прямое включение, у журналиста есть возможность «эфирить stand up» («Эфирить stand up» - слово, обозначающее действие транслирования прямого эфира с места события с условиями что корреспондент будет присутствовать в кадре. («эфир»-сущ. «эфирить»- гл.; «stand up» - англ. - встать).) на фоне происходящего

Процесс подготовки газетного, радиийного и телевизионного репортажа имеет много общего и много различий. Общее то, что вначале необходимо собрать всю (нужную и ненужную) информацию о событии для того, чтобы определить, какую часть этой информации следует донести до аудитории. Как правило, в этом случае необходимо опираться не только на свой журналистский опыт и чутье, но и пользоваться любыми источниками информации.

## Продакшн

Этот этап производства сюжета не ограничивается лишь съёмкой на месте события. Важно выстроить драматургию репортажа

Так, в сюжете о теракте в метро (Москва, 2010) Аркадием Мамонтовым был найден интересный драматургический ход: репортер слушал новости по радио в салоне автомобиля, что давало зрителю возможность проследить событие в развитии и его последствия.

В информационной журналистике уже давно прижилась западная технология «инфотэймэнт» (infotainment: information + entertainment; информация + развлечение), которая применительно к телевизионному репортажу выражается в следующем:

- больше деталей, меньше обобщений;

минимум статичных синхрон, запись интервью в параллельном действии (на велосипеде, за едой, во время стрельбы на огневой позиции);

- частое использование натуральных сцен с интершумами («live»);

- конфликт в кадре;

- главный операторский принцип - не выключать камеру даже во время накала страстей, несмотря на то, что не взят баланс и не выстроен кадр.

Чтобы привлечь внимание телезрителя синхрон должен соответствовать принципу эмоциональности и динамичности. Наилучшим образом внимание телезрителя привлекут герои, которые не только могут дать необходимую информацию, но и демонстрируют новые и неожиданные эмоции, реакции, имеют яркий и образный язык или необычную внешность.

Важно помнить о том, что первые 10-12 секунд сюжета зритель только входит в тему, поэтому даже самый важный синхрон не может превышать в обычном информационном сюжете 12-15 секунд, а в жанре ТВ расследования - 20 секунд

Таким образом можно выделить следующие методы и принципы работы над репортажем:



- на этапе выбора темы сюжета руководствоваться оригинальностью темы, свидетелями;
- использовать информаторов в различных областях и проникать на закрытые территории с помощью insider-ов. («Insider-ы» - люди, имеющие возможность провести репортера на охраняемый объект, или объект, куда запрещен доступ. («inside» - англ.- внутри))
- участвовать в работе правоохранительных органов, служб МЧС;
- искусственно создавать информационный повод с помощью организации встречи конфликтующих сторон.

#### Постпродакшн

Этот этап включает в себя создание и запись закадрового текста, монтаж, анонсирование сюжета. Опытные телевизионные редакторы эмпирическим путем вывели, что на 100% видео должно быть 60-70% текста, в противном случае картинка забивается текстом, лишая материал воздуха. Текст не стоит перегружать цифрами и фактами, лучше использовать примеры и соотносить цифры. Существуют различные виды монтажа (параллельный, тематический, последовательный, клиповый), грамотное и уместное использование которых тоже способно привлечь внимание зрителя к вашему материалу.

При монтаже некоторые телеканалы используют любительские видеосъемки при условии их уникальности, эксклюзивности. Такие съемки дают зрителю возможность почувствовать эмоции свидетелей события (крики в кадре, дрожащие руки оператора).

Среди принципов техники монтажа, которые способны привлечь внимание телезрителя можно выделить следующие:

- динамичная смена кадров (каждые 5-9 секунд);
- вставка крупного плана - для акцентирования внимания зрителя на крупной детали;
- необычное графическое решение, соответствующее теме. Если репортёр с профессиональной ответственностью подошёл к технологии производства своего репортажа, значит, ярких кадров анонса будет достаточно, чтобы привлечь искушённого зрителя к телеэкрану.

