

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Зорин К. А.
« _____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ФУНКЦИИ СТЕНДАП-РЕПОРТАЖЕЙ НА КРАСНОЯРСКОМ
ТЕЛЕВИДЕНИИ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «НОВОСТИ»
ТЕЛЕКОМПАНИИ «ТЕЛЕСФЕРА – 7 КАНАЛ»**

Руководитель	_____	<u>доцент</u>	<u>И.В. Долгушина</u>
Выпускник	_____		<u>Л.Н. Гусейнова</u>
Консультант	_____	<u>д-р филол. наук</u>	<u>В.И. Тармаева</u>
Нормоконтролер	_____	<u>ст. преподаватель</u>	<u>Д.А. Устюжанина</u>

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Понятие новых медиа и их влияние на телевидение	8
1.1 Клиповое мышление как причина появления новых жанров на телевидении	10
1.2 Определение понятия стендап-репортаж	12
1.3 Функции жанра стендап-репортажа	15
1.4 Специфика работы журналиста в жанре стендап-репортажа	17
2 Внедрение жанра стендап-репортажа в новостные программы региональных телекомпаний Красноярска	19
2.1. Опыт красноярских телекомпаний «Прима-ТВ», «ТВК-6», «КГТРК» в использовании жанра стендап-репортажа	19
2.2. Анализ программы «Новости» телекомпаний «Телесфера-7 канал» в отношении целесообразности использования жанра стендап-репортажа.....	26
3. Цикл авторских стендап-репортажей	30
3.1 Концепция цикла стендап-репортажей, особенности авторской подачи информационного материала	30
3.2 Технология реализации проекта	31
Заключение	39
Список использованных источников	42
Приложение А Монтажный лист сюжета «Приключения иностранцев в СФУ»	48

Приложение Б Монтажный лист сюжета «Масленица в селе Сухобузимское»	51
Приложение В Интервью с шеф-редактором телеканала ТВК	55
Приложение Г Список авторских стендап-репортажей	60
Приложение Д Перечень проанализированных сюжетов	61

ВВЕДЕНИЕ

21 век – век развития информационных технологий, которые постепенно меняют ценностный мир человека. Шаг за шагом информационная революция затрагивает все сферы жизни. Сегодня, современное общество значительную часть своего времени тратит на медиапотребление. Большую роль в этом сыграло появление планшетных компьютеров и усовершенствование телефонов. Практически половину информации общество получает именно из этих гаджетов. Современный человек перегружен медийными сообщениями, его внимание рассеивается, поэтому производители медиаконтента находят новые решения для того, чтобы привлечь еще больше аудитории. Это привело к появлению нового социокультурного феномена – новых медиа.

А.С. Чернавский своей статье «Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа» дает определение: новые СМИ, или новые медиа (от англ. new media) – термин, который используется для обозначения интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями [Чернавский, 2015]. Этот вид медиа объединяет в себе разные мультимедийные возможности. Главной особенностью этого феномена является игризация медийного пространства, как новый способ потребления информации. Пользователю предлагается «играть» с контентом, чтобы завладеть его вниманием, вовлечь в процесс.

В связи с появлением новых медиа, традиционная тележурналистика обречена на постоянную конкуренцию, которая вынуждает тележурналистов искать новые пути решения задач, поставленных перед ними. В особенно сложном положении оказалось региональное телевидение. Создание мультиплексов, развитие сетевого вещания – все эти обстоятельства заставляют региональные телеканалы искать новую нишу. Меняется организационная структура каналов, наращивается собственное вещание,

кроме того региональные телекомпании пытаются находить новые приемы, использовать новые жанры для привлечения аудитории.

В.Б. Шкловский своей книге «Тетива. О несходстве сходного» утверждает, что жанры то и дело смешиваются, вбирают себя элементы других жанров, видоизменяются до полной неузнаваемости [Шкловский, 1983]. Эта диффузия жанров особенно заметна внутри системы телевизионных жанров. Появляется «Репортаж -очерк», когда журналистское расследование углубляется не в социальный анализ, а в наблюдение человеческих типов и судеб. Влияние интернета на телевидение привело к появлению жанра «селфи-репортаж», когда журналист выполняет две роли: корреспондента и оператора. Он снимает сам себя на фоне происходящих событий. Конечно, при этом страдают все законы телевизионного сюжета, но журналисту удастся сделать материал более оперативно. Еще одной новой формой репортажа становится «стендап-репортаж», когда сюжет построен исключительно на речи журналиста в кадре. Если раньше стендапы использовались журналистами чаще всего для того, чтобы продемонстрировать присутствие на месте события, то теперь стендап стал точкой опоры для корреспондента.

