

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт социально-гуманитарных наук
Факультет «Журналистика»
Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, корреспондент
программы «Телефакт. События дня»,
АО «Обл-ТВ»

_____ В. Е. Варфоломеев
«10» июня 2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., доц.
_____ Л.П. Шестеркина
«10» июня 2019 г.

ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЕ «ТЕЛЕФАКТ»

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ**

ЮУрГУ–42.03.02.2019.100.ПЗ.ВКР

Руководитель ВКР, к.фил.н., проф.

_____ Е. Л. Дмитренко

«10» июня 2019 г.

Автор ВКР

студент группы СГ- 403

_____ К. С. Никитенко

«10» июня 2019 г.

Нормоконтролер, к.фил.н., проф.

_____ Е. Л. Дмитренко

«10» июня 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Никитенко К.С. Приемы создания журналистских материалов в информационной программе «ТЕЛЕФАКТ» Челябинск: ЮУрГУ, СГ- 403, 2019. – 73 с., 9 ил., библиогр. список – 46 наим., презентация, приложение – 5 с.

Ключевые слова: журналистика, телевидение, программа «Телефакт», телеканал «Домашний», коммерческие материалы.

Объектом исследования: специфика современной информационной телепрограммы.

Предметом исследования является структура и стилистика авторских журналистских материалов в современной телепрограмме «Телефакт».

Цель работы – выявить методы работы журналистов и изучить творческие приемы на всех этапах создания их информационных, авторских материалов. Задачи работы: охарактеризовать особенности создания программ новостей на городском телевидении; изучить изменение методов подачи новостей; определить жанровое наполнение новостных выпусков; рассмотреть основные составляющие выпусков новостей; разработать основные указания к работе корреспондентов информационной программы; сравнить отечественный и зарубежный опыт

Новизна ВКР заключается в том, что во время практики была изучена специфика работы тележурналиста информационной программы «Телефакт» и сформулированы креативные подходы в написании материалов.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем телевизионного вещания в рамках городских, новостных программ.

Работа может представлять интерес не только для практикующих журналистов на телевизионных СМИ, но и для представителей общественных наук, таких как социология, психология, история и др.

ANNOTATION

Nikitenko K. S. "Methods of creating materials in the framework of the information program "TELEFACT" in the TV channel «Domachniy»". Chelyabinsk, South Ural State University, Group SG- 403, 2019. – 73 p., 9 ill., bibliography – 46 positions, presentation, application – 5 p.

Key words (tags): Journalism, television, program "Telefact", channel «Domachniy», commercial materials.

The object of study is the specifics of the modern information of the TV program.

The subject of the research is the structure and style of author's journalistic materials in the modern TV program "Telefact".

The purpose of this work is to evaluate the methods of work of journalists and to study creative techniques at all stages of creating their information, author's materials. Work tasks are to describe the features of creation news programs on city television; to study the changes in methods of news presentation; define the genre structures that can be realized within a news program; consider the main components of a news program; develop basic guidelines for the work of correspondents of the information program; compare national and foreign experience.

The novelty of the thesis is that during the practice was studied the specifics of the TV journalist information program "Telefact" and formulated creative approaches to writing materials.

Study results claims this research to be focused on urgent problems solving within local city news broadcasting. Also, this research may be of the interest to practicing journalists of TV media but ass well for representatives of social sciences, such as sociology, psychology, history, etc.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ЕЖЕДНЕВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ НА ГОРОДСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ.....	10
1.1 Теория и практика создания программы городских телеканалов в регионах России.....	10
1.2 Структура и стилистика информационных телепрограмм городские новости.....	16
1.3 Сходства и отличия информационных программ городских телеканалов России и США.....	26
2 ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЕ «ТЕЛЕФАКТ»	
2.1 Специфика городского телеканала «ВЭ»: роль информационной программы «Телефакт».....	37
2.2 Многообразие жанров, приемы верстки и подача материалов в программе «Телефакт».....	42
2.3 Лингвистические и экстралингвистические приемы создания информационных сюжетов в программе «Телефакт».....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день, телевидение – самый распространенный источник получения информации. «Более двух третей всех опрошенных (69%) практически постоянно используют в качестве источника новостей и знаний центральное телевидение, 44% – региональное», – сообщает ВЦИОМ. Высокая популярность телевидения поддерживается в основном за счет старшего поколения, 87% в группе респондентов от 60 лет часто смотрят федеральные каналы. По данным на 2017 год¹. Просмотр информационных программ у определенной возрастной группы населения зависит от времени выхода в эфир, будь то утреннее или вечернее. Именно поэтому каждый выбирает удобные для себя часы просмотра новостей. Безусловно, появление в России регионального телевидения привело к созданию большого количества местных телеканалов.

Присутствие в региональном эфире информационных передач, таких как городские новости, мы можем рассматривать, как оригинальный формат, в котором отражается колорит политической, экономической, культурной жизни больших и малых городов.

Конкуренция между каналами постоянно растет, и каждый канал стремится, первым осветить ту или иную новость. И как следствие новостной журналист желает привлечь больше внимания к своему материалу и повысить тем самым рейтинги. Он придумывает различные способы, с помощью которых можно заинтересовать зрителя, пытается «найти новые формы подачи новостей, поиграть с информацией, красиво ее упаковать, заставить её заблестеть всеми гранями события – это задача архиважная»². Важно не только выявить использованные приемы, но и специфику программы, проследить значение и действие этих свойств информационных программ российского телевидения, чтобы понять, как они влияют на саму программу, и конечно на канал.

¹ ВЦИОМ: телевидение остается главным источником информации для россиян // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3377948> (дата обращения: 5.11.2018).

² Васильева, Л.А. Делаем Новости: учебное пособие / Л.А. Васильева. – М.: Аспект пресс, 2003. – С. 13–15.

Однако из-за ограниченности финансирования, а также в силу технических особенностей оборудования накладывается определенный отпечаток, влияющий на специфику выпускаемой информационной продукции.

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в выявлении основных приемов привлечения потенциальной аудитории к городским новостям, которые применяются, как в телевизионных сюжетах корреспондентов, так и в социальных сетях. Также в данной работе будут рассмотрены жанры и языковые особенности материалов региональных журналистов новостной программы.

Интерес к исследованию новостной журналистики проявляли многие российские специалисты (Васильева Л., Гаврилов К., Кузнецов Г., Олешко В., Цвик В. и др.). Однако **практическое значение** нашей работы заключается в изучении новых методов, находящих своё применение в современных информационных сюжетах на городских телеканалах.

Объект: специфика современной информационной телепрограммы. Под исследование попадают особенности работы журналистов в создании контента. А именно: жанровое наполнение выпуска, в ходе работы также будут рассмотрены способы и методы привлечения внимания аудитории.

Предметом исследования является структура и стилистика авторских журналистских материалов в современной телепрограмме «Телефакт».

Исследования объекта и предмета выпускной квалификационной работы обуславливают **цель** нашего исследования. А именно: выявить методы работы журналистов на этапах создания их оригинальных авторских материалов, а также изучить творческие приемы корреспондентов в привлечении потенциальной аудитории.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие **практические задачи:**

- 1) охарактеризовать особенности создания программ новостей на городском телевидении;
- 2) изучить изменение методов подачи новостей;
- 3) определить жанровое наполнение новостных выпусков;
- 4) рассмотреть основные составляющие выпусков новостей;
- 5) разработать основные указания к работе корреспондентов информационной программы;
- 6) сравнить отечественный и зарубежный опыт

В выпускной квалификационной работе использованы **методы** научного исследования – сравнение, аналогия, анализ, синтез, описание, индуктивное умозаключение, наблюдение и метод историзма.

Эмпирической базой являются выпуски новостей программы «Телефакт» на телеканале «Домашний». Материалы выходили в эфир в 2018-2019 годах в период производственной и преддипломной практики.

Во время практики была изучена специфика работы тележурналиста информационной программы «Телефакт» и сформулированы креативные подходы в написании материалов. Что и определяет **научную новизну** нашего исследования.

Результаты данной выпускной квалификационной работы могут стать в дальнейшем базой для изучения телевизионного вещания в рамках городских, новостных программ. А также и практический и теоритический материалы могут представлять научный интерес для студентов факультета журналистики и, конечно, для практикующих журналистов на телевизионных СМИ.

Структура работы состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава «Особенности создания ежедневной информационной телепрограммы на городском телеканале» здесь мы разбираем историю выбранных нами каналов, и она состоит из 3 параграфов. Вторая глава «Приемы создания журналистских материалов в информационной программе "Телефакт" ». Также состоит из 3 параграфов, в ней мы рассматриваем концепцию телеканала и описываем

основные методы привлечения аудитории. И в заключении подводится итог исследования объекта и предмета, а также определяется значимость и специфика информационных программ. А в третьем параграфе 2 главы мы рассмотрим языковые особенности сюжетов программы «Телефакт».

В работе мы использовали более сорока пяти источников, и приложение, которое расположилось на пяти страницах.

1. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ЕЖЕДНЕВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ НА ГОРОДСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ

1.1 Теория и практика создания программы городских телеканалов в регионах России

Основной предпосылкой, связанной с появлением в регионах местного телевидения стало объединение 8 февраля 1991 года Гостелерадио и Государственного комитета СССР по печати в Министерство печати и информации СССР. ЦТ и Всесоюзное радио были объединены во Всесоюзную государственную телерадиокомпанию (Всесоюзную ГТРК), председателем которой стал Леонид Кравченко, все главные редакции (кроме информационных) ЦТ и Всесоюзного радио были объединены в студии Всесоюзной ГТРК, некоторые региональные и республиканские студии ЦТ и Всесоюзного радио были объединены в региональные и республиканские телерадиокомпании¹.

В то же время, в начале 90-х годов в регионах страны были созданы сотни региональных коммерческих телекомпаний - начиная от кабельных районных телеканалов и заканчивая крупными, вещающими на несколько районов области телекомпаниями. Эти новые тенденции в телевизионной системе России после 1991 года связаны с появлением новых форм организации телевещания и интенсивного развития регионального телевидения. Данные изменения повлекли за собой не только преобразование преобладающих функций, но и «импорт» программ и жанров западного телевидения на федеральных телеканалах и, в свою очередь, принципов производства программ, творческих методов работы, федеральных телеканалов на региональном телевидении².

¹ На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ: учебник: в 2 т. / под ред. А.И. Верховской. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: Высшая школа, 2010. – Т.2. – С. 12–13.

² Корнилов, Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий: учебное пособие / Е.А. Корнилов. – Ростов - на Дону: Донской издательский дом, 1999. – С. 224.

В постсоветский период сложилась такая классификация российского телевидения:¹

1. По способу трансляции:

а) эфирное (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителя);

б) спутниковое (например «НТВ-плюс», «Discovery», «РТР Планета», «Москва 24», «Матч ТВ», «НТВ Мир» и д. р.);

в) кабельное (компания «КТВ-1», кабельные сети в городах России, такие как: «Дождь», «ТВ 1000», «Закон ТВ», «Канал 12», «Донская столица», «Афонтово», «Самара ГИС» и д. р.);

г) Интернет ТВ («Эхо ТВ», «Дельфик ТВ», «РИА Новости» и д. р.)

2. По охвату аудитории:

а) межгосударственные («Первый канал», «РТР - Планета», «Матч! Планета», «BBC World News», «Че» и д. р.);

б) общероссийские («Петербург- 5 канал», «Россия 1», «Рен ТВ», «НТВ», «ТВЦ» и д. р.);

в) региональные («ОТВ Челябинск», «Ямал - регион», «Евпатория ТВ», «АТВ (Архангельское телевидение)», «ТВ-21» и д. р.);

г) городские («Златоуст ТВ», «11 канал (Пенза)», «Донская столица», «Канал 12», «31 канал», «СургутИнформТВ», «Афонтово»).

3. По форме собственности:

а) государственные («Звезда», «Россия – Культура», «Первый канал», «Пятый канал»);

б) негосударственные («2x2», «СТС», «ТНТ», «Афонтово»)

4. По тематическому содержанию:

а) универсальные («НТВ», «Первый канал», «ОТВ», «Россия 1»)

б) информационные («Россия 24», «РБК», «Мир 24»)

¹ Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие / И.Ф. Девятко. – 5-е изд. – М.: Изд-во КДУ, 2009. – С. 21–23.

- в) спортивные («Матч ТВ», «КХЛ ТВ», « НТВ – Плюс Спорт»)
- г) развлекательные («ТНТ», «2x2», «Пятница», «СТС», «Дом Кино»)
- д) документальные («Discovery», «National Geographic»)
- е) узкоспециализированные («Спас ТВ», «Охотник и рыбовод», «Воен ТВ»)

«Эволюция отечественного телевидения затронула такие стороны его существования, как формы собственности, организации, управленческие механизмы, способы трансляции и передача сигнала, методы и творческие подходы к производству продукции, что неизбежно привело к изменениям в форме, тематике, проблематике программ, а также внесло существенные коррективы в развитие самих работников телевидения»¹.

Главная особенность журналиста городского телеканала - это знание своей аудитории и расчет именно на своего зрителя. Региональный корреспондент успешен настолько, насколько он представляет жизнь и проблемы своего города и своей аудитории.

Журналист федерального канала работает на абстрактного зрителя. Он должен иметь общее представление о российском обществе, о проблемах страны в целом, о настроении нации, журналист же городских программ новостей должен расставлять акценты и рассматривать жизнь в городе, какая она есть. Меньше его должны волновать события в стране и за рубежом.

Кроме всего прочего такой журналист над своим имиджем и стилем трудится сам. На центральных телеканалах все эти вопросы решает руководство канала. Отсюда, возможно и ненужное подражание региональных журналистов федеральным ведущим и корреспондентам.

Корреспондент центрального телеканала, как правило, ведет определенную тему: военную, парламентскую, культурную, социальную. Журналист информационной программы того или иного города работает над каждой темой, которую ему поручает редактор.

¹Москатов, Е. В. Основы телевидения: учебное пособие / Е. В. Москатов. – М.: Флинта, 2006. – С.168.

Городской журналист, как и региональный, имеет дело с меньшей аудиторией по сравнению с федеральным журналистом. Тем не менее, городские телеканалы для лучшего понимания их функционирования следует рассматривать и по способу трансляции, и по охвату аудитории, и конечно, по форме собственности, а также по тематическому содержанию.

Мы будем анализировать информационные выпуски на городских телеканалах как: «Афонтово», «СургутИнформТВ», «Самара Гис» и «Канал 12», «Донская столица».

Давайте рассмотрим красноярский телеканал «Афонтово». Афонтово - один из самых известных телевизионных брендов России. По способу трансляции «Афонтово» – относится к кабельному телевидению. По охвату аудитории «Афонтово» – городской телеканал. А по форме собственности данный канал относится к негосударственным. Тематическая направленность позволяет относить его к универсальным каналам. Программа новостей города Красноярска – это самая полная картина дня, оперативная, свежая информация, и конечно, проверенные и эксклюзивные материалы от своих журналистов. По населению Красноярск город миллионник, поэтому в программе новости Афонтово представлен весь спектр политической, социальной, экономической, а также спортивной жизни города. Время выхода программы по будням в 13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 17:00, 18:00, 19:30 и 21:00. Продолжительность выпусков 25 минут с рекламными сюжетами. Первый выпуск программы «Новости Афонтово» состоялся 15.03.1993. Александр Карпов, Сергей Ким, Дмитрий Неклюдов, Ирина Третьякова – учредители телекомпании¹.

«СургутИнформТВ» – одна из крупнейших в России телекомпаний. По способу трансляции «СургутИнформ» можно отнести и к кабельному, и к спутниковому телевидению, по охвату аудитории телеканалы «СургутИнформТВ» относятся к городским каналам. Что касается формы

¹ Новости Афонтово: официальный сайт телеканала // URL: <https://afontovo.ru/projects/novosti-afontovo/> (дата обращения: 18.01.2019).