Таким образом, на различных этапах производства репортажа корреспондент сталкивается с рядом творческих и технических задач. Нестандартные, эксклюзивные методы их решения в рамках собственного ре-партнёрского стиля становятся основой интересного, конкурентоспособного, привлекающего внимание телезрителя, одним словом, качественного материала. А это, в свою очередь, свидетельствует о достижении успеха в воплощении замысла репортёра.

Понятно, что в ходе работы корреспондент и оператор находятся в постоянном контакте. Особенно это касается работы на событиях, содержащих очень много лишней, избыточной информации. Это, в первую очередь, относится к разного рода совещаниям и съездам, а также пресс-конференциям, собраниям и т.п.

Между корреспондентом и оператором, которые в ходе события совсем не обязательно находятся рядом (да и случись так, чаще всего неуместным будет их перешептывание), поэтому должна быть заранее обговорена система каких-то знаков, несущих друг другу определенную информацию. Так, Ирвинг Фэнг, американский профессор журналистики, говорит о практикуемых американскими репортерами знаках:

круговое движение указательным пальцем (репортера) служит сигналом для начала записи,

для включения камеры, движение по горизонтальной линии является подсказкой оператору - не снимать. Однако, ограничиваться лишь двумя этими знаками или сигналами нельзя: реальная ситуация съемочной площадки может быть сложнее. Идеально, если вы заранее оповестите оператора: какой фрагмент из речи выступающего необходим для сюжета.

*Рассмотрим подробнее сам процесс подготовки сюжета, организации съемок и приведем пример.*

Подготовка сюжета с точки зрения работы корреспондента это, прежде всего анализ возможностей, получение информации и организация съемок.

Пример. В Киргизии прошли аресты высокопоставленных чиновников, которые обвиняются в коррупции. Президент издал указ о борьбе с коррупцией. Редакция заказывает сюжет, который полноценно информировал бы зрителя о двух данных событиях по сути объединяемых в один материал.

Анализ возможностей и получение информации. Точная информация о том, кто арестован, по каким мотивам, какого рода обвинения предполагаются, детали самих арестов - вот та информация, которая составит основу материала. Поскольку аресты уже произошли, бессмысленно звонить в МВД или МНБ и проситься взять съемочную группу «с собой».

Первое, что можно сделать, чтобы поднять качественную планку такого сюжета – нужно попытаться раздобыть оперативную видеосъемку, если она велась. В отдельных случаях это возможно. Использование фрагментов настоящей оперативной съемки (с обязательным субтитром «съемки МВД Киргизии» или т.п.) является нормальной практикой информационных

программ. Следующий этап, независимо от того, оказался ли удачен первый, – необходим комментарий компетентного лица. Здесь необходимо определиться: если вы собираетесь делать основные акценты на криминальной стороне событий, это должен быть представитель правоохранительных органов. Поскольку событие в любом случае имеет политическую окраску (аресты совпали по времени с указом президента), фигура комментирующего должна быть достаточно авторитетной. Это может быть соответствующий министр, но это может быть и следователь, которому поручено дело – следователь в данном случае близок к собственно делу. Если вы склонны больше обращать внимание на политическую сторону событий, не рассчитывайте на оперативную (в вашем распоряжении 3–4 часа) встречу с президентом. Для того и существуют у президентов пресс-секретари, чтобы озвучивать работу своих шефов. Они и обязаны быть доступнее.

Заручившись согласием в принципе, приступайте к следующему этапу: договаривайтесь о времени встречи перед объективом вашей видеокамеры. Записав по возможности исчерпывающий синхрон, в зависимости от условий времени задумайтесь о картинке для закадрового текста и возможности использования stand-up'a.

В описываемом случае stand-up оправдан, исходя из двух позиций. Во-первых, вы избегаете большого закадрового текста, который нечем соответственно содержанию будет закрыть. Во-вторых, сюжет в любом случае несет политический подтекст, и вы имеете полное право на анализ: является ли случившееся фрагментом здешней жизни,

есть ли это очередная шумная кампания, или имеет место планомерная работа президента и всей исполнительной ветви власти по наведению порядка. И т.д.