В целом, жанр репортажа сегодня уже изучен, но его разновидность, «стендап-репортаж», явление новое, поэтому изучение этого явления считаем актуальным. В своей работе мы предполагаем выделить функции стендап-репортажей, изучить специфику работы журналистов в этом жанре, проанализировать контент региональных телекомпаний на предмет функционирования жанра стендап-репортаж, а также создать собственную серию стендап-репортажей.

Исходя из этого, была поставлена цель исследования – проанализировать использование региональными телекомпаниями стендап-репортажа как новой формы телевизионного жанра.

Для достижения поставленной цели, можно выделить ряд задач:

- дать определение жанру стендап-репортаж;
- на базе теоретических материалов обозначить особенности стендап-репортажа;
- изучить функции стендап-репортажа;
- выявить специфику работы журналиста в этом жанре;
- на основе изученного материала проанализировать контент региональных телекомпаний Красноярска, в особенности программу «Новости» телекомпании «Телесфера-7 канал»;
- создать собственную серию стендап-репортажей.

Гипотезой исследования является предположение о том, что в настоящее время, на медийном рынке в переходный период от аналогового формата к цифровому, и в связи с агрессивным развитием информационных технологий коммуницирования региональные телекомпании активно используют новые жанры, в частности стендап-репортаж.

Объектом исследования является региональная телевизионная журналистика России

Предметом в данном случае выступают стендап-репортажи в программе «Новости» телекомпании «Телесфера-7 канал».

Теоретическую базу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных исследователей в области телевизионной журналистики: А. Князева, Н. Зверевой, К.В. Гаврилова, П. Стенли, С.А. Васильева, А.И. Анохина, О.Ю. Поповой, С.Л. Уразовой. В области новых медиа были изучены статьи А.С. Чернавского, И.В. Григорьевой, М.К. Раскладкиной, Ю.В. Тарановой, Е.Ф. Коханова. В жанровой области мы опирались на работы М.Н. Белоусовой, А.А. Хлызова, Л.П. Шестеренкина, В.Л. Цвика, Н.В. Бергер, М.А. Мясниковой,

Эмпирическую базу исследования составили выпуски новостей телекомпании «Телесфера-7 канал», «СТС-Прима», «ТВК», «КГТРК».

Для решения поставленных задач использовались следующие научно-исследовательские методы: системный анализ, индукция, обобщение.

Новизна исследования определяется тем, что жанр стендап-репортаж сегодня недостаточно изучен в теории и практике журналистики. Это новое для СМИ направление, связанное с развитием новых медиа, нарабатывает свой опыт, а, значит, появляется специфика работы журналиста.

Теоретическая значимость исследования заключается в возможности системно изучить особенности жанра стендап-репортаж, проанализировать контент регионального канала г. Красноярска, предположить возможные перспективы развития системы телевизионных жанров, а также использовать полученные наблюдения для дальнейшего рассмотрения изменений жанровой системы журналистики в целом.

Практическая значимость работы состоит в том, что данное исследование и созданные нами авторские стендап-репортажи послужат наглядным пособием для студентов факультета журналистики СФУ при прохождении ими производственных практик, а также в дальнейших исследованиях по этой теме.

1 Понятие новых медиа и их влияние на телевидение

«Новые медиа» - явление пока еще до конца не изученное. Оно постоянно развивается, поэтому исследователи до сих пор не могут дать точное определение этому феномену.

Людмила Шестеркина дает следующее определение: Новые медиа - это интерактивные цифровые способы доставки информации, средство коммуникации, где главным коммуникативным источником является Интернет [Шестеркина, 2012]. В свою очередь А.С. Чернавский определяет: Новые СМИ, или новые медиа (от англ. new media) – термин, который используется для обозначения интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями. В своей статье «Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа» он выделяет три основных требования к производителям новомедийной информации:

- время для интеракции – погружения. Для усвоения мультимедийного материала необходимо значительное количество времени.

- интерактивность – участие. Трансмедийные проекты нуждаются не только в интересе пользователей, но и требуют значительного участия в наполнении контента.

- игровой компонент. «Игра» с контентом позволяет еще больше увлечь пользователя в проект, заставить его испытывать определенные эмоции [Чернавский, 2015].