собственности телекомпания является негосударственной, а по тематической направленности универсальной. Данная телекомпания основана в 1990 году. Официально датой запуска «СургутИнформТВ» считается 15 ноября 1990 года. Телепередача «Новости Сургута» – ежедневная информационная передача (выходит на канале С1, СТВ1 и СТВ3), с понедельника по четверг в 20:00 и в пятницу в 13:00 самые свежие новости экономики, политики, культуры и спорта небольшого города. В утреннее время программа транслируется в 7:00 и 11:00, днем 15:35, а также вечером в 18:35. Хронометраж 30 минут¹. Генеральный директор – Ярош Игорь Викторович.

«Самара ГИС» – публичное акционерное общество, объединяющее современные медиа – ресурсы: информационный портал www.samaragis.ru, телеканал «Самара – ГИС», первое мобильное телевидение Самарской области - мобильное приложение «Самара – ГИС» для смартфонов и планшетов на базе IOS и Android. Транслируется в кабельных и IP сетях и входит в основной, социальный пакеты кабельных операторов и Интернет провайдеров, наряду с основными федеральными телеканалами. По охвату аудитории канал относится к городским телеканалам. По форме собственности «Самара ГИС» негосударственный, а по тематическому содержанию относится к универсальным.

Датой начала вещания считается 28 июля 2008 года. Телеканал «Самара ГИС» – это ежедневное 24 - часовое вещание. Контент телеканала содержит более 20 программ собственного производства, а также художественные, документальные фильмы, и сериалы отечественного производства. Все студийные программы, в том числе и для прямого эфира, производятся в виртуальной студии, что позволяет значительно снизить стоимость и время подготовки новой программы к эфиру. Информационная программа «События» выходит по будням в 19:00, хронометраж программы 30 минут, а также повторы транслируются в 20:00, 21:00, 00:00, 06:00, 07:00, 08:00 и в 09:00 утра следующего дня. Андрей Владимирович Волков – генеральный директор.

¹ Новости Сургута: официальный сайт телеканала // URL: <https://sitv.ru/program/news/> (дата обращения: 10.01.2019).

«Канал 12» – кабельный, негосударственный телеканал, вещающий с 29 декабря 1991 года на город Череповец и некоторые районы Вологодской области. Относится к числу городских телеканалов. По тематическому содержанию относится к универсальным телеканалам. Информационная программа «Новости: события дня» выходит по будням в 13:30 и в 20:30. Хронометраж программы 30 минут. Транслируется по кабельному телевидению. «Канал 12» относится к числу универсальных телеканалов. Сергей Кондеев – генеральный директор холдинга.

И последний канал, который мы будем рассматривать – это «Донская столица». По способу трансляции данный телеканал является кабельным, по охвату аудитории городской. Вещает на 130 тысяч жителей города Новочеркаска. Продукт этого канала оперативные, интересные новости города и области для всех. По форме собственности государственный канал, и по тематическому содержанию является универсальным. Информационная программа «Новочеркасск. Новости» выходит ежедневно в 19:00 с повторами в 9:00, 12:00 и 23:30¹.

Таким образом, после распада СССР появились новые телевизионные структуры, которые можно анализировать. Исходя из рассмотренной выше классификации, мы провели сравнение новостных выпусков. Все изученные нами телеканалы по тематическому содержанию являются универсальными. Четыре из пяти по форме собственности негосударственные. Среди различий следует отметить разнообразный способ передачи сигнала. Чаще всего используют кабельную среду вещания, но только один из каналов транслируется и по спутниковому телевидению. Главный схожий признак, который мы выявили – это охват аудитории и все исследованные телеканалы являются городскими.

¹ «Донская столица»: официальный сайт телеканала // URL: <https://novochgrad.ru/now/smi/type/dontv.html> (дата обращения: 31.01.2019).

1.2 Структура и стилистика информационных телепрограмм городские новости

Информационное вещание в России представляет собой систему телевизионных передач, подготовкой которых занимаются отдельные редакции.

Именно они специализируются на оперативном оповещении своей аудитории о наиболее важных и интересных событиях жизни города, региона, и т. д.¹

Новостные передачи являются ключевыми в сетке любого канала. Остальные же программы расположены между новостями и используются для заполнения эфирного времени².

На данный момент основным типом информационной передачи на телевидении является выпуск новостей. Его основу составляют регулярные сообщения о текущих событиях, содержащее 10 – 11, иногда и до 20 эпизодов («сюжетов», «БЗ», «ЛТТ», «опросов» и др.). Набор новостей может быть универсальным (от политики до погоды), но возможны и отдельные рубрики в рамках программы (спорт, бизнес, киноиндустрия и др.)

Разбирая информационный выпуск, Г. В. Князев дает такое определение жанра. Жанр – это исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающий набором относительно устойчивых признаков³. Многие практики и теоретики, исследовавшие систему телевизионных жанров журналистики выделяют:

- Информационное сообщение (видеосюжет) – жанр журналистики, краткое сообщение, в котором излагается какой-либо факт.
- Интервью (от англ. interview – буквально встреча, беседа) – жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам.

¹ Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ: учебное пособие / Г. В. Кузнецов. – 2-е изд., доп. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 174.

²Засурский, Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы элитарного Интернета: учебное пособие // Я. Н. Засурский. – М., 2004. С. 59–63.

³Князев, А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учебное пособие / А. А. Князев. – Бишкек: КРСУ, 2001. С. 189–199.

- Опрос – жанр журналистики, в котором корреспондент от множества людей получает ответы на один и тот же вопрос¹.
- Репортаж – жанр журналистики, оперативно сообщаящий о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является журналист².
- Комментарий – это расширение новости с целью ее разъяснения или оценки. Как жанр комментариев возник в западной журналистике, где существует традиция разделения факта и мнения³.
- Обзорение – жанр журналистики, при котором сведения излагаются обозревателем, систематично по количественному принципу (хронологическому, тематическому и др.).
- Отчет – это материал, описывающий результаты, итоги прошедшего события или излагающий принятые решения на каком-либо мероприятии. Обычно публикуются отчеты о конференциях или собраниях⁴.

Как отмечает исследователь С. Л. Уразова: «Анализ ТВ как институциональной системы носит филологический характер, т.к. спроецирована изучение аудиовизуальной продукции, в которой находят отражение социокультурные потребности нынешнего времени. Представляется аксиомой, что современное ТВ не может функционировать в русле идей, прежней исторической эпохи. Масштабное внедрение цифровых технологий, построение новой технологической платформы для бесперебойной коммуникации индивидов, народов, государств, приводит к созданию глобальной сетевой коммуникационной инфраструктуры и построению сетевого общества, где страны, мегаполисы, населенные пункты превращаются в «концентраторов» коммуникационных

¹Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный, – М.: Аспект Пресс, 2002. С. 55–68.

²Кузнецов, Г.В. Телевизионная журналистика: учебное пособие / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002. – С. 148.

³Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. С. 73 – 86.

⁴Егоров, Б.Ф. О мастерстве литературной критики. Жанры, композиция, стиль: учебное пособие / Б.Ф. Егоров. – 2-е изд., испр. – Москва: Издательство Юрайт, –2019. – С. 216.

потоков, представляя собой распределительные центры информации. Таким центром экранной информации предстает и ТВ в новейшее время. Все эти изменения порождают и иные социальные потребности в плане получения и усвоения информации, а это диктует и новые запросы потребителя информации, заставляя как медиа, так и ТВ в силу его массовости, производить качественный, оригинальный по форме и содержанию информационный продукт, соответствующий духу времени¹». И сейчас все активнее происходят процессы, связанные с трансформацией телевизионных жанров. Также и А.Н. Тепляшина, справедливо замечает: «Жанр фиксирует сдвиги в духовной жизни общества и меняется вместе с ней²».

Таким образом, основные составляющие информационного выпуска, используемые сегодня на практике:

Сюжет – изначально, это придуманный тематический репортаж, в котором есть герои, ситуация и история.

ЛТТ – особый вид съемки сюжета, когда журналист постоянно находится в кадре и участвует в событиях, о которых он рассказывает. Часто ЛТТ делается из записи прямого включения корреспондента.

Б/з (Бэзешка) – без звука. Видеоряд с интершумом, но без закадровой начитки корреспондента. «Бэзэшка» относится к числу так называемых «коротких форматов». Они используются при выдаче информации в эфир оперативно, как говорится «с колес³».

Опрос – это сбор и анализ мнений респондентов по одному или ряду вопросов, подразумевающий обратную связь.

Графика – представляет собой диаграммы, таблицы, карты, схемы и др. Ее можно подготовить при помощи специальной компьютерной программы.

¹Уразова, С.Л. Электронные СМИ между кризисом и цифровизацией: учебное пособие / С.Л. Уразова. –М.: Аспект Пресс, 2010. С.9–10.

²Тепляшина, А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистики: учебное пособие / А. Н. Тепляшина. – СПб: Азбука, 2009. – С. 56.

³Словарь телевизионного сленга: неофициальный сайт // URL: <https://annabaskakova.livejournal.com/682294.html> (дата обращения: 29.01.2019).

Селфи-репортаж – это материал, в котором репортер берет на себя функцию оператора. Он снимает сам себя при помощи специального штатива, вместе с этим репортер рассказывает о происходящем вокруг. Таким образом, репортер становится участником события. У него нет времени на подготовку, и он говорит то, что видит и чувствует в данный момент времени.

Интершум в видеосъемке – набор звуковых событий, имитирующий или передающий атмосферу окружающего пространства; некоторый «задний план» звуков.

Комментарий (синхрон) – фрагмент прямой речи интервьюируемого человека.

Прямое включение – выход в эфир репортера с места события: стендап, который может быть частично перекрыт видеорядом по теме. Часто имеет форму диалога с ведущим, а также диалога нескольких «включающихся» - репортеров, экспертов, очевидцев и т.п.

«Хрипушка» – разновидность СХ: синхрон, записанный с телефона. «Хрипушку» обычно прикрывают либо графикой (портрет говорящего, какая-нибудь карта с обозначением места событий, картинка по теме), либо видеорядом по теме. Может быть элементом «развернутого» сюжета. «Хрипушки» придают новостным выпускам шарм оперативности, и действительно это способ быстро получить информацию. «Хрипушки» используют, когда репортер уже на месте событий, но получить видео пока нет возможности, или когда нужно записать комментарий удаленного эксперта либо очевидца. Термин связан с качеством звука.

Во всех рассмотренных нами выше телеканалах мы будем описывать городские информационные программы «Новости Афонтово» (г. Красноярск), «Новости Сургута» (г. Сургут), «События» (г. Самара), «Новости. События дня» (г. Череповец), «Новости. Новочеркасск» (г. Новочеркасск), по такому плану:

1. Главная новость выпуска;
2. Основные темы сюжетов;

3. Жанровое разнообразие;
4. Стил ь ведущих;
5. Наличие рубрик в рамках программы;
6. Количество рекламных сюжетов;
7. Критика власти;
8. Графическое оформление выпусков.

Но для начала стоит отметить, что именно в Самаре весьма остра конкуренция: параллельно с госкомпанией выходят в эфир независимые вещатели. Например, рассмотренный нами телеканал «Самара Гис». Все вместе они высоко держат планку профессионализма, подтверждение тому различные награды и дипломы в профессиональных конкурсах журналистов телеканала «Самара Гис».

Новостная программа «События» телеканала «Самара Гис» выходит 2 раза в день.

1. Главной новостью на протяжении 3 дней была дорожная обстановка, которая возникла в результате коммунальной аварии.

2. В новостях за 22 января 2019 года (вторник)¹ 7 сюжетов, из которых: 2 экономических, 2 связанных с коммунальными службами (в связи со временем года) плюс 1 ЛТТ, 2 спортивных и 1 социальный сюжет, а также 2 б/з один про дорожную ситуацию в городе, второй посвящен открытию бассейна. Вечерние новости включают в себя подборку главных тем выпуска. Затем следует б/з, а дальше сюжеты и в конце ЛТТ. Темы варьируются на протяжении выпуска. Т.е. начиная от дорожной, заканчивая культурными новостями.

3. В основном журналистами создаются мини сюжеты хронометражем 1 минута, или до полутора минут эфирного времени. Второй материал б/з ставится в середине и в самом конце информационной программы. Всего 11 материалов за вечер.

¹События: официальный сайт телеканала // URL: <http://www.samaragis.ru/archive/developments/> (дата обращения: 16.01.2019).

4. В вечерней программе ведущая сначала представляется, далее следует её постоянная фраза: «Новости большого города на средней Волге готовы рассказать наши журналисты, и я Инга Пеннер, (Виктория Шарая)». У обеих ведущих волосы аккуратно уложены назад, либо закручены в локоны. Обязательно платье в строгих расцветках, если красное, то не яркое, чтобы это не отвлекало и не раздражало глаз телезрителей.

5. Завершается выпуск «новостями спорта», что и является рубрикой в самой программе. И эта рубрика включает в себя 1-2 сюжета.

6. В конце выпуска есть 1 коммерческий сюжет.

7. Критика властей в выпусках программы присутствует и этому как раз и посвящается первая новость. И соответственно каждый выпуск занимала эта коммунальная тема, а именно бездействие чиновников.

8. Цветовая гамма программы включает в себя 3 цвета: белый, синий и ярко зеленый. Ветровик – белый, название города выделено черным цветом, аббревиатуры ГИС, выделяется жирным светло зеленым цветом. Студия белого цвета за спиной у ведущей видеостена с насыщенно синей заставкой канала.

Так и в городе Красноярске формируется профессиональная телевизионная среда. Мы анализировали программу «новости Афонтово» на телеканале «Афонтово». Каждый день она начинается с обзора основных тем выпуска, название сюжета в данной программе выделяется отдельной строкой на белом фоне, иногда ведущая сразу переходит к главной новости этого дня, т.е. следует б/з, либо прямое включение с места событий вместе с корреспондентом.

1. В выпуске за 18 января присутствовало прямое включение с обзора журналистом мест предназначенных для празднования крещения.

2. Тайминг программы включает в себя 8 материалов. 18 января (пятница) 2019 года в эфир вышло: 1 ЛТТ на экономическую тематику, 2 б/з о событиях, 3 сюжета, один из которых по событию, второй на экологическую тему и третий – некролог.

3. В среду проводится акция от телеканала «Ставка на добро». В утренней программе «Утренний кофе с Афонтово» один из знаменитых поваров Красноярска готовит завтрак, в это время ведущие открывают аукцион среди жителей города на приготовленные блюда, все вырученные средства идут в благотворительный фонд помощи детям сиротам. И в вечернем выпуске новостей, присутствует сюжет о том, как журналист отвозит завтрак счастливому победителю аукциона. По пятницам тизеры в виде афиши, куда сходить на выходные? В четверг приглашенный гость в студии общается с ведущей на актуальную тему выпуска. «Новости Афонтово» смотреть весьма интересно, так как почти каждый день в выпуске присутствует изюминка. Будь то аукцион или беседа с экспертом.

4. Стиль ведущих включает в себя либо платье темно синих оттенков либо черный костюм, и волосы у обеих девушек аккуратно убраны за уши. Ведущая может, как сидеть за столом, так и в некоторых выпусках ведущая входит в кадр и работает с места.

5. Рубрика «Коротко о разном» включает в себя краткие новости, представленные тизерами, где важные моменты выделяется красным цветом, на белых буквах. Каждый вечер выходит рубрика «спортивные новости».

6. За все время изучения программы «Новости Афонтово» мы не увидели ни одного коммерческого сюжета.