В ситуации подготовки несобытийного, информационного сюжета, когда сроки вашей работы над ним не определены чрезвычайно жестко, все, естественно, упрощается. В вышеприведенной ситуации в этом случае у вас появляется шанс договориться обо всех необходимых интервью, получить разрешение на съемки в следственном изоляторе и т.д.

Однако даже в этом случае стоит серьезно проанализировать возможные кандидатуры для интервью. Вряд ли все-таки уместно по такому поводу добиваться встречи с президентом. В то же время, сомнительно, что следователь, знающий и имеющий право рассказать какие-то детали арестов и всей криминальной стороны дела возьмет на себя ответственность делать политические обобщения. Пресс-секретарь президента связан своими рамками – он представляет президента и редко какой президентский пресс-секретарь будет склонен к самостоятельным рассуждениям. Может быть, оптимальным окажется синхрон министра национальной безопасности или внутренних дел – дело находится в его ведомстве, он с ним знаком, но в то же время силовой министр – всегда фигура еще и политическая. Ну, и конечно, немаловажно, кто из всех кандидатов как умеет говорить, держаться перед камерой и т.д.

Анализируя возможности подготовки того или иного сюжета, первое, с чем сталкивается корреспондент – допуск на место съемок. Конечно, самое простое, когда объектом съемок является то или иное общедоступное место, или, когда вы приглашены на конкретное мероприятие, организаторы которого сами заинтересованы в вашей работе. Однако при работе репортера для новостной или информационной программы требования вашей работы нередко могут не совпадать с желаниями представителей различных государственных, общественных, коммерческих и пр. структур.

Даже в простейших случаях типа аварии поезда, пожара и т.п. соответствующим службам будет просто спокойнее работать без вас.

На съемках паркетного типа всем понятно, что пресса нужна. В то же время, службы безопасности заинтересованы в том, чтобы на событии присутствовало как можно меньше людей.

## 2.2 Технологии телевизионного репортажа

Для большего раскрытия темы приведем примеры методов и техник создания телерепортажей, применяемых в США.

Наиболее известными в США видео-средствами теле-компаний являются видео-нюз-релизы, объявления общественных услуг и спутниковые видеотуры.

### Видео-нюз-релиз

Видео-нюз-релиз - это видео-новость, имеет длительность 30-120 секунд. Он получил распространение с развитием кабельного телевидения. Производство видео-нюз-релизов стало бизнесом в США, где создается уже 10 таких фильмов ежедневно. Примерами телекомпаний использующих видео-нюз-релизы можно считать «BBC», «CBS», «CNN», «FOX», «NBC», «SKY», и т.д. Видео-релиз целесообразен для компании, обладающей интересной визуальной новостью. Лучшие видео-нюз-релизы - содержащие новости, прерывающие привычный ход событий. Это новости, которые телерадиокомпания хотела бы показать сама. Своевременные видеоистории с хорошим визуальным воздействием доставляются по спутниковой связи непосредственно в комнату новостей телестудии. Отснятый и неотредактированный видеоматериал (B-roll) сопровождается письменной прамбулой-историей и звуковым сопровождением, выполненным подходящим оратором. Телестанция затем сама компонует видео-историю из предоставленного материала.

Компания может счесть целесообразным сделать видео-нюз-релиз в случае:

- если она вовлечена в серьезные события - прорыв в медицине, науке или какой-либо другой общественно-значимой отрасли национальной экономики,
- видео помогает отделению новостей создать лучшую историю,
- история может быть рассказана менее чем за две минуты,
- организация может передать визуально необычный материал, который телестанция не может дать сама,
- релиз обеспечивает фрагмент интервью, недоступный самой телестанции.

Цена создания видео-нюз-релиза в США - от 5 до 100 тыс.долл. Примером вынужденного использования видео-нюз-релиза явилась компания Pepsi-Cola. Она истратила в 2007 г. много средств для видео, опровергавшего обвинения в ситуации порчи продукта.