Безусловно, новые медиа обладают множеством характеристик, которые отличают их от традиционных медиа. О. Стинс в своей работе «Новые медиа» попытался перечислить основные различия:

- новые медиа быстрее, чем старые;
- новые медиа открытые, старые – закрытые;
- новые медиа имеют пользователей, старые – публику;

- новые медиа кратки, старые – многословны;
- новые медиа доставляют «картинку», старые – текст;
- новые медиа активны, старые – пассивны;
- новые медиа обеспечивают пользователю возможность генерировать содержание, старые медиа дают эту возможность производителю [Стинс, 2008]. Также новые медиа обладают и специфическими вполне универсальными возможностями – это возможность работы с аудио или видеоматериалами, со статическими или динамическими видеодокументами; с макро или микрообъектами, а также текстами [Шестеркина, 2014]. Нельзя сказать, что пропасть между новыми и традиционными медиа непреодолима. У них есть общая цель – доставить до аудитории послание, сообщение.

Долгое время многие теоретики были уверены, что новые медиа постепенно вытеснят традиционные, но этого не случилось. Система традиционных медиа тоже развивается. В процессе этого развития границы между старыми и новыми медиа незаметно стираются, они даже где-то взаимодействуют друг с другом. Со временем производители традиционного контента стали ориентироваться на аудиторию новых медиа, тем самым подстраивая своё содержание под новый формат.

Ю.В Таранова обозначила современные тенденции трансформации традиционных медиа:

- дигитализация (перевод содержания в цифровой формат);
- конвергенция (слияние СМИ в сети, слияние традиционных и новых медиа, смена мономедийного формата на мультимедийный);
- персонификация / демассификация;
- внедрение интерактивных форматов (реализация возможностей для мгновенной обратной связи с аудиторией, для действенной ответной реакции пользователя на полученные сообщения из множества источников) [Таранова, 2010].

Кроме тенденций, намеченных Тарановой, изменения происходят и в традиционной системе жанров, в особенности телевизионных. Деление жанров на три группы (информационные, аналитические и документально-художественные), конечно сохраняется. Видоизменение происходит внутри системы. В.Л. Цвик отмечают, что диффузия жанров особенно очевидна именно в телевизионной журналистике. Развитие изобразительно-выразительных средств, а также много ролевая игра авторства создают новые жанры, в том числе и в привычных формах [Цвик, 2002].

1.1 Клиповое мышление как причина появления новых жанров на телевидении

Сегодня практически каждый современный человек является обладателем клипового мировоззрения. Мы стали неспособны воспринимать происходящее вокруг нас целостно. Всею виной свалившийся поток беспорядочной информации. События, факты складываются в несвязные образы, которые постоянно сменяют друг друга. Для нас обычное дело смотреть телевизор, при этом пролистывая ленту новостей в социальных сетях. Не удивительно, что человек зачастую не может качественно проанализировать какую-либо ситуацию, потому что он буквально о ней забывает из-за других образов и событий, которые вытесняют друг друга.

Первое упоминание термина «клиповое мышление» появилось в философско-психологической литературе в конце 90-х годов 20 века [Азаренок, 2009]. Тогда клиповым мышлением считалась особенность человека воспринимать мир посредством короткого яркого посыла. Феномен клипового мышления изучается до сих пор и отечественными и зарубежными исследователями. Российский культуролог К.Г. Фрумкин в своей работе «Клиповое мышление и судьба линейного текста» выделяет несколько основных предпосылок возникновения этого феномена:

- ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объема информационного потока, что порождает проблематику отбора и сокращения информации, выделения главного и фильтрации лишнего;
- потребность в большей актуальности информации и скорости ее поступления;
- увеличение разнообразия поступающей информации;
- увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно;
- рост диалогичности на разных уровнях социальной системы [Фрумкин, 2012].

Современное общество не могло избежать появления клипового мышления. К этому привело много факторов. Основной фактор – это глобальная информатизация общества. За последний десяток лет темп обмена информацией настолько ускорился, что человек физически не успевает вникнуть во всё.

В большинстве случаев, этот феномен клипового мышления упоминают с негативным оттенком. Кроме того, как правило, его относят к молодежи и подросткам. Они не фокусируются на идеях, а на отдельных образах. Но нельзя сказать, что это явление имеет только отрицательную сторону.