7. Стоит отметить, что в каждом материале журналистами освещаются те или иные проблемы города, и особенно корреспонденты акцентируют внимание на бездействие, а также на несвоевременное реагирование служб города и властей в том числе. К примеру, в выпуске за 27 ноября 2018 года бастовали ассенизаторы, которым городские власти перекрыли места сливов. Вместе с ассенизаторами бастовали и жители города. Ведь возить неполные машины отходов на дальние расстояния (железнодорожный район города) нерентабельно и тем и другим.

8. Цветовая гамма «Афонтово Новости» – это синий, красный и белый цвета. И именно по красному ветровику можно узнать «новости Афонтово». Сама студия в белых тоннах за спиной у ведущих видеостена с заставкой телеканала.

И следующий рассмотренный нами телеканал – «СургутИнформТВ» с новостной программой «новости Сургута».

1. Главная новость выпуска - это оплата коммунальных услуг в новом году в связи с повышением НДС.

2. Темы в выпуске либо чрезвычайные, либо остро коммунальные, еще встречаются экономические, реже культурные.

3. За все время программы выходит порядка 14-15 журналистских материалов, в основном преобладает б/з. В выпуске за 10 января: 9 б/з, 1 ЛТГ, 3 сюжета, и одна графика по выходным дням в 2019 году.

4. В программе «Новости Сургута» у ведущих волосы аккуратно уложены, либо убраны назад. Самое главное это то, что ведущие всегда одеты в деловые костюмы.

5. Также как и на других телеканалах здесь есть рубрика «новости спорта». Обязательно в начале программы идет речь о главных темах выпуска

6. В конце рубрика «новости бизнеса» - это коммерческий блок снятый телеканалом. Так в выпуске за 14 марта 2019 года в рамках рубрики вышел всего один сюжет о аэрокомплексе «Gofly».

7. В своих материалах журналисты освещают те или иные проблемы города, в частности они, акцентируют внимание на несвоевременное реагирование служб города или на бездействие властей. Например, в выпуске за 28 января 2019 года в эфир вышел сюжет, в котором жители города завалили портал «ТвойСургут» жалобами о длительном ожидании автобусов на остановках. Данная дорожная обстановка в городе длилось порядка двух недель судя жалобам на том же портале.

8. Цветовая гамма программы состоит цветов: белого серого и красного. Студия в красных и серых оттенках и за спиной у ведущих декорации с рабочими местами журналистов. Ветровик канала не был замечен нами в сюжетах новостей.

Программа «Новости. События дня» города Череповца на канале 12. В основном включает в себя все то же, что и другие телеканалы.

1. Главная новость программы в течение недели – это уборка снега, на улицах города.

2. В выпуске за 16 января 2019 года представлено: 3 б/з на дорожные, криминальные новости и коммунальные проблемы, а также 3 сюжета хронометражем от 3 минут на культурные новости города, и 2 ЛТТ, один из которых о событии, а другой на коммунальную тему.

3. Итого выпуск включает в себя 8 разнообразных материалов.

4. У всех ведущих волосы убраны назад, их внешний вид состоит из неяркой рубашки с юбкой или брюками. Однако здесь есть и существенная разница с другими информационными программами, ведь сами журналисты в подборке важнейших новостей в выпуске с места события коротко стендапом рассказывают, о чем пойдет речь в их материале.

5. Рубрик в самой программе как таковых не было выявлено нами.

6. Нами было замечено, что во время сюжетов бегущей строкой следует реклама.

7. Как раз на главной новости – уборке снега делают акцент корреспонденты, которые в своих закадровых текстах, или с места события говорят о проблемах в городе и о том, как коммунальщики и вышестоящие органы власти бездействуют.

8. Цветовая гамма телеканала – это синий и белые цвета. Ветровик канала ярко синего цвета на нем есть цифра двенадцать, она выделена белым цветом. Студия в белых оттенках за спиной у ведущих видеостена с заставкой телеканала.

Новостная программа «Новости. Новочеркасск» выходит по будням на канале «Донская столица».

1. Главной новостью 31 января (четверг) 2019 года стало б/з о минировании торгового центра в городе Ростов-на-Дону.

2. В основном сюжеты криминальные и культурные.

3. Продолжительность новостей составляет 15-20 минут. Программа начинается с подборки основных тем выпуска. После главная новость, а затем следует сюжет о профилактической лекции сотрудником полиции в колледже города. Второй сюжет посвящен совещанию у главы города. Количество сюжетов и б/з может меняться, так в выпуске за 30 января 2019 года количество б/з и сюжетов одинаково (по 2 материала).

4. На выбранном нами телеканале постоянная ведущая Ольга Боровикова, волосы у девушки убраны назад, внешний образ составляет либо классическая рубашка, либо пиджак в сочетании с джемпером.

5. В рамках программы 2 постоянные рубрики: спорт и погода. Спортивная рубрика включает в себя 1 сюжет и имеет красную заставку. Погода обычно в конце программы и заставка у нее зеленая.

6. В ходе новостной программы в середине есть 1 коммерческий сюжет.

7. Также можно отметить, что во всех просмотренных нами выпусках нет критики властей, и нет проблем с коммунальными службами города, а также с какими-либо другими.

8. Графическое оформление канала состоит из использования 4 цветов: красного, зеленого, синего и белого. Ведущая в программы читает подводки стоя и за ее спиной заставка новостей. Ветровик телеканала не был замечен нами в сюжетах новостей.

В результате проделанной работы мы выявили часто встречаемые жанры: б/з, сюжеты и ЛГТ «рисунок 1.1». Также мы изучили главную новость, эти материалы в основном остро-социальные, посвященные проблемам ЖКХ, дорожного транспорта в городе или связаны с ЧП «рисунок 4.1». Ведущие новостей одеты в классические костюмы или, что касается женщин чаще всего в неяркие платья. Волосы у них аккуратно зачесаны назад. В рамках исследуемых

программ встречаются рубрики: прогноз погоды и новости спорта, а у «Афонтово» есть еще и «Коротко о разном», в ней самая важная информация выделяется красным цветом, который в свою очередь составляет цветовую гамму телеканала «в соответствии с рисунком 2.1».

В графическом наполнении всех проанализированных информационных программ цветовая гамма в синем и белом спектре «рисунок 3.1». Критика деятельности местных властей в рассмотренных информационных выпусках встречается в материалах негосударственных телеканалов. Подобные способы классификации и сравнения мы будем использовать на практике в дальнейшем исследовании.

1.3 Сходства и отличия информационных программ городских телеканалов России и США

За последние десятилетия в медиаиндустрии США наблюдаются существенные изменения, связанные с повышением роли электронных СМИ и, следовательно, с перераспределением внимания и интересов аудитории. Такое явление ставит традиционные виды СМИ: печать, радио и телевидение - в условия жесткой конкуренции с новейшими технологиями¹. Эта проблема затрагивает и новостной медиабизнес, чья экономическая стабильность зависит, прежде всего, от способности компаний идти в ногу со временем.

Телевидение является одним из самых популярных средств массовой информации в США.

В целом, телевидение в США является синдикационным в мире. Телевизионная синдикация - это продажа права показа одних и тех же телевизионных передач сразу нескольким вещателям. Это распространённая в США и в

¹Роузмери, Б. Особенности системы СМИ США начала XXI столетия / Б. Роузмери // Сборник науч. тр.– СПб: Азбука, 2007. – С. 242.

некоторых других странах мира система показа телевизионного контента, в том числе телесериалов, развлекательных шоу, ток-шоу и так далее.

По материалам «Исследовательского центра общественности и прессы Пью» (The Pew Research Center for the People and the Press) американцы по-прежнему предпочитают смотреть новости – и в основном по телевидению. Большинство американцев, которые предпочитают смотреть новости, выбирают телевидение в качестве основной новостной платформы, согласно новому этому же опросу, проведенному 30 июля-12 августа, 2018, среди 3425 опрошенных американцев.

В целом, 47% американцев предпочитают смотреть новости, а не читать или слушать их. Это не изменилось с 46% в 2016 году и опережает 34%, которые предпочитают читать новости, и 19%, которые предпочитают их слушать.¹

Соединённые Штаты Америки являются пионером кабельного телевидения; многие специализированные (тематические) каналы телевидения начинали своё вещание впервые в мире именно там ещё в 1951 году. Эпоха аналогового телевидения в США длилась с 1949 по 2009 годы. Затем началось внедрение цифрового телевидения и появление специальных цифровых ресиверов.

В США существует шесть основных типов телевидения в США: эфирное, FTA, кабельное, спутниковое, DTH и IPTV.

Просмотр эфирных телеканалов не требует оплаты. Все остальные типы вещания работают по подписке (как правило, ежемесячной). Подписка оформляется на пакеты, отличающиеся друг от друга количеством включенных каналов и их тематикой.

По состоянию на данный момент, в США насчитывается свыше 117 телеканалов. Среди бесплатных каналов есть как на английском, так и на испанском языке. Платные каналы подразделяются на пять категорий (новостные/документальные/спортивные/развлекательные/детские).

¹Americans Still Prefer Watching to Reading the News – and Mostly Still Through Television: официальный сайт // URL: <https://www.journalism.org/2018/12/03/americans-still-prefer-watching-to-reading-the-news-and-mostly-still-through-television/> (дата обращения: 09.02.2019).

Три традиционных американских телевизионных сети:

- «Си-би-эс» (CBS) (прежде известная как «Коламбия бродкастинг систем» (Columbia Broadcasting System));
- «Эн-би-си» NBC (прежде известная как «Национальная вещательная компания» (National Broadcasting Company));
- «Эй-би-си» ABC (прежде известная как «Американская вещательная компания» (American Broadcasting Company) предлагающие развлекательные программы и новости, начали радиовещание в 1920-х гг. и 1930-ых гг., а телевещание в 1940-х гг. и 1950-х гг.¹.

В течение многих десятилетий американцы могли получать новости со всего мира только из вечерних телевизионных программ новостей, предлагаемых «Си-би-эс», «Эн-би-си» и «Эй-би-си».

Также и онлайн новости становятся все более значимыми во всем мире. «Всемирная паутина» (The World Wide Web) – новый способ, как для сбора, так и для распределения информации. Почти каждая ведущая американская организация СМИ имеет соответствующий вебсайт, на который отправляет статьи, написанные своими штатными работниками или полученные из других источников. Эти сайты обеспечивают возможность традиционным СМИ постоянно обновлять свои репортажи. Большинство телеканалов в США все активнее используют свои официальные сайты, на которых в режиме реального времени можно смотреть вечерние новости, с дополнениями материалов или с экстренными сообщениями. К примеру, телекомпания Netflix 2007 году включила в свой бизнес международный сервис потокового вещания, доступный в 190 странах мира. С 2013 года компания производит собственные фильмы, сериалы и телепрограммы, которые представлены в собственной библиотеке.

¹Быков, Д. В. Изменение телевизионного пространства США во второй половине XX века / Д. В. Быков // Сборник, науч. тр. – М.: МГУ, 2017. – С. 500.

В этом параграфе мы будем анализировать информационные программы на городских телеканалах: «LEX 18», «KGW 8», «KERO-TV», «WYMT-TV».

Начнем с телеканала «LEX 18». Начало вещания «LEX 18» состоялось в 1968 году, центральным городом вещания является Лексингтон¹. Область вещания распространяется на центральный Кентуки, включающий Лексингтон и 40 округов. До 2009 года осуществлялось аналоговое вещание, с 2009 года спутниковое и цифровое. А в 2018 году на официальном сайте появилось и стриминговое. Телеканал осуществляет коммерческое вещание, действует согласно лицензии NBC. Тематическое содержание «LEX 18» включает в себя информационные, спортивные сообщения. Телеканал Лексингтон был не раз отмечен, как самый оперативный, в области прогноза погоды и оперативного извещения в экстренных ситуациях. Также у «LEX 18» совместно с местной полицией действует инициатива под названием (Crime – Stoppers), позволяет раскрывать различные преступления. Crime Stoppers – подразумевает награждение за своевременное сообщение о совершаемом или совершенном преступлении, ДТП, локальной или природной ЧС.

Подробнее о составляющих информационной программы «LEX 18 news At 6»:

1. Главной новостью 11 февраля 2019 года, стал криминальный репортаж с прямым включением журналиста.

2. В штате Кентуки официально разрешено ношение оружия из-за этого в городе часто происходят различные преступления, грабежи, перестрелки и тд. Темы сюжетов в основном криминальные. Еще одной особенностью каждого выпуска являются прогнозы погоды по часам. (Например: в 2 часа дня, в 4 часа, и в 6 часов вечера)

3. Сама программа новостей выходит в 18:00, хронометраж одного выпуска составляет 15 минут, за это время в эфир выходит 8 материалов.

¹LEX 18 About Us: официальный сайт телеканала // URL: <https://lex18.com/about/> (дата обращения: 11.02.2019).

Жанровое разнообразие канала включает в себя б/з, сюжеты и прямые включения корреспондентов с мест трагедий.

4. Ведущие: Ненси Кокс и Кевин Кристофер. Мужчина в солидном костюме с рубашкой и галстуком. У Ненси Кокс платья в светлых тонах (голубых, бежевых) ее волосы всегда аккуратно уложены.

5. В рамках программы только одна рубрика – это прогноз погоды.

6. За все время выпуска только 1 рекламный сюжет.

7. Критика власти активно пропагандируется на данном телеканале, например, в выпуске за 14 февраля в эфир вышел сюжет «Запретная зона губернатора штата Кентуки», в котором губернатор отказался принимать людей в положенные часы и огородился от них желтой лентой.

8. Цветовая гамма канала включает в себя оттенки: синего, белого, желтого, красного и черного. Перед каждым сюжетом на экране выводится заставка BIG STORY.

«KGW 8» – это дочерний канал, относящийся к национальной радиовещательной компании в городе Портланд, штата Орегон. Новости канала «KGW 8» осуществляют свое вещание посредством кабельного телевидения (кнопка 8), цифрового, в режиме онлайн (на официальном сайте), а также в бесплатном мобильном приложении «KGW news up». Телеканал осуществляет коммерческое вещание, действует согласно лицензии NBC. Тематическое содержание «KGW 8» позволяет его относить к универсальным телеканалам.

KGW 8 предоставляет последние дорожные новости, самые свежие метеосводки, сообщения о спортивных состязаниях. С 2008 года KGW стала первой телевизионной станцией на рынке Портленда, которая начала транслировать свои местные выпуски новостей в высоком разрешении. А в настоящее время канал транслирует 40,5 часов выпусков новостей каждую неделю (по 6 ч. в будни и 4 ч. в выходные).

Давайте подробнее рассмотрим информационную программу «Top Stories: 6 p.m.» на канале «KGW 8», итак:

1. Главной новостью 15 февраля 2019 года стал сюжет о митинге националистов, переросшем в массовые беспорядки, к ответственности их привлечь не могли, потому что один полицейский «сливал» информацию одному из главных в партии. В том же сюжете был момент, когда представители другой партии (антифашисты) требовали от мэра принять меры.

2. Программа новостей на данном канале выходит в 18:00, хронометраж одного выпуска составляет 15 минут, за это время в эфир выходит 5-6 материалов. В основном сюжеты криминальные и дорожные.

3. Жанровое разнообразие канала включает в себя б/з, полноценные сюжеты, специальные репортажи, а также прямые включения корреспондентов с мест трагедий.

4. Ведущие: Дэвид Хагрити и Лорэл Портер. Мужчина в солидном костюме с рубашкой и галстуком. У Лорэл Портер платья ярких оттенков, ее волосы всегда аккуратно убраны назад. Стоит отметить стиль корреспондентов, в своих стендапах они в бейсболке и куртке с символикой канала.