#### Репортажи, объявления

Репортажи общественных служб в США по телевидению обычно длятся 10-60 секунд и передаются бесплатно для спонсора, - т.е. организации, использующей время. Спонсорами являются неприбыльные организации, такие как Красный Крест, Общество Борьбы со Склерозом и другие

#### Спутниковые медиа-туры

Спутниковые медиа-туры получили распространение в США в 2000-х гг. Это аналог внутростудийного "сидячего" интервью. В данном случае проводится серия предварительно запланированных интервью между спук-персоной организации и известными личностями телевизионной станции, находящимися в разных концах страны или мира, с помощью спутниковой связи. Медиа-тур начинается человеком, говорящим в одном месте, затем связь переключается со станции на станцию, при этом ведется дискуссия "один на один" с каждым из интервьюеров. Экран может разделяться на две части, чтобы зрители видели обоих - спук-персону и очередного интервьюера. Спук-персона может находиться как в телестудии, так и вне студии.

Успешный медиа-тур предполагает актуальность проблем организации для аудитории, а также специальную подготовку:

- Определение целей коммуникации. Какая новость-крючок необходима, чтобы заинтересовать телестанцию? Какова целевая аудитория? Какую станцию выбрать и какую программу?
- Инициирование медиа-тура. Устанавливается контакт с телестанцией - сначала с помощью письма, затем по телефону - о том, что организация может предоставить спок-персону. Ценность новости - главное, что следует подчеркивать. Не позднее, чем за две недели до интервью на телестанцию следует выслать материалы пресс-китов и бэкграундеров.
- Приготовления в последнюю минуту. Станции часто запрашивают изменение времени. Поэтому важно держать контакт с персоналом станции, чтобы быть в курсе возможностей переноса времени тура.
- Отснятый видеоматериал бэкгра-ундер (B-roll) должен быть предоставлен для иллюстрации темы и усиления заинтересованности телестанции в проведении спутникового медиа-тура.
- В распоряжении организации должно быть несколько телефонных линий для коммуникации с телестанцией, это важно в случае прерывания связи.
- Информирование выступающих лиц - в отношении имен и месторасположений интервьюеров - необходимо для избежания конфузов во время спутникового медиа-тура. Все имена участников интервью должны быть выписаны на телесуфлер - устройство, проецирующее текст на экран, расположенный около телекамеры. Спок-персона должна быть обеспечена звуко-передающим устройством - на случай нарушения восприятия звука.
- Спок-персона должна избегать излишне коммерциализованного поведения. Не следует переусердствовать в продвижении организации или продукта, иначе станция не пойдет на проведение следующего медиа-тура. Спутниковый медиа-тур несомненно, экономит время и улучшает логистику организации, однако он недешев. В США двухчасовая работа студии по проведению спутникового медиа-тура стоит 10-20 тыс.долл.



## Видеоконференции

Видеоконференция, в отличие от спутникового видеотура, соединяет отдаленные аудитории, а не отдельных лиц. Встреча аудиторий или спонсоры с аудиторией проводится также с помощью спутниковой связи.

Видеоконференции становятся всё более популярными. Они могут вестись из залов отелей или с нефтедобывающих платформ, из корпоративных штаб-квартир или с крупнейших торговых показов. Они могут использоваться для информирования и мотивации. Сообщение, мгновенно передаваемое с помощью видеоконференции, может предназначаться для занятых компаний, и/или для средств массовой информации, инвесторов, потребителей.

Подготовка видеоконференции предполагает анализ ряда вопросов:

- место передачи. Это может быть студия телевидения. Однако, отдаленное место - вне студии - может увеличить чувство подлинности происходящего.
- визуальные средства. В живом телепоказе необходимо обеспечить визуальный эффект. Демонстрация реальных объектов - автомобилей, оборудования, использование графики делает передачу более интересной.
- интерактивность. Видео-конференция также может быть улучшена, позволяя зрителям задавать вопросы. Двусторонняя связь создает эффект непосредственности и спонтанности, обеспечивает интересность и повышает действенность видео-конференции. В США технологии видеоконференции уже давно и широко используются корпорациями, образовательными учреждениями, госпиталями ; в России масштабность использования ниже.