Семеновских Т.В. в статье «Клиповое мышление – феномен современности» выделяет следующие положительные стороны клипового мышления:

- клиповое мышление – реакция организма на большой поток информации. Таким способом мышление адаптируется к новому миру;
- клиповое мышление придает динамизм познавательной деятельности;
- обрывочные фрагменты, неполная картина заставляет человека думать [Семеновских, 2013].

Современные федеральные и региональные телекомпании, безусловно, учитывают изменения, происходящие в обществе, поэтому такой феномен как клиповое мышление не мог остаться незамеченным. Для нового типа аудитории (аудитории с клиповым мышлением) телекомпании преобразовывают свой контент, в том числе начинают использовать принципиально новые жанры. К ним относится стендап-репортаж.

1.2 Определение понятия стендап-репортаж

Новые потребности и интересы зрителей влияют на современную систему жанров: появляются новые жанры и видоизменяются уже существующие. Современное телевидение стремится привлечь как можно больше зрителей. Журналисты находятся в поисках идеального баланса между изложением фактов и присутствием эмоционального и эстетического начал [Хлызова, 2015]. Стендап-репортаж – это результат трансформации известного всем жанра репортаж. Далее рассмотрим определение понятия стендап-репортаж.

Теоретики и практики журналистики, как российские, так и зарубежные, уже давно изучают один из ключевых жанров тележурналистики – репортаж. Они предлагают разные системы телевизионных жанров. Системы имеют несущественные различия, но все как одна выделяют репортаж, как ведущий жанр телевизионной журналистики. Это связано с тем, что репортаж приближен к настоящей жизни. Он наиболее точно может отобразить явления действительности в их естественном развитии.

«Репортаж» от французского «reportage» означает сообщать. Зачатки этого жанра были в различных сообщениях еще до появления самого термина, причем репортаж далеко не сразу обрел самостоятельность.

В.Л. Цвик определяет репортаж как жанр журналистики, который оперативно сообщает для печати, радио, телевидения о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является корреспондент [Цвик, 2002]. Очень важно то, что цель репортажа – не просто сообщение, а скорее личностное восприятие события, что ни в коем случае не должно противоречить объективности этого информационного жанра.

Репортаж классифицируют по разным признакам:

- по способу трансляции: прямой и фиксированный.
- по способу фиксации репортажи называются видео-, кино- и фоторепортажами.
- по особенностям звукового сопровождения: синхронный и немой.
- по типологическим особенностям: событийные, тематические, постановочные [Цвик, 2002].

В условиях нынешней конкуренции телеканалам приходится постоянно развиваться, чтобы удержать своего зрителя. Они совершенствуются технически, растет уровень подготовки журналистов, появляются новые формы вещания, трансформируется система жанров. Особенно ярко это прослеживается в региональной тележурналистике. Всё осложняется тем, что помимо конкуренции между собой, местные телеканалы постоянно конкурируют с центральными, чтобы не быть ими вытесненными. Это стало стимулом к созданию более оригинальных форм подачи материала [Олешко, 2013]. Одной из таких форм является стендап-репортаж. Сейчас всё больше журналистов используют этот жанр на региональном телевидении, но пока ни один исследователь не дал точное определение этой разновидности репортажа, поэтому в этой работе мы попытаемся дать определение этому жанру телевизионной журналистики.

В последнее время всё больше исследователей стали изучать этот структурный элемент сюжета, но их мнения расходятся в том, что именно называть стендапом. И. В. Зиновьев и И.С. Шутько в своей статье «Кто и что

стоит за стендапом в региональных новостях?» пишет о том, что исследователи сходятся в одном: любое появление журналиста в кадре нужно считать выступлением. Под выступлением понимается «обращение человека в кадре и обращение к массовой аудитории» [Зиновьев, Шутько, 2015]. В этом случае, стендап является одной из разновидностей выступления. Стендапом на телевидении принято считать прием, когда журналист находится непосредственно в кадре, как правило, на месте события и сообщает дополнительные детали произошедшего. Но, как было сказано ранее, не все исследователи придерживаются одного мнения о стендапе. Например, Нина Зверева разделяет понятия «стендап» и «появления в кадре». Как считает Зверева запись стендапа «становится некой пьесой, имеет драматургию и вызывает особый восторг и интерес у зрителя», тогда как появление в кадре необходимо лишь для того, чтобы показать журналиста на месте события [Зверева, 2009]. Важность стендапа описывается в работе М.А. Мясникова. Она квалифицирует его как «знак авторского присутствия, участия, отношения к происходящему» [Мясникова, 2009].