5. В рамках программы есть 2 рубрики – прогноз погоды и новости спорта. Плюс к прогнозу выходит «Ski report» (Лыжный отчет). Отчет включает в себя графику из трех блоков. Н.: в выпуске за 11 февраля 1 блок: ожидается обильный снегопад в районе 3-6 вечера. Второй блок: 500 футов над уровнем моря от 1 до 6 дюймов осадков, ниже этой высоты от 0 до 4. Третий блок: Ниже 500 футов снег маловероятен.

6. Во время программы нет рекламных сюжетов.

7. В том же выпуске новостей за 15 февраля 2019 года есть сюжет о том, как Дональд Трамп на строительство стены на границе с Мексикой планирует потратить 1,4 миллиарда из федерального бюджета, а плюс вытянуть деньги из военного фонда (около 5,5 миллиардов). За что его критикуют представители партии республиканцев (Дональд Трамп сам из этой партии). Мужчина в синхроне, говорит, что обычно партия на предложения президента из числа «своих» говорит "Да, вперед, пожалуйста". Но здесь даже республиканцы говорят

президенту от их партии "Ты заходишь слишком далеко". В конце сюжета ведущий говорит, что больше 200 человек в сенате проголосовали против инициативы президента.

8. Цветовая гамма канала включает в себя оттенки: оранжевого, черного, синего и фиолетового. Особенностью выпусков является то, что перед каждым блоком темы выходит журналист и начитывает подводку. Также студия просторная и белая, а за спинами у ведущих «живая» стена города¹.

«KERO-TV» – 23 цифровой телеканал, также «KERO-TV» осуществляет аналоговое вещание (10 кнопка). Действует на основе лицензии ABC (с мая 2007), вещание распространяется на город Бейкерсфилд штата Калифорния. По тематической направленности телеканал относится к универсальным. Датой первого эфира является – 23 сентября 1953 года². В одной студии проводились съемки программы, а также записи радиопрограмм. «KERO-TV» один из первых каналов в Америке, который начал практиковать участие знаменитых музыкантов в эфире (Бак Оуенс, Томми Колинз) шоу называлось «Bakersfield sound». С октября 2011 года владельцем является E. W. – Scripps Company.

Давайте подробнее рассмотрим информационные выпуски программы «The Now Bakersfield» на канале «KERO-TV»:

1. Главной новостью за 18 февраля 2019 года стал сюжет о свободных рабочих местах: в закусочной, клининговой компании и на заводе. На официальном сайте канала, есть информация о том, что телеканал обязуется информировать о местных предприятиях, о возможностях роста в округе Керн (южная часть Калифорнийской долины, там и располагается город Бейкерсфилд). А также «KERO-TV» предлагает советы по трудоустройству.

2. Новости на канале «KERO-TV» выходят в 19:00, хронометраж одного выпуска составляет 30 минут, за это время в эфир выходит 7- 8 материалов, стоит отметить, что вначале с приветствием ведущих следуют анонсы, а также есть

¹KGW 8: официальный сайт телеканала// URL: <https://www.kgw.com/live-video> (дата обращения: 15.02.2019).

²О 23 ABC Новости KERO ТВ Бейкерсфилд: официальный сайт телеканала //

URL: <https://www.turnto23.com/about> (дата обращения: 18.02.2019).

промежуточные анонсы в начале второй части. Темы сюжетов разнообразные: политические, социальные, спортивные, новости здравоохранения, прогнозы погоды (погода в городе и на горнолыжном склоне)

3. Жанровое разнообразие канала включает в себя б/з, полноценные сюжеты.

4. Ведущие: Джессика Харингтон и Крис Стюарт. Мужчина в солидном костюме с рубашкой и галстуком. У Джессики Харингтон плаття в светлых тонах ее волосы всегда аккуратно уложены.

5. В рамках программы есть 2 рубрики – прогноз погоды и новости спорта. Причем прогноз включает в себя метеоусловия и на горнолыжном склоне.

6. Во время программы 2 рекламных сюжета, в начале и в середине выпуска.

7. В этом же выпуске за 18 февраля 2019 года, вышло б/з главной темой которого стало досудебное разбирательство дела, связанного с республиканской партией. Дело в том, что эта партия заявила на выборы в сенат больше кандидатов и это не соответствует правилам и требованиям избирательной комиссии.

8. Цветовая гамма канала включает в себя оттенки: красного, черного, и белого. Особенностью программы является то, что ведущих снимают отдельно, причем, кто начинает первым ведет первый блок новостей, другой отвечает последний блок. Студия просторная сочетает в себе синий и красный цвета за спинами у ведущих «живая» стена города.

WYMT-TV – Единственный полноценный коммерческий канал, который передает сигнал одновременно, как по кабелю, по спутнику, так и по цифровому телевидению. Телеканал вещает по лицензии «СВС» в городе Хазарт и сигнал распространяется на округ Колфилд. По тематическому содержанию мы можем отнести его к универсальным. Владелец – «Grey Television», закреплен за кнопкой 12 (цифровое), плюс к этому вещание осуществляется в высоком разрешении. Основан 20 октября 1969 года. Аббревиатура Your Mountain Television WYMT расшифровывается как: «Мы ваше горное телевидение». Канал был основан

местным бизнесменом – Биллом Горманом, который помимо владения правами на кабельное телевидение в округе занимал должность мера города Хазарт с 1978 по 2010 год. Совместно с каналом «LEX 18» транслировались с одной телевышки с 2009 года оба этих канала перешли на цифру.

Давайте подробнее ознакомимся с основными составляющими информационной программы «Mountain news» на канале WYMT:

1. Главной новостью 27 февраля 2019 года, была перестрелка на шоссе 16.
2. Новости на «WYMT-TV» выходят в 17:30, хронометраж одного выпуска составляет 15 минут. За это время в эфир выходит 7 материалов. Темы материалов включают новости: криминального характера, спортивного, политического, а также сообщения о погоде.
3. Жанровое разнообразие канала включает в себя б/з, ЛТТ, а также полноценные сюжеты.
4. В вечернем выпуске новостей 1 ведущий – Стив Хенсли. Мужчина в деловом костюме с галстуком. Его волосы аккуратно зачесаны назад.
5. В рамках новостной программы только одна рубрика – прогноза погоды.
6. Во время программы нет рекламных сюжетов.
7. Критика власти на данном телеканале также ярко выражена, к примеру, выпуске за 25 февраля в эфир вышел сюжет, в котором местные адвокаты выступали с исковым заявлением в адрес губернатора штата и его представителей. Суть претензии: губернатор подтвердил легитимность судебных решений административного порядка за пределами штата Кентуки. Данные дела по его разрешению будут рассматриваться в высшем суде восточного побережья. Данное нововведение коснулось и бракоразводных дел.
8. Цветовая гамма канала включает в себя оттенки: красного, черного, синего и белого. Студия просторная сочетает в себе синий и белый цвета за

спиной у ведущего коллаж предстоящего материала. Также стоит отметить, горячие новости, которые иногда выходят в начале выпусков. Студия во время «Breaking news» в цветовых оттенках красного и белого. И конечно стилизованный ветровик канала в белом и синем цветах¹.

Таким образом, мы проанализировали особенности городских программ новостей в США. И на каждом канале, который мы выбрали для изучения, присутствует яркая критика властей. Материалы такой направленности отличаются ироническими комментариями со стороны корреспондентов и ведущих, а порой даже присутствует высмеивание деятельности местных органов власти. На выбранных нами телеканалах присутствуют информационные материалы, которые отражают территориальную специфику.

Так главной новостью у выбранных нами телеканалов являются сюжеты в основном:

1. Криминального характера (убийства, перестрелки и т.д.). К примеру: «LEX 18» совместно с местной полицией организовали инициативу под названием (Crime – Stoppers). Данная организованная деятельность позволяет раскрывать различные преступления. Crime Stoppers – подразумевает награждение за своевременное сообщение о совершаемом или совершенном преступлении, ДТП, локальной или природной ЧС.

2. Экономического, например: у «KERO-TV» главные новости направлены на информирование населения о свободных должностях на местных предприятиях, и о возможностях карьерного роста в округе Керн (южная часть Калифорнийской долины).

Также можно отметить, что у каждого из рассмотренных нами каналов есть те или иные приемы в привлечении внимания аудитории. Все зависит от расположения города, штата. Так, например, у телеканала «KGW 8» присутствует

¹Mountain news WYMT: официальный сайт телеканала // URL: <https://www.wymt.com/livestream2> (дата обращения: 27.02.2019).

рубрика прогноза погоды, в которой есть отдельный блок «Ski report» (Лыжный отчет) – это метеорологическая графика с горнолыжных склонов.

К часто встречаемым жанрам зарубежных информационных программ относятся – сюжеты, б/з, прямые включения.

В графическом наполнении всех телеканалов используется черный и синий цвета, красный, желтый и зеленый. Еще одной отличительной чертой американского телевидения является способ трансляции, половина из рассмотренных каналов перешли на стриминговое вещание.

Большинство телеканалов направлены на активную обратную связь между каналом и зрителями, на моментальное реагирование и на вовлечение зрителей к соучастию.

Каждая новость может быть трансформирована под любой жанр главное – это заинтересовать телезрителей, сделав их активными сотворцами тех или иных сюжетов. Держать всегда руку на пульсе всех событий происходящих в территориальной области канала. Незамедлительное реагирование и уникальные детали, безусловно, играют неотъемлемую роль в создании программы новостей.

2. ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЕ «ТЕЛЕФАКТ»

2.1 Специфика городского телеканала «ВЭ»: роль информационной программы «Телефакт»

Информационная (новостная) программа - это регулярное сообщение о текущих событиях, содержащее эпизоды («сюжеты», устные сообщения). Набор новостей может быть универсальным, кроме того, возможны и специализированные новости (выпуски, посвященные исключительно спорту, бизнесу, сельскому хозяйству, спецвыпуски посвященные праздникам и пр.). В конце дня или недели выходят в эфир информационно-аналитические программы, где присутствуют не только факты, но и мнения, комментарии, аналитика, обобщения экспертов и ведущего.

Работая над телепередачей, творческий коллектив всегда решает главные функциональные задачи:

- оперативный отклик на событие;
- способность запечатлеть его, где и в каких бы условиях оно ни происходило;
- умение передать событие в его естественном течении, «без грима»;
- готовность подчинить всю палитру используемых средств воплощению правды самой жизни¹.

«Различие творческих индивидуальностей, позиций, подходов неизбежно. И не надо бояться этого, ибо из несовпадения мнений и подходов, как правило, рождаются интересные творческие решения, нестандартные оригинальные произведения²».

¹ Шестеркина, Л.П. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие для студентов вузов / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 78–80.

² Кузнецов, Г.В. Телевизионная журналистика: учебное пособие / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002. – С.148.

Давайте подробнее рассмотрим историю становления телеканала «Восточный Экспресс», на котором впоследствии зародилась интересующая нас редакция «Телефакт»:

- Официальным днём рождения телеканала «Восточной экспресс» принято считать 1 мая 1995 года. Тогда вещание на 23 телеканале усилилось, благодаря вхождению телеканала в состав ОАО «Челябинсксвязьинформ». А у некогда безымянной кнопки появился собственный бренд, известный сегодня каждому челябинцу. Директором первого негосударственного телеканала Челябинска стал Юрий Вишня.

- За 4 года «ВЭ» стала крупнейшей телерадиокомпанией Южного Урала. Первой в области, осуществляющей самостоятельное круглосуточное вещание. В 1999 на «ВЭ» кроме выпусков новостей и ряда собственных программ начинают выходить интерактивные утренние прямые эфиры.

- В феврале 2009 года национальная телевизионная премия «ТЭФИ-Регион» проводится в стенах Челябинского телерадиоцентра «Восточный экспресс». Именно тогда около 80 представителей российских телевизионных компаний «принял» «ВЭ».

- С 6 июня 2011 года «Восточный экспресс» перешёл на ретрансляцию федерального телеканала Домашний на 23 канале, сократив своё вещание до трёх часов в день (вместо круглосуточного).

- 20 января 2017 года назначен новый руководитель канала – Павел Михайлов, до этого 16 лет проработавший на «ВЭ». В прошлом, главный редактор Редакции Художественного Вещания телеканала, автор и ведущий проектов «Линия жизни», «Охота», «Строители» и других программ. Параллельно запущены процессы объединения телеканалов «ОТВ» и «ВЭ» в единый медиахолдинг. А в конце марта 2019 года эта процедура слияния завершилась.

- В апреле 2017 года «ВЭ» начинает осуществлять вещание в кабельной среде не только Челябинска, но и Челябинской области.

- С 1 июня 2017 года «ВЭ» в кабельных сетях приобретает сетевого партнёра - подмосковный Телеканал 360°. Основное вещание проводится именно на этой частоте.

- С 14 октября 2019 аналоговое вещание на 23 канале и партнёрство с Домашний прекращается из-за отключения аналогового телесигнала на территории Челябинской области. И планового перехода всех регионов РФ на цифровое телевидение.

Контент телеканала направлен на удовлетворение информационных потребностей зрителей, и таким образом у всех программ есть общий признак, связанный со спецификой местной аудитории. И речь идет, во-первых, о географических, экономических и культурных особенностях региона, и, во-вторых, об особенностях восприятия информации этой аудиторий. А появление новых жанров и способов подачи информационных сообщений оказывают сильное влияние на местное телевидение, при этом нововведения осуществляются в основном с учетом менталитета местной аудитории.

Поэтому люди и хотят видеть на экране свои улицы, задавать вопросы местным чиновникам, обсуждать проблемы экологии, дорог именно того города или поселка, где они проживают. Отчасти так они реализуют свои гражданские позиции. Следовательно, и актуальность местных новостей заключается в специфике местной аудитории.

Согласно вышенаписанному рассмотрим основные программы анализируемого телеканала:

- Информационная программа «Телефакт. События дня» выходит по будням на телеканале «Домашний» в 18:30 и на канале «360°» в 19:30. Спектр освещаемых тем включает в себя: политические, экономические, социальные, культурные, а также жилищно-коммунальные информационные сообщения, происходящие в городе Челябинске. Продолжительность одного выпуска

составляет 20 минут. В рамках передачи выходит рубрика «Челябинск 360°» - это 10 минутное интервью с приглашенным гостем.

- «Женское счастье» – это развлекательная передача

продолжительностью 30 минут. Постоянные ведущие: Алена Шелепова и Алла Варикова. В рамках программы выходят полноценные сюжеты о женском здоровье, красоте, отдыхе и о многих других интересных мероприятиях происходящих в нашем городе.

- «Зелёная передача» (Про все, что растет) – это программа о том, что интересует заядлых огородников или садоводов-любителей Южного Урала. Хронометраж одного выпуска составляет 30 минут, за это время выходят советы и рекомендации в посадках растений, овощей, цветов, декоративных и плодовых деревьев. Ведущая: Светлана Налетова.

- «Кредит недоверия» – это проект ведет Дмитрий Лазарев, он работает с жалобами жителей города на недобросовестные компании и помогает в разрешении конфликтов с продавцами и с поставщиками некачественных услуг. Вместе с экспертами он раскрывает секреты «правильного» и безопасного шоппинга. В рамках новой рубрики «Гарантия качества» зрители получают ответы на следующие вопросы: как приобрести вкусное и полезное мясо? Какое офисное кресло лучше всего сохранит вашу осанку? Как правильно выбрать куклу, которая будет безопасной и не станет травмировать психику ребёнка? А ещё, в рамках передачи зрители получают грамотные юридические советы! Хронометраж программы 20 минут.

И на сегодняшний день все массмедиа находятся в состоянии глобальной трансформации, в основе, которой лежит необходимость выбора новых стратегий в распространении информации. Так в условиях многократного использования передовых технологий появляются новые, совершенно новаторские, формы организации медиа производства и рождаются нестандартные пути доставки до потребителей информационных продуктов.