## Технические предпосылки развития тележурналистики и «экспериментальное вещание» 30-40-х годов

В 60-е годы началось бурное строительство линий наземной трансляции , которое привело к тому, что

Московское телевидение стало действительно центральным –

его передачи принимались в столицах и крупных городах всего Союза.

Наряду с кабельными линиями быстро росла сеть линий радиорелейной связи, несравненно более дешевой, так как сигнал здесь передается на расстояние по эфиру – от одной небольшой вышки к другой.

Наряду с наземной в 60-х годах стала развиваться спутниковая трансляция. Искусственный спутник Земли «Молния-1» был выведен на околоземную орбиту, а на Земле отраженный спутником сигнал с Московского телецентра принимался цепью приемных станций, оборудованных аппаратурой, автоматически направлявшей параболические антенны в сторону спутника – по мере его движения в космосе. Со временем стал возможным запуск спутника на геоцентрическую орбиту, т. е. такую, когда спутник, двигаясь с той же скоростью, что вращается Земля, неподвижно «висит» над определенной точкой земной поверхности. Такие спутники («Экран» и «Горизонт») позволили решить проблему преодоления разницы в местном времени между Москвой и территориями к востоку. В 80-е годы с помощью спутников стали передаваться на восток дубли I и II программ Центрального телевидения, со сдвигом во времени. Большинство передач транслируется в записи.

Проблема фиксации на пленке телевизионного изображения возникла еще в 50-е годы. Киносъемка с кинескопа, т.е. с телеэкрана, во-первых, не давала должного качества изображения, а во-вторых, требовала времени для обработки пленки. Выход был найден, когда фирма «Ампекс» (США), называемая так по имени нашего соотечественника Александра Матвеевича Понятова, предложила аппаратуру и технологию записи изображения и звука на ферромагнитную пленку – так называемую видеоманитную запись (в принципе аналогичную магнитофонной). Видеоманитфонная запись (ВМЗ) дает возможность воспроизведения на экране предварительно зафиксированного телевизионного изображения. Внедрение этого технического достижения произвело революцию в телевизионном вещании. Широкое использование ВМЗ началось в СССР в 60-е годы.

В заключение несколько слов о телевизионном приемнике (телевизоре). Хотя первые конструкции электронных телевизоров в нашей стране появились еще в конце 30-х годов, реальное, массовое их производство началось в 1950 г.

Это был телевизор марки «КВН-49» (по первым буквам фамилий конструкторов – Кенигсон, Варшавский, Николаевский), имевший экран с диагональю в 18 см, при очень четком изображении.

На производство первого миллиона советских телевизоров понадобилось восемь лет, на выпуск второго миллиона – полтора года; в 80-е годы миллион телевизоров выпускался за пять-шесть недель. Всего в СССР до 1991 г. было изготовлено примерно 140–160 миллионов телевизоров.

30 апреля 1931 г. газета «Правда» сообщила: «Завтра впервые в СССР будет произведена опытная передача телевидения (дальновидения) по радио. С коротковолнового передатчика РВЭИ-1 Всесоюзного электротехнического института (Москва) на волне 56,6 метров будет передаваться изображение живого лица и фотографии». Действительно, 1 мая 1931 г. в эфир переданы сигналы, несущие изображения сотрудников лаборатории и фотопортреты, но без звукового сопровождения, «немые».

После первых успешных опытов было принято решение начать регулярное вещание. Из здания Всесоюзного электротехнического института передатчик перевезли в дом № 7 по Никольской улице (в помещение Московского радиоузла), и 1 октября 1931 г. начались регулярные звуковые передачи в средневолновом диапазоне.

Вскоре в Москву стали поступать сообщения о том, что передачи изображения со звуком принимались радиолюбителями в Томске, Нижнем Новгороде, Одессе, Смоленске, Ленинграде, Киеве, Харькове. Журнал «Говорит Москва» с гордостью сообщал, что в столице работают более трех десятков телевизоров – самодельных, собранных радиолюбителями.

Примерно в то же время, что и в Москве, начались передачи «механического» телевидения и в Ленинграде, чуть позже – в Одессе. Москва вела передачи 12 раз в месяц по 60 минут, Ленинград и Одесса – нерегулярно.