Между тем, теоретики журналистики выделяют такой журналистский метод «лайф-ту-тейп», который похож на стендап-репортаж, но теоретики спорят, к чему его все-таки отнести: жанрам или методам. Е.Ю. Агамян выделяет его как самостоятельный информационный жанр, задачи которого разъяснить, показать, продемонстрировать [Агамян, 2014]. Главная отличительная особенность – журналист практически все время находится в кадре и сам участвует в происходящем. Л.Н. Кислая в своей статье «Метод включенного наблюдения как прототип телевизионного лайф-ту-тейп» наоборот утверждает, что лайф-ту-тейп невозможно назвать самостоятельным жанром. Она определяет его как метод, потому что с помощью него могут сниматься разные материалы: репортажи, специальные репортажи, документальные фильмы [Кислая, 2015]. Мы всё-таки настаиваем на том, что стендап-репортаж – это самостоятельный жанр.

Таким образом, стендап-репортаж – это жанр телевизионной журналистики, который сообщает о каком-либо событии, очевидцем и обязательно участником которого является корреспондент, построенный исключительно на стендапах, где журналист выступает в роли шоумена – удерживает внимание аудитории, и в роли комментатора – интерпретирует происходящее. Как и любой другой жанр журналистики стендап-репортаж обладает набором характеристик: предмет, функция, метод – три несущих кита, три нерушимых столпа, на которых держится жанр [Шибеева, 2000]. В следующем параграфе подробнее остановимся на функциях стендап-репортажа.

1.3 Функции жанра стендап-репортажа

Теоретики журналистики по-разному определяют понятие жанр. Например, А.А. Тертычный утверждает, что «жанр - исторически сложившийся тип текста, обладающий устойчивыми признаками» [Тертычный, 2000], тогда как Л. Е Кройчик дает такое определение: «Жанр - относительно устойчивая структурно-содержательная организация текста, обусловленная своеобразным отражением действительности и характером отношения к ней творца» [Кройчик, 2000]. Несмотря на множество определений понятия жанр, Л.В. Шибеева абсолютно уверена в том, что большинство журналистов-практиков жанрами пользуются без опоры на теорию журналистики [Шибеева, 2000].

В процессе творчества, журналистские жанры видоизменяются. Авторы экспериментируют с композицией, создают собственный стиль, ищут оригинальные формы подачи материала. Единственной постоянной в жанре остается лишь предметно – функциональная природа жанра. Шибеева определяет её как зависимость мироустройства от предмета нашего внимания и цели работы с информацией [Шибеева, 2000]. Это значит, что каждый

жанр обязательно связан с определенным типом жизненного материала и предназначен для решения конкретной информационной задачи. Решение той или иной информационной задачи невозможно без понимания функциональной обоснованности того или иного жанра. Функций может быть несколько. А.А. Тертычный поясняет, что, прежде всего, функции жанров журналистики зависят от того, какую политику ведет конкретное издание [Тертычный, 2000]. Если это, к примеру, «желтая пресса», то все материалы, в каком бы жанре они не были бы выполнены, будут удовлетворять самые распространенные информационные интересы аудитории в развлечении, т.е. будут выполнять развлекательную функцию. Безусловно, одно и то же издание может преследовать несколько целей одновременно, но даже в таком случае они будут оказывать влияние на публикации.

Кроме основных функций Тертычный выделяет творческие функции жанров журналистики:

- создание определенной (той или иной степени полноты) информационной «модели» отображаемого явления (его описание);
- установление причинно-следственных отношений;
- выявление значимости явления (его оценка);
- определение будущего состояния исследуемого явления (прогноз);
- формулирование программ, планов действия, связанных с анализируемым явлением [Тертычный, 2000].

Все жанры журналистики в той или иной мере выполняют эти функции и новые жанры, такие как стендап-репортаж – не исключение. Кроме того, стендап-репортаж – это эволюционировавшая форма репортажа, поэтому этот жанр практически полностью сохранил функции репортажа.

Стендап-репортаж может выполнять несколько функций:

- информационную;
- познавательную;

- исследовательскую;
- развлекательную;
- пропагандистскую.