Особое внимание в процессе обновления медиасистем уделяется среде обитания представителей целевой аудитории: производители информации стремятся как можно точнее изучить не только демографический портрет потребителей, но и психологически подстроиться под конкретных получателей информации. Это напрямую влияет на традиционные медиа, которым приходится адаптироваться под новые требования информационного пространства и аудитории.

Данный процесс основан на принципах интегрированных коммуникаций, которые позволяют качественно управлять отношениями с потребителями информации, контролировать все процессы передачи сообщения телезрителям и оценивать их реакцию на новости.

Важно отметить, что многие телевизионные каналы широко используют социальные сети, как инструменты для продвижения. Это еще один немаловажный аспект взаимодействия телевизионных и социальных медиа, который располагается в системе интегрированных коммуникаций. В первую очередь это позволяет достичь большей сфокусированности на потребителе ввиду высокой взаимосвязи с аудиторией. Поэтому в основном социальные сети используются телеканалами для получения обратной связи с телезрителями, удержания аудитории и привлечения новой, а также для продвижения бренда и отдельных телепрограмм¹.

Журналисты редакции «Телефакт» активно используют аккаунт в сети instagram для привлечения аудитории к просмотру телепрограммы. С мест съемок они записывают так называемые селфи-анонсы своих сюжетов. Если нет возможности снять анонс к своему материалу, корреспонденты выкладывают различные фотографии с мест событий. Еженедельно по пятницам проводятся розыгрыш призов от редакции. Суть идеи максимально проста, телезрителям и

¹Шестеркина, Л.П. Социальные медиа, как ресурс интегрированных коммуникативных практик /Л.П. Шестеркина. – М.: Издательский центр ЮУрГУ, 2017.С. 55–65.

инстаграм-пользователям предлагается оригинально продолжить фразу. Заданное выражение связано с нашествием событием в городе, либо с предстоящим праздником. В инстаграме выбирается победитель лучшего продолженного высказывания.

Итак, в результате нашего исследования мы выявили, особенность городских телевизионных каналов в настоящий момент. И в данном случае рассмотренный нами телеканал создает как информационные, так и развлекательные программы, адаптируя их под челябинских телезрителей, под особенности аудитории нашего города.

А также в рамках нашей работы мы определили, какой метод привлечения телезрителей к просмотру телепрограммы «Телефакт» применяют журналисты данной редакции. Эта заинтересованность достигается путем обнаружения информационных потребностей получателей информации. Более того актуальность новостной программы обуславливается взаимодействием с аудиторией посредством социальных сетей. Такая задача достигается благодаря составлению психологического портрета зрителя и удовлетворения потребностей получателей информации согласно их требованиям. Подробно основные способы подачи новостей информационной программы «Телефакт» мы разберем в следующем параграфе.

2.2 Многообразие жанров, приемы верстки и подача материалов в программе «Телефакт»

Известно, что жанры телевидения сформировались на основе печатных типов публикаций, таким образом, их своеобразие определяется устной формой звучащей речи и дополняется видеорядом. Именно эта тенденция позволяет телевидению модернизировать традиционные форматы материалов и создавать новые, дополняя их различными комбинациями. Новостные программы не являются исключением и представляют собой пример такого синтеза.

Стоит дополнить, что в информационной программе большое значение имеют подводки ведущего. Не являясь самостоятельным жанром, они, в то же время, позволяют подготовить аудиторию к восприятию новостей. Нередко эта задача достигается отводкой-подводкой от одного материала к другому и расположением в выпуске сюжетов в определенной последовательности¹.

Так в информационной программе «Телефакт» отводка «сливается» по смыслу с подводкой.

- К примеру, в выпуске от 14 января 2019 года, отводка: «И если джипа незадачливого водителя ступеньки продуктового (магазина) выдержали, то мост на ЧМЗ не выдержит даже легковушки». Подводка: «Специалисты из Екатеринбурга признали сооружение при въезде в город аварийным, какая судьба уготована мосту на ЧМЗ и какой объездной путь оставили для горожан?».²

- Или, например, в выпуске за 26 ноября 2018 года отводка: «Отмечу, что завтра в южно-уральскую столицу прибудет полпред президента Николай Цуканов, в первой половине дня у него запланирован объезд объектов, которые возводятся к саммитам ШОС и БРИКС и все улицы города к приезду города должны быть идеально чистыми. Чтобы ситуация как летом этого года, по поводу некошенной травы не повторилась и город обошелся без замечаний». И подводка к следующему материалу: «Владимир Елистратов дал распоряжение дороги города от снега очистить. Сказано – сделано. 360 улиц Челябинска активно убирают от снежной каши».

Чаще всего, в информационной программе «Телефакт» явно прослеживается использование одинаковых речевых конструкций.

- Пример, отводки: «Сколько южноуральцев живут с диагнозом "рак", и какие новые методы лечения практикуют челябинские врачи? Об этом поговорим в рубрике "Челябинск 360" сразу после выпуска новостей. Не пропустите». В программе «Телефакт» 4 февраля 2019 года.

¹Поздняков, Н.К. «Информационная телепередача»: учебное пособие / Н.К. Поздняков. – М.: Искусство, 1998. – С.158.

²«Телефакт»: официальный сайт телеканала // URL: <https://telefakt.ru/proekti/telefakt/> (дата обращения: 30.04.2019).

- Или вот в программе за 5 февраля 2019 года: «А как будут благоустраивать центр Челябинска к саммитам ШОС и БРИКС? Что изменится на гостевом маршруте? Об этом поговорим в рубрике "Челябинск 360". Не пропустите сразу после выпуска новостей».

Но если разбирать информационные программы вышедшие в эфир с начала марта 2019 года, то вновь можно увидеть различия в написании отводки, она становится значительно длиннее, возможно это связано с приходом нового редактора.

- К примеру, в новостном выпуске за 30 апреля 2019 года отводка: «Стоит отметить, что за разведение костра во время особого противопожарного режима рублем накажут не только обычных граждан. Должностные лица за шашлыки в лесу заплатят 20-40 тыс. рублей в государственную казну, а юридические лица будут, раскошелятся на 300-500 тыс. Напомним, что с начала года в Челябинской области ликвидировано уже порядка 150 лесных пожаров. Площадь составила 1,5 тыс. гектаров». И подводка к следующему материалу: «Не хотите сидеть на даче. Душа требует путешествий. Какие направления пользуются спросом у челябинцев в майские праздники, и сколько будет стоить поездка?»

Так как каждая передача является «единицей измерения», объектом творческих устремлений отдельных корреспондентов, редакционных коллективов, то, можно предположить, что и любое информационное сообщение представляет собой продукт журналистской работы.

Ежедневно в мире происходит не поддающееся никакому учету количество больших и малых, важных и не очень, интересных и скучных событий, политических и общественных мероприятий, научных открытий и форумов, спортивных состязаний, природных катаклизмов и т.д. Для создателей ежедневных выпусков новостей все начинается с решения двух проблем:

- 1) своевременного получения информации о событии, раньше своих конкурентов;

2) качественного отбора материалов для освещения в информационной программе на основе полученной информации¹.

Верстка является важнейшим этапом создания информационной телепрограммы. Это процесс, состоит из отбора материалов и структурирования самого выпуска, т.е. расстановки экранных сообщений в определенной последовательности. «Понятие верстки, да в основе своей и сам процесс ее осуществления пришли в телевидение из давней журналистской практики, где с самого начала обозначали композицию – подбор и расположение – материалов на определенной, ограниченной площади» (имеются в виду шрифты, размер колонок текста, заголовки, рубрики и т.д.).

В печатной периодике верстка давно уже стала подлинным искусством, достигнувшем своего расцвета со времени внедрения компьютерной технологии создания газетно-журнальных полос. Но, как представляется, на телевидении это еще более сложное творческое явление².

Выпуск программы традиционно состоит из нескольких тематически собранных блоков. Первыми обычно идут сенсационные сюжеты и б/з, относящиеся к главным новостям дня. Материалы на культурные, научные и познавательные темы, как правило, следуют за сообщениями о политических событиях, официальных встречах. Поскольку информация в телевизионных новостях подается зрителю линейно (информационные сообщения предстают перед зрителем в определенном порядке), общий сценарий выпуска (монтажный лист, или «монтажник»), в котором отражена последовательность подачи различных сюжетов корреспондентов, составляется так, чтобы факт перехода от одной новости к другой не вызывал у слушающего недоумения. Иначе говоря, редакторы производят некое разбиение тем, чтобы соседствующие новости находились в схожих семантических полях³.

¹Егоров, В.В. Телевидение: теория и практика: учебное пособие / В. В. Егоров. – М.: МНЭПУ, 1992. – С. 312 .

²Борецкий, Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ: учебное пособие / Р. А. Борецкий. – М.: ИКАР, 1998. – С. 204.

³Сольев, М.А. Новости на телевидении: взгляд изнутри: учебное пособие / М.А. Сольев. – М., 2008. – С. 234.

Рассматривая информационную программу «Телефакт» можно, убедиться в истинности линейного построения новостей, однако по классификации верстки, представленной ниже, мы относим изучаемую передачу к блочно-рубрикационной «рисунок 9.2».

Классификация верстки программы новостей:

1) блочная

Тематические блоки разделены анонсом или заставкой. Строгое соответствие темам. Повторение из выпуска в выпуск. Такую верстку можно назвать классической.

2) блочно - рубрикационная

Сочетает в себе блочную верстку и рубрики. Например, у информационной программы «Телефакт» есть такие рубрики, как «Челябинск 360», «Давай поглядим», «Есть вопрос» и «Прогноз погоды».

Таким образом, программа «Телефакт» относится к блочно-рубрикационной верстке.

3) стихийная

Не предполагает четкого регламента и систем повторения тем. События располагаются по мере важности.

Новостные сюжеты бывают разных видов:¹

1. Предваряющий сюжет (еще до наступления события, предоставляется анонс этого мероприятия);

2. Сюжет реального времени (то есть о чем-то, что происходит сегодня). В рамках этого материала, возможны прямые включения, к примеру с различных церемоний или праздничных парадов.

3. Продолжающий сюжет (т.е. сюжет по результатам какого-то события).

¹Гаврилов, К.В. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / К. В. Гаврилов. СПб: Анафора, 2006. – С.7–9.

Чтобы наполнить передачу разнообразными информационными сообщениями, нужно иметь многочисленные источники информации. Зачастую используют следующие: частные источники, пресс - отделы различных организаций, другие СМИ, свидетельства очевидцев. Но большую помощь оказывают и сами телезрители¹.

В программе «Телефакт» часто используют в качестве источников информации: социальные сети, аккаунты официальных лиц (губернатора, чиновников, министерств), мессенджеры telegram – каналов, официальные пресс-релизы, СМИ, собственные источники, входящие звонки и сообщения зрителей.

В информационной передаче могут быть представлены различные рубрики, в том числе и метеорологические. Прогноз погоды нужен новостям, так как это - то, что обсуждают люди. Располагается он в последней части информационной программы. После метео-сводки можно сообщить зрителю дополнительную информацию, которая будет интересна владельцам дач и огородов.

Как отмечает, исследователь К. Коппервуд: «Спортивную рубрику следует размещать в самом конце выпуска, чтобы зритель, который ждёт именно её, посмотрел все другие сюжеты. Исключения могут составлять лишь события очень крупного масштаба, к примеру, большая спортивная победа²».

К примеру, в изучаемой программе прогноз погоды всегда располагается в самом конце выпуска. А рубрики спорт в «Телефакте» нет, но в эфир выходят отдельные сюжеты, которые ставятся в заключительной части самой передачи.

Качественная новостная программа имеет свой сценарный слог и последовательный и хорошо узнаваемый стиль, ярких ведущих в студии, в то же время и корреспондентов на выезде.

Музыка в сюжетах новостной программы может идти фоном. Она должна быть с четкой драматургией и обязательным заключительным аккордом³. Кроме

¹ Варганова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие / Е.Л. Варганова. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 34–39.

² Коппервуд, Р. Как преподносить новости / Р. Коппервуд, Р. П. Нельсон. – М.: Мир, 1990. – С.118.

³ Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста: учебное пособие для студентов вузов / Н.В. Зверева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 123–125.

того: основная музыкальная тема для начала программы, отбивки внутри программы их наличие очень важно. Ведь в использовании удачной музыкальной подложки интерес к сюжету возрастает.

В программе «Телефакт» музыкальное оформление используется, как в сюжетах, так и в рубриках тем самым привлекая внимание к просмотру информационных сообщений. А звуковое оформление встречается в начале и в конце выпуска новостей.

Начало двадцать первого столетия – время развития новой российской журналистики. Для нее довольно непросто интегрироваться в систему поисковых запросов, каналов передачи информации и стилистического многообразия подачи материалов. И между тем, практикующие корреспонденты уже достаточно освоились в новостной журналистики. Редакционные коллективы вдумчиво и системно создают свой информационный продукт, используя для этого решительно все: и новые методы, и хорошо забытые старые.

Как пишет исследователь М. Шостак: «Каждый автор старается точно представить свою аудиторию, ее особенности и запросы и соответствовать им своим произведением¹». На подачу новостей влияют: конкуренция, наличие похожих материалов у других каналов, общая корпоративная политика издания; вынужденное или преднамеренное комбинирование новостей местных, федеральных и зарубежных, важных и занимательных и т.д. Таким образом, материал любого объема требует по-настоящему творческой работы, поиска формы, шлифовки содержания.

Необходимо отметить новые методы подачи и структурирования информации: «инфотейнмент», «финишинг», «бильдизация»

- Инфотейнмент – это способ подачи теле- или радиовещательного материала, который нацелен как на развлечение, так и на информирование аудитории. В передачах, содержание которых характеризуется, как инфотейнмент информация имеет развлекательный характер за счет подбора материала или

¹Шостак, М.И. Журналист и его произведение: учебное пособие / М.И. Шостак. – М.: Знание, 1998. – С. 256.

способа его оформления. Данный инструмент используется в различных медийных жанрах (ток-шоу, выпуски информационных программ и отдельные сюжеты), и его основной чертой является апелляция к эмоциям зрителей.

Задача данного метода подачи информации – освещение факта с различных сторон.

Инфотеймент ограничивается только творческим потенциалом журналиста и его можно сравнить с театральной постановкой. Так, у каждого журналиста своя роль и он неповторим в ее исполнении.

Данный метод применяется в информационной программе «Телефакт»:

1. Так, 13 февраля 2019 года, был представлен игровой сюжет посвященный дню всех влюбленных, в котором 2 корреспондента готовили подарки вторым половинкам. Один показал процесс изготовления подарка своими руками, а второй отправился в магазин.

2. В ходе прохождения преддипломной практики нами был подготовлен материал с использованием инфотеймонта, суть которого заключалась в наглядном отображении флэш-моба «#дубакчеллендж».

3. А 11 февраля 2019 года был показан сюжет, в котором речь шла о хоббихорсинге – имитация верховой езды с использованием игрушечных моделей лошадей. Ярким моментом материала является демонстрация непосредственно техники исполнения данного увлечения со стороны корреспондента.

4. Во время летней практики мы создали 2 материала с использованием метода инфотеймонта. Первый был основан на взаимодействии со случайными прохожими, целью данного сюжета стал призыв хорошей погоды на выходные. Челябинцы вместе с корреспондентом активно выполняли различные метеорологические ритуалы. В выпуске за 29 июня 2018 года.

5. А вот 2 июля 2018 года вышел сюжет, освещающий всероссийский флэш-моб «усы надежды» в поддержку главного тренера сборной России по

футболу. На пешеходной улице города мы предлагали прохожим рисовать те самые усы с использованием разноцветных маркеров.