Телецентр на Никольской занимал четыре небольшие комнаты, одной из которых был павильон. Телепередача шла по двум каналам: для изображения и для звука. Так как не у всех зрителей был второй приемник (для звука), на экранах время от времени давались пояснительные надписи (как в «немом» кино), занимавшие весь кадр. Надписи делались на бумажной ленте, которая в процессе передачи перематывалась с одной катушки на другую.

Дисковый передатчик (он же – камера) стоял в аппаратной, отделенной от павильона застекленным окном. Из-за малых размеров экрана передача велась почти исключительно на крупных планах. Второй передатчик служил для показа кинофильмов.

1 мая 1932 г. по телевидению был показан небольшой фильм, снятый утром этого дня на Пушкинской площади, на Тверской и на Красной площади. Интересно отметить, что фильм был звуковой: были записаны (на кинопленку) голоса дикторов, которые вели в это утро радиопередачу о празднике. В октябре 1932 г. телевидение показало фильм об открытии Днепрогэса: разумеется, показ состоялся лишь через несколько дней после события.

Малоотсрочное телевидение, в силу ограниченности аудитории, не было способно выполнять серьезные общественные функции; единственная его функция состояла в распространении в обществе идеи возможности видеть на расстоянии. И надо сказать, что идея эта распространялась достаточно успешно, стимулируя процесс совершенствования техники телевидения. Кроме того, и это не менее важно, малоотсрочное телевидение дало возможность начать поиск творческих путей, по которым в дальнейшем двинулось телевидение электронное. Именно в те далекие годы творческие работники приобрели первые крупинки опыта, послужившего основой для «настоящего» телевидения.

В декабре 1933 г. передачи «механического» телевидения в Москве были прекращены, более перспективным было признано электронное телевидение. Однако вскоре выяснилось, что прекращение передач преждевременно, ибо промышленность еще не освоила новую электронную аппаратуру. Поэтому 11 февраля 1934 г. передачи возобновились. Более того, был создан отдел телевидения Всесоюзного радиокомитета, который и вел эти передачи. (Окончательно передачи «механического» телевидения прекратились 1 апреля 1941 г., когда уже работал Московский телецентр на Шаболовке.)

Первая передача малоотсрочного телевидения из Москвы – уже не экспериментального, а регулярного – состоялась 15 ноября 1934 г. Длилась она 25 минут и представляла собой эстрадный концерт. Основой малоотсрочной телевизионной программы были эстрада и фрагменты театральных (по преимуществу балетных и оперных) спектаклей.

Но нужно отметить, что в программу включались и передачи на общественно-политические темы: выступления наркомов, передовиков производства, знаменитых летчиков, писателей.

В Ленинграде регулярное телевизионное вещание началось летом 1938 г. В тот начальный период важно было определить направление развития телевидения. Для людей, пришедших главным образом из театра и радио, телевидение было чем-то совершенно новым, неизведанным и загадочным. Но они уже тогда увидели в нем не аттракцион и не только средство развлечения, но и агитатора, культпросветчика. Об этом говорят программы передач тех лет. 10 февраля 1939 г. Ленинградская студия показала свой первый драматический спектакль – драму Р. Сандера «Тайна» об Испанской Республике и ее бойцах.

Немало внимания уделяли в Ленинграде поискам форм эстрадных представлений. Для праздничного концерта 1939 г. был написан стихотворный конферанс. В нем отразилось то восторженное удивление, которое вызывало тогда «видение по радио»:

«Итак, я диктор!

Сердце в дрожи

И бьется, точно стрекоза ...

И у меня, как видишь, тоже

Есть руки, ноги и глаза...

Но мне - неловко, мне тревожно,

Сюда глядят со всех сторон...

Ах, в телецентре невозможно

Себя укрыть за микрофон!»