Более того, стендап-репортаж является незаменимым жанром, когда необходимо проанализировать ситуацию: изложить предысторию события, сравнить некоторые факты, сделать прогноз. Такой вид репортажа вызывает больше доверия у зрителей, потому что корреспондент практически постоянно находится в кадре, а, значит, буквально пропускает всё происходящее через себя. Прямое обращение к зрителю - эффективный способ воздействия на аудиторию.

Таким образом, мы выяснили, что стендап-репортаж выполняет те же функции, что и просто репортаж, но нам так и не удалось выявить его специфическую функцию. Также в следующей главе рассмотрим, в чем особенности работы журналиста в данном жанре.

1.4 Специфика работы журналиста в жанре стендап-репортажа

Очевидно, что для работы в жанре стендап-репортаж журналисту нужно обладать достаточными навыками и хорошей подготовкой. Прежде всего, корреспондент должен обладать организаторскими способностями, чтобы суметь организовать себя и весь съемочный процесс. Более того, прежде чем начать съемки, нужно четко знать цель и задачи, которые должны быть воплощены в материале.

После того, как определены цели и задачи, необходимо заранее продумать до самых мелочей текст стендапов, потому что на них будет строиться весь репортаж. Переходы от одного стендапа к другому или же к остальным элементам сюжета должны быть логичными.

Второе необходимое умение – готовность к импровизации. Журналист, выбирая жанр стендап-репортажа должен быть готов к тому, что задуманное

может пойти в другом направлении. В этом случае журналисту необходимо быстро среагировать и подстроиться под сложившиеся обстоятельства, чтобы сюжет состоялся.

Стоит отметить, что одна из особенностей стендап-репортажа – персонификация: эффект присутствия в стендап-репортаже усилен в несколько раз в отличие от простого репортажа, поэтому у зрителя непроизвольно возникает доверие к журналисту и к материалу в целом. Отсюда вытекает третий необходимый навык – умение обращать внимание на детали. Журналист, который участвует в действии, может передать зрителю не только визуальную информацию, но и вкусы, запахи, тактильные ощущения, что делает повествование в стендап-репортаже более объемным, и позволяет в полной мере проявить авторскую оценку [Кислая, 2015].

В стендап-репортаже главный герой – корреспондент. Именно он определяет то, с какой точки зрения будет подано зрителю то или иное событие. Для того, чтобы на протяжении всего репортажа удерживать внимание зрителя, журналист должен придумывать интересные ходы, развивать драматургию своих стендапов, проявлять изобретательность.

Таким образом, мы пришли к выводу, что для работы с жанром стендап-репортаж, журналисту необходимо обладать следующими навыками: умение организовать съемочный процесс; умение импровизировать в неординарных, а может быть даже критических ситуациях; умение обращать внимание на важные детали или факты; умение создавать необычные, изобретательные ходы в своих стендапах.

2 Внедрение жанра стендап – репортажа в новостные программы региональных телекомпаний Красноярска

В данной главе проанализированы новостные программы четырёх самых рейтинговых телеканалов Красноярска на предмет использования нового жанра стендап-репортаж. На примере ТВК, СТС-Примы и КГТРК мы

выяснили, как часто региональные телекомпании прибегают к внедрению в свои программы новых жанров. Более подробно мы изучили программу «Новости» телеканала «Телесфера – 7 канал» и попытались разобраться, насколько целесообразно корреспонденты канала используют жанр стендап-репортаж.

2.1 Опыт красноярских телекомпаний «Прима-ТВ», «ТВК-6», «КГТРК» в использовании жанра стендап-репортажа

В настоящее время в Красноярске существует более 19 телевизионных каналов, из них 6 ведут вещание с сетевыми партнерами: «Рен ТВ 7 канал»; «СТС-Прима»; «ТНТ-Красноярск»; «ТВК»; «Перец» и другие. Но есть и региональные телеканалы, работающие на основе собственного программирования: «Афонтово»; «ТВ Центр-Красноярск»; «Енисей»; «8 телеканал». Самые рейтинговые из упомянутых телеканалов – ТВК, который занимает первое место, далее ГТРК Красноярск, и замыкает тройку лидеров СТС-Прима.

ТВК – красноярская независимая телекомпания, основанная 7 мая 1994 года. На протяжении всех прошедших лет главным, каналобразующим продуктом являлись и остаются таковыми сейчас – Новости ТВК. Они выходят ежедневно, в прямом эфире в 20:00. «Сегодня в зоне вещания канала 13 краевых городов - Ачинск, Бородино, Дивногорск, Енисейск, Зеленогорск, Иланский, Канск, Кодинск, Минусинск, Назарово, Ужур, Шарыпово, Шушенское. К 2015 году аудитория превысила отметку в два миллиона человек. Канал имеет высокие рейтинги в своих регионах, однако соперничать с федеральными телеканалами не может» [Приложение В].