- Другой метод подачи новостей – финишинг. Это процесс доведения до конца, до совершенства. В данном аспекте – это «доработка» темы до ее логичного завершения. Любой материал, имеющий продолжение, способный вызывать отклики зрителей, не должен ограничиваться единственным сюжетом и непременно может развиваться дальше. И здесь подразумевается своеобразный диалог с телезрителем на уровне информирования, т.е. на обсуждении той или иной проблемы¹. Социально важный материал, к примеру, требуется снабжать комментарием о том, что за ситуацией будут следить наши корреспонденты.

При использовании этого приема допускается повтор какой-то ситуации, факта и т. д. Пример приема финишинга: журналист поднимает тему протекающих крыш. Решение данной проблемы занимает продолжительное время. Люди же ждут конкретной помощи и действий. Поэтому корреспондент дважды возвращается к этому инфоповоду, причем во второй раз с частичным воспроизведением ситуации первой публикации.

Метод финишинга используется и в информационной программе «Телефакт»:

1. Например, 11 июля 2018 года вышел сюжет о пропавшей девушке, которая якобы прислала смс-сообщение «Уехала отдыхать в Крым, не теряйте меня» ее отец и сестра почти каждый день дежурили на месте пропажи.

И в выпуске за 18 июля 2018 года, девушку нашли мертвой, в убийстве обвинили бывшего мужа.

2. Еще пример этого метода – это освещение трагедии 31 декабря 2018 года в городе Магнитогорске. Цикл сюжетов начался с информирования о ЧП, новость дополнялась сведениями каждый час, посредством социальной сети Instagram и инструментом Stories. Свое развитие и завершение ситуация получила

¹ Егоров, В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии /В.В. Егоров //URL: <https://narod.ru/text2/09.htm> (дата обращения: 16.02.2019).

в ряде материалов о предпринятых мерах со стороны МЧС, губернатора Челябинской области и президента РФ.

3. Или, к примеру, сюжет о том, как местного жителя Джона Дюрягина соседка по коммунальной квартире облила бензином и на порог не пускала. И спустя три недели со съемочной группой мужчина буквально пробивался в свою комнату, которую уже успела отремонтировать горе-соседушка. В выпусках за 29 октября и 14 ноября 2019 года.

4. Из программы «Телефакт»: «Палаточный лагерь пришлось разбить дольщикам ЖК "Радуга". И это не шутки семьи с детьми прямо у подъезда палатки поставили. Дом номер 6 на улице Профессора Благих так и не встретил новоселов. Людям негде жить и нечем платить за ипотеку». В программе «Телефакт» за 30 апреля 2019 года поддержка региональных властей дала этому делу ход.

5. И еще один такой же прием. В Ленинском районе - ЧП. В жилом доме дверь рухнула вместе со стеной. Когда хозяин пытался попасть в свою квартиру. В выпуске за 30 января 2019 года. И вот 9 апреля журналисты и представители власти приехали проверить выполненные работы. За три недели силами управляющей компании восстановили не только стену.

6. «Вот уже полгода 8 домов по улице Речной без канализации живут. И ведь еще 4 июня вырыли трубы, чтобы их поменять». Но и после первого сюжета ситуация не изменилось. Одна из активисток к временному трубопроводу свой шланг подключила и через открытое окно пустила. Депутат Владимир Бурматов дал нагоняй коммунальщикам за 2 недели ситуацию решить. После увиденного безобразия, ведь женщина щели от шланга теплыми штанами затыкала, чтобы ветер и осадки не проникали в помещение. Сюжеты из информационной программы «Телефакт» за 14 ноября и 20 ноября.

- Бильдизация – это наглядность, яркость и ясность в подаче материала, при помощи графиков, схем 3D или анимированных моделей. Данный метод используется большинством мировых СМИ, в том числе и отечественных. И он

наиболее распространен в метеорологических сводках. В отдельных случаях такая методика используется для освещения специализированной информации.

В информационной программе «Телефакт» он также применяется:

1. Так, например, 17 января 2019 года в информационной программе «Телефакт» была наглядно продемонстрирована стандартизированная схема купелей на крещение, так называемые иордани, а также их размещение на карте городских озер.

2. В материале за 12 ноября 2018 года экспертный совет при правительстве предложил установить лимит по количеству магазинов, торгующих алкогольной продукцией. В середине сюжета для наглядности появляется инфографика «рисунок 5.2».

3. В тоже время в материале Екатерины Буши за 16 ноября 2018 года, присутствует графика толщины безопасного льда для рыбалок и все это зависит, как мы видим от веса людей и от тяжести снаряжений «рисунок 6.2».

4. Также 20 ноября 2019 года вышел сюжет о жилищном trade-in по новой схеме обмена старого жилья на новое телезрителям была наглядно продемонстрирована инструкция «рисунок 7.2».

5. В программе «Телефакт» 22 ноября вышел сюжет о самолете, который будет летать с пассажирами из Челябинска в Екатеринбург. Полет за пол часа обойдется примерно в 5 тысяч, как мы видим из представленной инфографики «рисунок 8.2».

В то же время стоит упомянуть и другие современные методики, которые не нашли широкое применение на областных телеканалах: «эвент экшн» – провоцирование или создание события ради последующего инфоповода, «глокализация» – представление в СМИ глобальных проблем страны и мира в местном (региональном) масштабе и понимании¹.

¹Васильева, Л.А. Журналист меняет профессию / Л.А. Васильева, В.Н. Чернолуцкий. Владивосток: – Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. – С.130–132 .

И из этого следует вывод о том, что современная журналистика представляет собой динамическую структуру, в которой либо совершенствуются, либо создаются новые способы передачи информации. Мы можем подвести итог и сказать, что телевизионные жанры сформировались благодаря печатной периодике и стоит говорить об их трансформации. Также мы изучили верстку на примере информационной программы «Телефакт», наглядно продемонстрировали сверстаный выпуск новостей. А также выяснили, какие источники информации используют журналисты исследуемой редакции и узнали о музыкальном оформлении выпуска новостей. Кроме этого мы проанализировали методы подачи, структурирования информации, приводя различные примеры их использования в рассматриваемой программе новостей. А в дальнейшем исследовании мы будем выявлять лингвистические приемы создания журналистских материалов.

2.3 Лингвистические и экстралингвистические приемы создания информационных сюжетов в программе «Телефакт»

Телевизионный текст в большей степени направлен на массовую аудиторию, которая включает зрителей всех социальных слоев, возрастов и профессий, соответственно журналистские материалы адресуются всем и каждому. Они почти всегда озвучен, то есть отождествляется с речью. В этом и кроется, с одной стороны, легкость, а с другой стороны, сложность подготовки к эфиру новостей. В них должны одновременно сочетаться понятность для всех, доступность, а в то же время и индивидуальные черты автора.

Телевизионная речь является частью литературного языка. Она представляет собой его устную разновидность. В системе функциональных стилей занимает промежуточное положение, но тяготеет к публицистическому. Вспомним: по классификации Д.Э. Розенталя, к функциональным стилям языка относятся разговорный и книжный, который включает в себя научный, официально-деловой,

публицистический и литературно-художественный¹. Однако в зависимости от жанра передачи языковых средств отличаются. В ток-шоу преобладает разговорный, в новостях – публицистический, научный и официально-деловой, в комментарии могут встречаться элементы литературно-художественного стиля².

Выпуск новостей на телевидении – это уже отлаженный механизм, который не должен давать сбоев, в частности от работы каждого корреспондента зависит готовый продукт³. Несмотря на высокую скорость решения профессиональных задач тележурналистом, необходимо с большой ответственностью относиться к каждому написанному слову. Не последнюю роль здесь играет и язык, которым рассказываются новости. Сегодня мы часто можем наблюдать, как в информационных телепередачах журналистами используются различные лингвистические приемы

Перечислим основные принципы информационных сообщений, которые приводит Л. Р. Хузеева:⁴

1. Предложения должны быть короткими и ясными. Лучше не использовать причастные и деепричастные обороты и других конструкции, способные усложнить законченную мысль авторов. К примеру: сюжет «Телефакта» от 26 октября 2018 года, в нем региональный Минфин и Мин эконом презентовали, проект бюджета Южного Урала.

- Ведь озвучивал еще неделю назад. Губернатор цели поставил. Теперь доработать и вперед претворять в жизнь.

¹Розенталь, Д.Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика / Д.Э. Розенталь. – М.: издательский дом ОНИКС 21 век, 2001. – С. 381.

²Введенская, Л.А. Русский язык и культур речи: учебное пособие /Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова – изд. 11-е. – Ростов н/д: Феникс, 2011. – С. 224.

³Бережная М.А. Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности: учебное пособие пособие для студентов вузов [Режим доступа]/ М. А. Бережная – М.: Аспект Пресс // URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708820.html> (дата обращения: 03.11.2018). – С. 6–8.

⁴Хузеева, Л.Р. Специфика телевизионного текста: учебно-методическое пособие / Л.Р. Хузеева. – Казань: Казан. ун-т, 2015. С. 33–36.

- А заморская ли? Кило красной от 1400 рублей. В преддверии нового года соц. сети закишили такими объявлениями. В программе «Телефакт» за 15 ноября 2018 года.

- Полчаса и парк проверен. Новый глава города Владимир Елистратов сразу к делу приступил. Весной проект реконструкции утвердят. В информационной программе «Телефакт» за 21 ноября 2018 года.

- Да и другие жители такой детской площадке не рады. Теперь жителям за курьезную ситуацию неудобно. Вроде бы шум подняли, а песок им задаром достался.

- И это еще полбеда. На ЧТЗ проблемы посерьезнее. Жилье мужчины превратилось в настоящий мусорный полигон. В материалах из выпуска за 26 ноября 2018 года.

2. Слова краткие и понятные. Лучше использовать короткие, т.е. лексику общего употребления. Например, из программы за 20 ноября 2018 года:

- Сергей Иванов водитель снегоуборочного камаза вот уже три года разгружает улицы города от снежных завалов.

- Ежемесячно зимой снегоборщики очищают 550 километров снега по всему городу.

- На рынке недвижимости в Челябинске активно развивается система «Trade in». Это когда вам взамен на старую квартиру можно получить новую.

- И здесь trade in снова выручает, помогает покупателю сэкономить время и деньги.

- А сегодня жильцам заявили: – Кто успел, воды набрал.

- Дорога между домами вся в окопах.

3. Необходимо учитывать порядок слов и использовать инверсию, то есть не прямой порядок слов. Обычно на первое место выносятся то, на что зритель или слушатель сразу обратит внимание, самые главные слова в предложении. Так, например, в программе «Телефакт» от 24 октября 2018 года в

эфир вышел «сюжет - разбор» беседы Бориса Дубровского с журналистами «Деловое утро» на телеканале «НТВ», в котором использовались такие предложения:

- И сельское хозяйство упомянуть не забывает. После экологии мусорный вопрос не обходят стороной, ведь история с челябинскими свалками "гремела" на всю страну;

- Высокоскоростная магистраль, что уже в 2024 году рельсы для горожан откроет, будет лететь, словно птица всего час и кроме быстрой, удобной поездки Челябинск Екатеринбург масштабы более чем значимые.

- Челябинка новоявленного соседа в коммуналке сжечь решила. В программе «Телефакт» за 14 ноября 2018 года.

- И реализовывать продукцию магазины отнюдь не только в черную пятницу будут.

- Пылесосы, холодильники и телевизоры те, что только - только в продаже появились, обвал цен не почувствовали. Взято из выпуска за 22 ноября 2018 года.

4. Следует избегать канцеляризмов, их нужно заменять понятными и простыми словами и выражениями: ввиду отсутствия денег – потому что не хватило средств; в настоящий момент – сейчас; выявили веские доказательства – доказали; провели встречу – встретились; достигли соглашения – договорились.

5. Оценочные эпитеты и другие образные средства крайне редко используются в новостных сообщениях на телевидении, поскольку показывают отношение говорящего к тому, что он сообщает. В то же время средства речевой выразительности (сравнения, фразеологизмы, эпитеты, метафоры) могут использоваться, если не содержат в себе оценки, поскольку уже привычны для зрителя. Так, к примеру, в информационной программе «Телефакт» 8 октября и 12, 14, 20, 22, 26 ноября 2018 года:

- Переливается и играет цветом как живой и настоящий (про скульптуру собаки); И путают часто братьев как две капли воды похожих друг на

друга; Как единое целое; Перещелкала иноязычную грамматику, как семечки; Словно пирамида не разломить и игрушечное печенье и уточек не слепить;

- «Все равно ведь невозможно предугадать, когда водитель решится принять на грудь»; «За тридевять земель»; «И след простыл»; «Щелкает как семечки»; «Как свои пять пальцев»;

- Плохое поведение; Радужный прием; Зеленый щит; Зимний дворец, Экстремальные развлечения, Снежный рыцарь; Популярная шипучка;

- Горячие объятия; Тропа здоровья; Реки подпольной продукции; Бесстрашные рыцари удочки и мормышки; Пирамида посреди двора.

6. Настоящее время глагола подчеркивает актуальность информации, приближает ее к зрителю, создает ощущение, что события происходят в данный момент. Скажем, в новостях «Телефакта» от 17 октября и от 12 ноября 2018 года, есть такие сказуемые: демонстрирует, работают, рассказывают, отдыхает, не получили, живут, мечтают, кипят, едет, рекомендует, заявляют, поступает, рапортуют, предлагает, заасфальтировали, отправляется, встает, начинает, смотрю, рассредоточиваются, открыли, сидит, решают, являются, говорит.

7. Аккуратным нужно быть в использовании аббревиатур. Свободно рекомендуется использовать только те, которые понятны всем: УВД, ЖКХ, МВД и др.

8. Репортажи могут начинаться со стихотворения, притчи, песни, анекдота:

- Например, в выпуске от 9 октября 2018 года, сюжет начинается с одноименной строчки А. С. Пушкина «Что в имени тебе моем», сюжет о современных, популярных именах для новорожденных.

- Или вот еще: «Чем может похвастаться опорный край медицины, и региона и скольким жителям уже успел помочь, узнаем в репортаже моего коллеги Леонида Клименчука». Имеется ввиду отсылка на фрагмент «За далью – даль»

А. Т. Твардовского. В информационном выпуске от 7 ноября 2018 года.

- Уйти или остаться вот в чем вопрос... И из этого же материала: «Но пост и ныне за ним». В выпуске от 12 ноября 2018 года.

- «Ученые - свет. А лучшему ученому стипендию от законодательного собрания. Сегодня 185 самых светлых умов со всего награждены ежегодным поощрением от законодателей» В информационной программе «Телефакт» за 16 ноября 2018 года.

- «О том, как отмечают день черной кошки. И почему сегодня не следует бояться, если черный кот вам дорогу перейдет, узнала Ольга Гаврилюк» В программе «Телефакт» от 19 ноября 2018 года.

9. Необходимо заменять громоздкие цитаты пересказом или косвенной речью:

- К примеру: По словам танцоров, только после этих работ дворец культуры задышит полной грудью. В программе «Телефакт» от 4 октября 2018 года.

- Но бесстрашных рыцарей удочек это не пугает: Говорят, не так важен улов, как завораживает сам процесс. В информационной программе «Телефакт» от 16 ноября 2018 года.

- Пример из программы за 27 февраля 2019 года: «Уже после экзамена настроение меняется. Волнение проходит. Бояться нечего, главное - собраться, заключают родители».

- Или в программе от 25 февраля 2019 года: «Челябинцы завалили звонками приемную губернатора. Жалуются: не город, а сплошная полоса препятствий. Чиновники молча опускают глаза в стол».

- «Правда, справиться с таким объемом работ получается не сразу. Всё-таки Челябинск буквально утонул в сугробах. Площадь Мопра. Кажется, этот тротуар не чистили ни разу за зиму. Прохожие жалуются, того и гляди упадёшь в эту снежную кашу». В выпуске за 25 февраля 2019 года.