Опытный ленинградский телецентр готовил не только собственные передачи, но обращался и к спектаклям театров. Правда, перенося их в павильон, приходилось заново писать декорации, изменять мизансцены –

словом, создавать свой телевариант. Детское вещание началось в январе 1939 г. передачей «С новым годом». В 1940 г. дети увидели новогодний спектакль «Зайкин дом». С июля 1939 г. начала выходить еженедельная фотогазета. Фотографии, сопровождавшиеся закадровым дикторским текстом, рассказывали о важнейших событиях прошедшей недели. 9 марта 1941 г. в эфире появился ежемесячный тележурнал «По Ленинграду». Его часовая программа состояла из передовой, фотогазеты и выступлений. Всего вышли четыре номера журнала (последний – 15 июня 1941 г.). Обратимся теперь к предвоенным программам Московского телевизионного центра на Шаболовке. 25 марта 1938 г. новый телецентр провел первую электронную телевизионную передачу, показав кинофильм «Великий гражданин», а 4 апреля 1938 г. в эфир вышла первая студийная программа. Экспериментальные передачи из нового телецентра длились почти год. Регулярное вещание началось 10 марта 1939 г., в дни работы XVIII съезда ВКП(б), показом снятого «Союзкинохроникой» по заказу телевидения фильма об открытии съезда. Передачи велись пять раз в неделю. Каждый вечер демонстрировались театральные спектакли и кинофильмы. Иногда этому предшествовало выступление артиста, писателя, ученого.

Первая большая общественно-политическая передача состоялась 11 ноября 1939 г.; она была посвящена 20-летию Первой Конной армии. Летом 1940 г. в программах стали появляться информационные сообщения, которые читал (в кадре) диктор радио. Как правило, это были повторения радиовыпусков «Последних известий». В этот же период начал выходить в эфир, правда, нерегулярно, телевизионный журнал «Советское искусство», который представлял собой монтаж материалов кинохроники. Продолжались короткие выступления перед телекамерой видных общественных деятелей и ученых.

Размеры павильона Московского телецентра давали возможность показывать театральные спектакли без существенных изменений, используя театральные декорации, а не заменяя их нарисованными на холсте или на бумаге шкафами, окнами и т. п., как это приходилось делать в Ленинграде. Парадоксальный факт: худшие условия творчества в Ленинграде стимулировали поиск специфически телевизионных форм вещания в гораздо большей степени, нежели богатейшая по тем временам техника Московского телецентра.

Работники Ленинградского телевидения, ограниченные в творческих возможностях техническими условиями вещания, довели внутрикадровый монтаж до совершенства, виртуозно используя свою единственную камеру. Именно в Ленинграде родился прием введения рассказчика в драматическое телевизионное повествование, а возник он именно из-за малой площади студийного павильона, которая делала невозможным показ «в лицах» всего сюжета..

Программы МТЦ в предвоенные годы состояли преимущественно из концертов и театральных спектаклей, а также кинофильмов.

Программы Ленинградского и Московского телевидения в предвоенные годы носили, как видим, экспериментальный характер. И хотя основу вещания составляли кинофильмы, произведения театра и эстрады, а тележурналистика начала свое развитие, двигаясь по путям радиожурналистики, происходившие в этот период поиски собственно телевизионных форм и средств выражения оказались важными и плодотворными для всего дальнейшего процесса становления отечественного телевидения.

### 3. Практическая работа на примере репортажей новостных/информационно-аналитических программ региональных/центральных телеканалов

Объектом для анализа работы журналиста в жанре репортажа мною были выбрана телепрограмма «Зона-х», которую транслирует телеканал «Первый». Такой выбор обоснован неизменным наличием нескольких репортажей в каждом выпуске программы. «Зона-х» - самая авторитетная программа криминальной хроники в Беларуси. Она выходит в эфир каждое утро с новостями о дорожном движении и ДТП, произошедших за минувшие сутки, а также днём и вечером с дайджестом – обзором криминальных происшествий. В конце недели выходит итоговый выпуск программы, в котором сообщается о наиболее интересных и сложных происшествиях за всю неделю, обобщается вся информация и составляется статистика. Репортажами в программе являются даже краткие обзоры состояния движения каждое утро. Видеоряд представляет собой кадры, снятые с камеры наблюдения и фиксации ДТП на наиболее загруженных улицах города. Текст составлен соответственно картинке, отображая ситуацию на дороге. Несмотря на то, что репортаж – жанр объективный и чаще всего должен исключать журналистскую оценку, ведущий довольно часто позволяет себе оценивать ситуацию. Но в данном случае – это оправданно, ведь речь идёт о довольно однозначной ситуации, где пробка на дороге получает негативную оценку, а свободная проезжая часть – позитивную. Кадры с видеокамер передаются сразу же в прямой эфир, что говорит о живом характере репортажа. Зритель может оценить не только интенсивность трафика, но и узнать о ремонте дорожного покрытия на той или иной улице, погодных условиях, видимости – словом, обо всём, что необходимо знать водителям. Также ведущий даёт информацию о нарушениях в работе светофоров, что позволяет как водителям, так и пешеходам организовать свой маршрут на сегодняшний день. Репортажи, иллюстрирующие разного рода ДТП, в программе существуют двух видов. В первом случае видеоряд представляет собой оперативную съёмку, чаще всего фотосъёмку. В свою очередь, корреспонденты далеко не всегда присутствуют на событиях, получая информацию преимущественно из соответствующих официальных структур.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из проделанной работы, можно сделать следующий вывод:

Телерепортаж, как жанр СМИ имеет ряд преимуществ.

- контроль над материалом в освещении сложной, многоплановой истории
- возможность совместить описание, объяснение и анализ
- возможность создать "ощущение места"
- возможность оживить историю с помощью атмосферных звуков
- возможность внести разнообразие в то, как вы освещаете какую-либо тему, или разнообразить звучание передачи.

Так же можно выделить основные принципы создания репортажа и ряд вопросов, на которые в первую очередь корреспондент должен ответить себе.

- на этапе выбора темы сюжета руководствоваться оригинальностью темы, свидетелями;
- использовать информаторов в различных областях и проникать на закрытые территории с помощью insider-ов. («Insider-ы»- люди, имеющие возможность провести репортера на охраняемый объект, или объект, куда запрещен доступ. («inside» - англ.- внутри))
- участвовать в работе правоохранительных органов, служб МЧС;
- искусственно создавать информационный повод с помощью организации встречи конфликтующих сторон.

Взяв за основу телерепортажи США, а так же их специфику и особенные черты можно сделать вывод, что:

- Использование видео-ню-релизов, значительно упрощает передачу новостей отдельно взятых компаний на телевидение, и дает возможность телекомпаниям делать репортаж с исключительными правами на новость, а так же полностью совпадает с интересами компании и телекомпаниями.

- Спутниковые медиа-туры являются аналогами внутростудийного "сидячего" интервью. Это помогает значительно сэкономить время, на выезд команды репортеров (в том числе и операторов, сценаристов, гримерщиков и т.д.). Планировать время выпуска его продолжительность трансляции.
- Видеоконференция соединяет отдаленные аудитории, а не отдельных лиц. Встреча аудиторий или спонсор-персоны с аудиторией проводится также с помощью спутниковой связи. Это так же значительно экономит время, и помогает заранее планировать время выхода и транслирования.

Таким образом, репортаж, выделившийся как жанр всего полвека назад, прочно укоренился в системе современного телевидения. Это объясняется его объективностью, достоверностью, лаконичностью и динамикой. Все эти составляющие позволяют сделать репортаж максимально интересным и информативным для зрителя.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Научная и учебная литература, статьи:

- 1 . Вячеслав Басков. Аналитический репортаж. ВК, 2006г.
- 2 . . Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества.
3. . Алексей Ермилов. Живой репортаж. Профессиональные советы журналисту. Аспект пресс 2010г.
4. . М. Н. Ким. Репортаж технология жанра. Михайлова В. А. 2005г
5. Г. В. Кузнецов. Телевизионная журналистика.
6. . Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист. Международный центр журналистики. Москва. 1996.
7. . Пол Стенли. Телевизионный репортаж. Практическое пособие для профессионалов. Internews network. Москва, 1997
8. Теленовости: секреты журналистского мастерства. Реферат книги Ирвинга Фэнга “Теленовости. Радионовости”. Москва, Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 1993