10. Если используются термины их нужно объяснять:

- «Фето - фетальный синдром – это не что иное как, осложнение при беременности двойней, а именно, когда одному плоду приходит больше питательных веществ, чем другому». В сюжете за 6 ноября 2018 года.

- В сюжете ранее также: «Акушерам требовалось провести лазерную коагуляцию, а именно попасть в матку и с помощью лазера разделить кровотоки детей».

- И еще один пример оттуда же: «Дети сейчас находятся в реанимации в кувезах, специальных инкубаторах для новорожденных».

- «Это инкубатор в этом году поступило их 10 штук. Он называется инкубатор трансформер потому что может трансформировать из состояния инкубатора в состояние открытой реанимационной системы. Вот этот колпак при нажатии кнопочки может закрыться, и ребенок будет полностью изолирован от окружающей среды» В программе «Телефакт» за 15 ноября 2018 года.

- «Автомобильная мода ворвалась на рынок челябинской недвижимости, а именно известная автомобилистам схема trade-in. Это когда вы получаете новенькую машину вместо старой. Теперь так можно себе и апартаменты по взаимозачету приобрести. В анализируемой программе 20 ноября 2018 года.

11. Употребление восклицательных и вопросительных конструкций:

- Например: «Кому бронзовый монумент установили, и почему он символом Челябинска может стать?» В информационной программе «Телефакт» от 2 ноября 2018 года.

- «Достаточно ли мяса в колбасе на вкус? Имеет ли молоко свою жирность? Свежие ли булочки с сахаром? Склады на час в их полном распоряжении». Сюжет о том, как комбинат питания распахнул свои двери для родителей. Они смогли оценить, какими продуктами их детей кормят. В выпуске за 6 ноября 2018 года.

- «Кто из артистов не смог петь из-за кома в горле и почему все происходило не на сцене? Расскажет Ольга Гаврилюк». В программе «Телефакт» от 9 ноября 2018 года.

- «Есть ли шанс избавиться от нежелательного совместного проживания и куда бежать, если жизнь сродни войне?» В информационной программе «Телефакт» от 14 ноября 2018 года

- «А тишина будет? В Челябинске горожане решили на радио пожаловаться и отнюдь не на то, что в машине играет или из приемников дома, а на Street радио, мол, гулять невозможно и собеседника не слышно и по телефону не поговорить ведь из акустических систем реклама на полную громкость вещает. Хочешь, не хочешь, а слушать приходится». В программе за 19 ноября 2018 года.

12. Использование риторического противопоставления (антитезы):

- «И если московского блогера без горячих объятий встретили, то вот соседей из Казахстана наш город ждет ежедневно, Челябинск и Алма-Ату, свяжут прямые рейсы, губернатор Борис Дубровский подвел итоги российско-казахстанского форума, где основная тема была развитие туризма между двумя странами».

- «Пока любители музыки и поэзии в филармонии наслаждаются творчеством Окуджавы, в публичной библиотеке рассказывают "Му-му" вживую, а также кружатся в ритме танца 19 века, в честь 200 – летия со дня рождения Ивана Тургенева. Леонид Клименчук поучаствовал во всех сценариях дня и расскажет, как публичная библиотека отметила день рождения знаменитого классика». Материал взят из программы «Телефакт» за 9 ноября 2018 года.

- «Не только маршруты, но и новые направления для работы открываются в Челябинске. Заграничное слово "коворкинг" врывается в будни города и набирает популярность с немислимой скоростью. Что же значит слово заморское? Кто теперь только им и ничем иначе занимается? И сколько заплатить нужно, чтобы в такие популярные ряды попасть? Ольга Гаврилюк расскажет». В материалах информационной программы «Телефакт» от 7 ноября 2018 года.

- «И пока у одних вода перекрыта, другим тоже грозятся перекрыть жидкость горячительную...»

- «И если мошенница вежливо извинилась за обман, то бродягам этикет не писан...» Материалы из программы «Телефакт» за 12 ноября 2018 года.

В результате исследования информационной программы «Телефакт» мы выявили часто встречаемые лингвистические приемы. И первый метод, на который мы обратили внимание – это обилие глаголов. Второй «вытекает» из выше упомянутого, в основном журналисты переносят сказуемое в конец предложения. Из этого следует предположение, что корреспонденты пишут тексты больше похожие на художественные рассказы, вовлекая свою аудиторию, в то или иное событие и так у телезрителей создается эффект присутствия. Также тележурналисты редакции «Телефакт» используют различные сокращения и общеупотребительную лексику, активно применяют фразеологизмы, поговорки, притчи, цитирования. Употребляют и различные фигуры (анафору, инверсию), а также тропы речи. В большинстве случаев риторические противопоставления в журналистских материалах также часто «стоят» в подводках программы «Телефакт».

В итоге углубленного исследования нашей темы мы уточнили особенности создания новостей исходя из менталитета аудитории в том или ином городе. Мы пришли к выводу о том, что жанры телевидения переживают процессы трансформации, изучили верстку информационной программы «Телефакт». Кроме этого мы проанализировали методы подачи журналистских материалов, на примерах изучаемой новостной передачи. А также мы подробно доказали, какие лингвистические приемы создания новостей используют корреспонденты программы «Телефакт».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На наш взгляд, мы достигли цели исследования и выполнили все поставленные задачи: охарактеризовали особенности создания программ новостей на городском телевидении, изучили изменение методов подачи новостей, определили жанровое наполнение новостных выпусков, сравнили отечественный и зарубежный опыт, рассмотрели основные составляющие выпусков новостей, разработать основные указания к работе корреспондентов информационной программы и в свою очередь сделали следующие выводы.

В первой главе нами были выявлены часто встречаемые жанры как зарубежных, так и отечественных информационных программ, к ним относятся – сюжеты, б/з, ЛТТ, прямые включения.

Также мы определили основные составляющие информационных выпусков, к которым относится: главная новость, темы сюжетов, жанровое разнообразие, стиль ведущих, рубрики в рамках программы, количество рекламных сюжетов, критика властей, графическое оформление выпусков.

Далее нами было доказано, что на выбранных телеканалах присутствуют информационные материалы, которые отражают территориальную специфику, это касается всех изученных информационных программ.

Так как сегодня телевидение охватывает, практически, все слои населения. Выросли поколения, которые не мыслят жизни без телевизора. Сейчас человечество не представляет существования без регулярного освещения экономических, политических, социальных и культурных событий средствами телевизионного вещания. И новостная журналистика приобретает многообразие форм, а также методов работы. В нашем исследовании мы обосновали приемы подачи, структурирования новостей, приводя различные примеры их использования в информационной программе «Телефакт».

Мы проанализировали такие методы подачи оперативных материалов, как "инфотейнмент", "бильдизация", "финишинг", а также ознакомились с другими. Таким образом, современная журналистика представляет собой динамическую структуру, в которой либо совершенствуются, либо создаются новые способы передачи информации.

А также мы исследовали методы в привлечении телезрителей к просмотру информационной программы «Телефакт». К ним можно отнести активное ведение аккаунта в Instagram, а именно публикации с мест съемок или запись различных анонсов к материалам. И конечно нашли методы инфотейнмента, финишинга и бильдизации в исследуемой программе новостей.

В параграфе 2.2 мы изучили верстку на примере информационной программы «Телефакт». И наглядно продемонстрировали, что представляет собой сверстаный выпуск новостей.

В итоге углубленного исследования нашей темы мы уточнили особенности создания новостей исходя из менталитета аудитории в том или ином городе. В соответствии с этим мы, во-первых развели обязанности федерального, регионального журналиста и во-вторых сформулировали основные принципы работы корреспондента городской программы новостей.

И за время пройденных практик в информационной программе «Телефакт» мы разработали более 30 информационных материалов, некоторые из них представляют интерес для нашего исследования. Поскольку в создании этих сюжетов мы использовали различные методы подачи информации, о которых написано выше.

Главный вывод по проведенному исследованию мы выявили методы работы журналистов и изучили их творческие приемы в привлечении потенциальной аудитории.

В конце глав выпускной квалификационной работы в виде выводов к главе представлены выводы, сделанные в ходе исследования.

В заключение, необходимо ответить, что исследование и организация работы редакции нуждается в пристальном внимании как со стороны практиков: телевизионных журналистов, редакторов, режиссеров, так и теоретиков. Данная выпускная квалификационная работа может представлять ценность не только для корреспондентов, но и для представителей общественных наук, таких как социология, психология, история и другие.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бережная, М.А. Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности: учебное пособие пособие для студентов вузов [Режим доступа] / М. А. Бережная – М.: Аспект Пресс // URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708820.html> (дата обращения: 03.11.2018). – С.6–8.
2. Борецкий, Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ: учебное пособие / Р. А. Борецкий. – М.: ИКАР, 1998. – С. 204.
3. Быков, Д. В. Изменение телевизионного пространства США во второй половине XX века / Д. В. Быков // Сборник, науч. тр. – М.: МГУ, 2017. – С. 500.
4. Васильева, Л.А. Делаем Новости: учебное пособие / Л.А. Васильева. – М.: Аспект пресс, 2003. – С. 13–15.
5. Васильева, Л.А. Журналист меняет профессию / Л.А. Васильева, В.Н. Чернолуцкий. Владивосток: – Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. – С.130–132 .
6. Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие / Е.Л. Вартанова. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 34–39.
7. Введенская, Л.А. Русский язык и культур речи: учебное пособие / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова – изд. 11-е. – Ростов н/д: Феникс, 2011. – С. 224.
8. Видная, О.Е. Тамбовская журналистика: день вчерашний и день сегодняшний: учебное пособие / О. Е. Видная. – Тамбов: Грамота, 2009. – 19 с.
9. ВЦИОМ: телевидение остается главным источником информации для россиян // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3377948> (дата обращения: 5.11.2018).
10. Гаврилов, К.В. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / К. В. Гаврилов. СПб: Анафора, 2006. – С.7–9.

11. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие / И.Ф. Девятко. – 5-е изд. – М.: Изд-во КДУ, 2009. – С. 21–23.
12. «Донская столица»: официальный сайт телеканала // URL: <https://novochgrad.ru/now/smi/type/dontv.html> (дата обращения: 31.01.2019).
13. Егоров, Б.Ф. О мастерстве литературной критики. Жанры, композиция, стиль: учебное пособие / Б.Ф. Егоров. – 2-е изд., испр. – Москва: Издательство Юрайт, –2019. – С. 216.
14. Егоров, В.В. Телевидение: теория и практика: учебное пособие / В. В. Егоров. – М.: МНЭПУ, 1992. – С. 312.
15. Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии /В.В. Егоров //URL:<http://evartist.narod.ru/text2/09.htm> (дата обращения: 16.02.2019).
16. Засурский, Я. Н. Информационное общество в России: парадоксы элитарного Интернета: учебное пособие // Я. Н. Засурский. – М., 2004. С. 59–63.
17. Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста: учебное пособие для студентов вузов / Н.В. Зверева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 123–125.
18. Князев, А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учебное пособие / А. А. Князев. – Бишкек: КРСУ, 2001. С. 189–199.
19. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. С. 73 – 86.
20. Коппервуд, Р. Как преподносить новости / Р. Коппервуд, Р. П. Нельсон. – М.: Мир, 1990 . – С.118.
21. Корнилов, Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий: учебное пособие / Е.А. Корнилов. – Ростов - на Дону: Донской издательский дом, 1999. – С. 224.
22. Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ: учебное пособие / Г. В. Кузнецов. – 2-е изд., доп. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 174.
23. Кузнецов, Г.В. Телевизионная журналистика: учебное пособие / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002. – С.148.

24. На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ: учебник: в 2 т. / под ред. А.И. Верховской. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: Высшая школа, 2010. – Т.2. – С. 12–13.
25. Новости Афонтово: официальный сайт телеканала // URL: <https://afontovo.ru/projects/novosti-afontovo/> (дата обращения: 18.01.2019).
26. Новости Сургута: официальный сайт телеканала // URL: <https://sitv.ru/program/news/> (дата обращения: 10.01.2019).
27. Москатов, Е. В. Основы телевидения: учебное пособие / Е. В. Москатов. – М.: Флинта, 2006. – С.168.
28. О 23 ABC Новости КЕРО ТВ Бейкерсфилд: официальный сайт телеканала // URL: <https://www.turnto23.com/about> (дата обращения: 18.02.2019).
29. Поздняков, Н.К. «Информационная телепередача»: учебное пособие / Н.К. Поздняков. – М.: Искусство, 1998. – С.158.
30. Розенталь, Д.Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика / Д.Э. Розенталь. – М.: издательский дом ОНИКС 21 век, 2001. – С. 381.
31. Роузмари, Б. Особенности системы СМИ США начала XXI столетия / Б. Роузмари // Сборник науч. тр.– СПб: Азбука, 2007. – С. 242.
32. Словарь телевизионного сленга: неофициальный сайт // URL: <https://annabaskakova.livejournal.com/682294.html> (дата обращения: 29.01.2019).
33. События: официальный сайт телеканала // URL: <http://www.samaragis.ru/archive/developments/> (дата обращения: 16.01.2019).
34. Сольев, М.А. Новости на телевидении: взгляд изнутри: учебное пособие / М.А. Сольев. – М., 2008. – С. 234.
35. «Телефакт»: официальный сайт телеканала // URL: <https://telefakt.ru/proekti/telefakt/> (дата обращения: 30.04.2019).
36. Тепляшина, А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистики: учебное пособие / А. Н. Тепляшина. – СПб: Азбука, 2009. – С. 56.
37. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный, – М.: Аспект Пресс, 2002. С. 55–68.

38. Уразова, С.Л. Электронные СМИ между кризисом и цифровизацией: учебное пособие / С.Л. Уразова. – М.: Аспект Пресс, 2010. С.9–10.
39. Хузеева, Л.Р. Специфика телевизионного текста: учебно-методическое пособие / Л.Р. Хузеева. – Казань: Казан. ун-т, 2015. С. 33–36.
40. Шестеркина, Л.П. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие для студентов вузов / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 78–80.
41. Шестеркина, Л.П. Социальные медиа, как ресурс интегрированных коммуникативных практик /Л.П. Шестеркина. – М.: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. С. 55–65.
42. Шостак, М.И. Журналист и его произведение: учебное пособие / М.И. Шостак. – М.: Знание, 1998. – С. 256.
43. Americans Still Prefer Watching to Reading the News – and Mostly Still Through Television: официальный сайт // URL: <http://www.journalism.org/2018/12/03/americans-still-prefer-watching-to-reading-the-news-and-mostly-still-through-television/> (дата обращения: 09.02.2019).
44. KGW 8: официальный сайт телеканала// URL: <https://www.kgw.com/live-video> (дата обращения: 15.02.2019).
45. LEX 18 About Us: официальный сайт телеканала // URL: <https://lex18.com/about/> (дата обращения: 11.02.2019).
46. Mountain news WYMT: официальный сайт телеканала // URL: <https://www.wymt.com/livestream2> (дата обращения: 27.02.2019).

ПРИЛОЖЕНИЕ

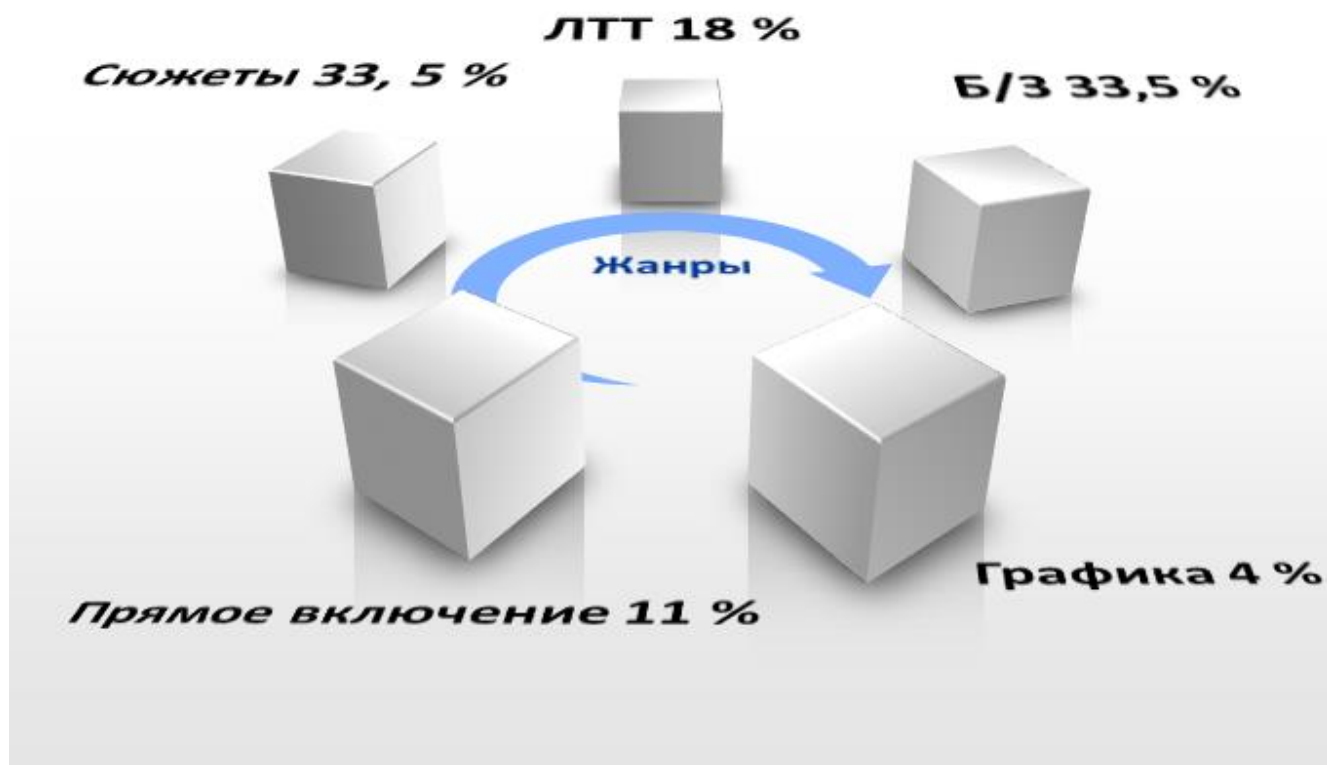


Рисунок 1.1

Рубрики

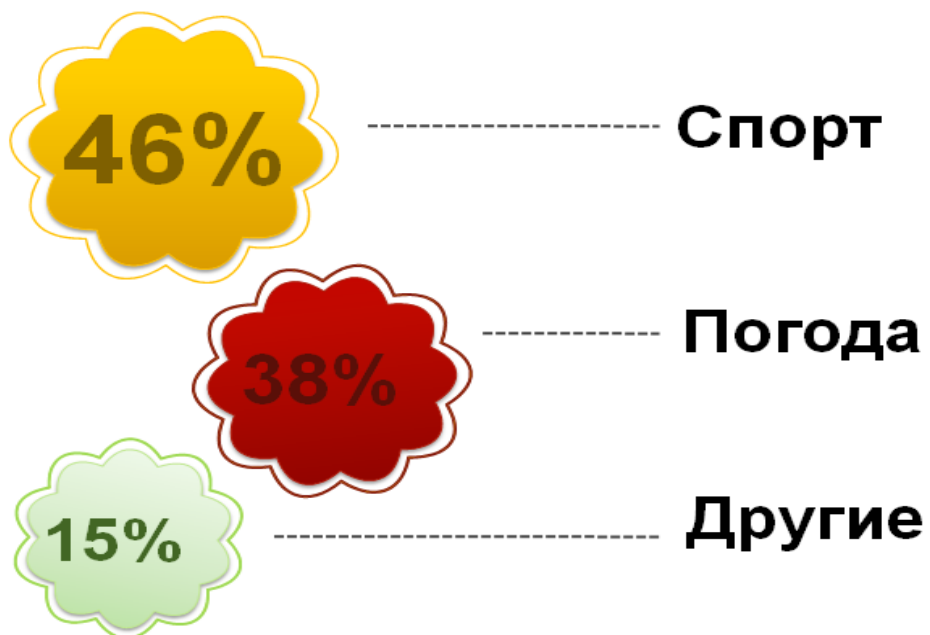


Рисунок 2.1

Графическое оформление

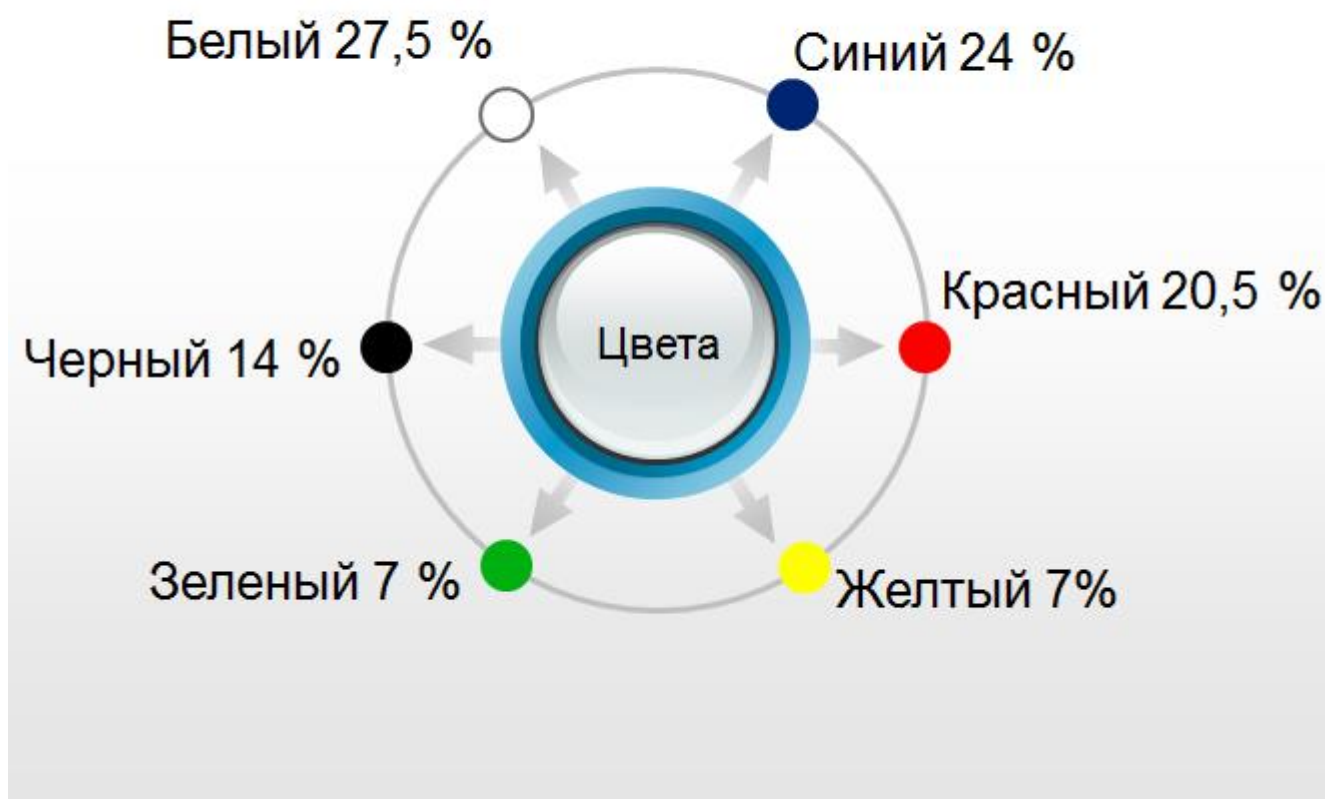
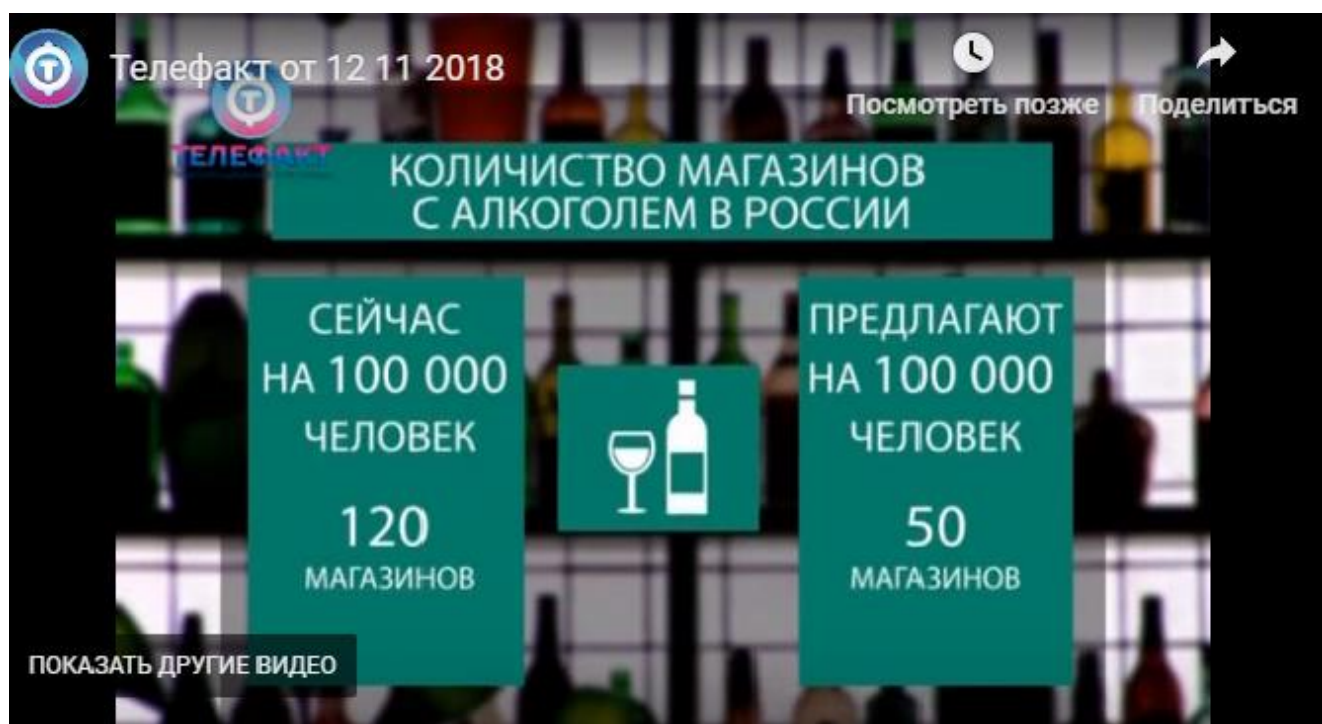


Рисунок 3.1



Главные новости

Рисунок 4.1



Бильдизация

Рисунок 5.2

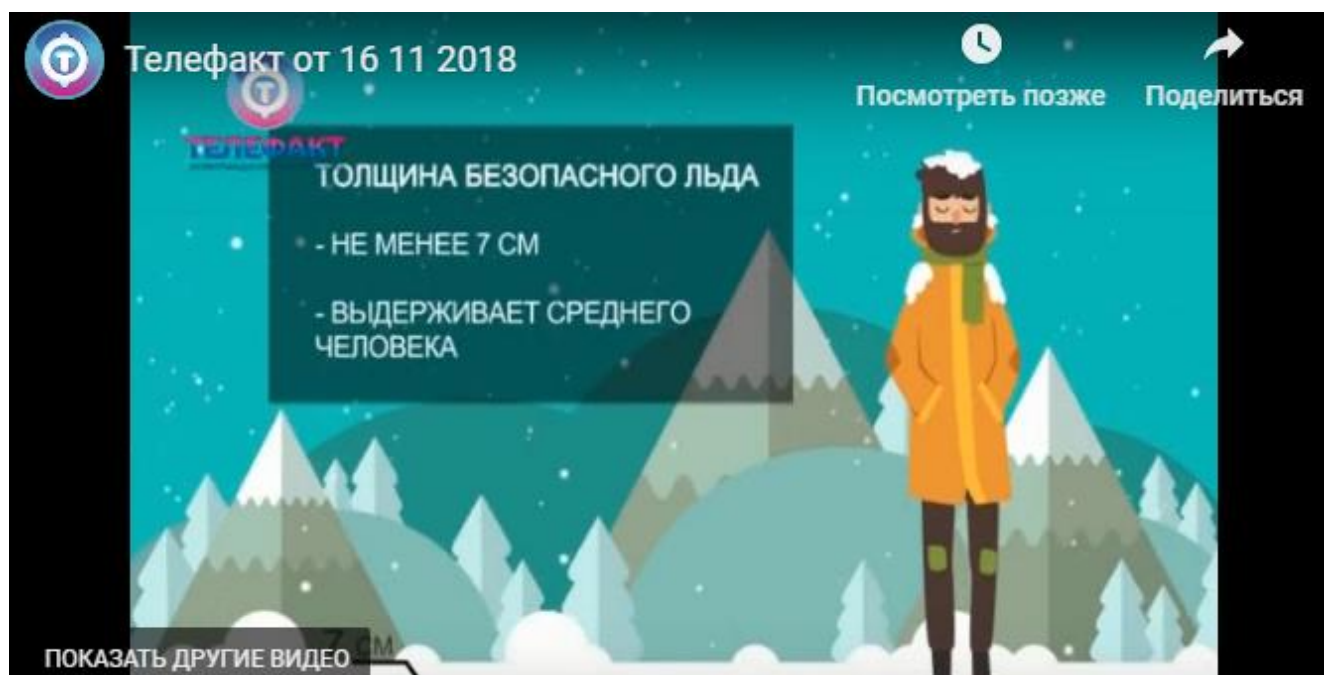


Рисунок 6.2



Рисунок 7.2



Рисунок 8.2

Выпуск: ТЕЛЕФАКТ 30.04.2019

Выпускающий: Дейнеко К.
Дата: 30.04.2019 11:36:13
Продолжительность: 00:30:00

Хронометраж: 00:27:18
Планируемый: 00:27:18
Расчетный: 00:21:02

Верстка ТЕЛЕФАКТ 30.04.2019 30.04.2019 11:36:13 Хр.00:27:18

Указания дирекции:

№	Корреспондент	Рубрика	Сюжет	Хронометраж	Титры	Готовность	Особые отметки
1			ПРИВЕТСТВИЕ+АНОНСЫ	00:00:22	титры:	Готов Принят	
2	Ботнаръ		уфф Текслер конкурс	00:00:43	титры:	Готов Принят	
3	Практиканты		уфф как пройдет первой + перекрытие дорог графика - коллаж если что на 19:30	00:01:59	титры: заместитель председателя Федерации профсоюзов Челябинской области -- председатель Молодежного совета Федерации профсоюзов Челябинской области --	Готов Принят	
4	Практиканты		уфф Устно законы с 1 мая + коллаж 1 мая + коллаж новый знак	00:01:05	титры:	Готов Принят	
5	Дейнеко К.		отводка	00:00:20	титры:	Готов Принят	
6	Варфоломеев		уфф дольщики готов +	00:00:50	титры: Фабула - Обманутые дольщики могут заселиться в квартиры уже в этом году. -- и.о. заместителя губернатора Челябинска области --	Готов Принят	
7	Дейнеко К.		ОТБИВКА	00:00:05	титры:	Готов Принят	

Отображение активно | Ok | 12:50:16

Рисунок 9.2