СТС-Прима – первая негосударственная телекомпания в городе Красноярске начала свое вещание с 20 февраля 1991 года. Большую часть эфирного времени канала занимают «Новости Прима». Ведущие с 19:00 до 20:00 рассказывают о последних событиях в жизни Красноярска. Кстати,

Прима единственный телеканал в городе, который постепенно переходит на парное ведение новостных выпусков. Канал имеет более развлекательный уклон, нежели чем остальные, помимо важнейших новостей немалую часть эфира занимают ключевые киноновинки, информирование о новых товарах в магазинах, забавные видео из youtube.

ГТРК Красноярск - единый производственно-технический комплекс, осуществляющий государственное телерадиовещание на территории Красноярска и Красноярского края [Официальный сайт телерадиокомпании]. КГТРК образовалась в ноябре 1957 года. Приоритетное направление вещания, как и у большинства телеканалов нашего региона – новости. Аудитория канала – красноярцы и жители Красноярского края в возрасте от 30 и выше, имеющие высшее и неполное высшее образование, а также принадлежащие к экономически активным группам населения. Телеканал вещает ежедневно семь дней в неделю. Эфир Красноярского филиала – это продолжение вещания канала «Россия».

Одна из черт контента региональных СМИ – это «многожанровость». Здесь используются и информационные жанры (заметки, интервью, репортаж), так и аналитические (беседа, комментарий, репортаж). Новостной формат, в целом, везде доминирует, но также мы можем увидеть и аналитические программы, например на ТВК это «Большой репортаж», «Спецрасследование Новостей ТВК». Кроме новостного и аналитического контента, есть и развлекательный, на СТС-Приме: «Женский клуб», «Наказатель» и сюда же можно отнести информационно-развлекательную передачу «Новое утро» ТВК.

Практически все красноярские региональные телеканалы смешенного типа, где сетка вещания заполнена телепрограммами, имеющие разные жанровые характеристики. Здесь стоит обратить внимание на тот факт, что аудитория участвует в создании информационных продуктов. Для этого существует определенный алгоритм: аудитория предлагает редакции

свои темы, отправляет видео, оставляет комментарии. Редакция общается со своей аудиторией в сети Интернет на сайтах телеканалов и непосредственно на горячей линии. СМИ осуществляет обратную связь через комментарии людей, четко разделяя аргументированные мнения и ненужную информацию. Также взаимодействие производится через опросы и голосования.

Учитывая все вышесказанное, нужно сказать, что появление на Красноярском телевидении новых жанров – в некоторой степени заслуга аудитории. Для анализа мы выбрали именно новостные программы, т.к. они занимают центральную позицию на красноярском телерынке. Мы проанализировали все апрельские новостные выпуски у данных трёх телеканалов.

Лидером по эксплуатации жанра стендап-репортаж оказался телеканал ТВК. За этот месяц они выпустили один полноценный стендап-репортаж о Красноярском экономическом форуме 2017. В данном случае выбор жанра стендап-репортаж был уместен. Во-первых, съемки проходили в одном здании, а отсюда следует, что картинка в принципе может получиться не разнообразной. Во-вторых, стендап-репортаж более динамичная, интересная форма подачи журналистского материала. Если, например, мы не можем применить его тогда, когда рассказываем о заседании Законодательного собрания, то он отлично подходит для такой многоуровневой дискуссионной площадки как КЭФ.

Репортаж состоит из стендапов и синхронов. Примечательно то, что он полностью лишен лайвов. Складывается ощущение, что корреспондент полностью заполнил сюжет. Даже в синхронах корреспондент только частично уходит из кадра, причем ненадолго. Несмотря на отсутствие лайвов, сюжет не теряет динамики. Хронометраж – 4 минуты 16 секунд.

Все стендапы в сюжете простые: журналист переходит от одной площадки КЭФ на другую, при этом проговаривая текст стендапа, но несмотря на простоту формы, автор материала заострил внимания зрителя на

содержании своих стендапов. Иронию корреспондент пытается провести через весь сюжет. В каждом стендапе журналист приводит факты, которые ставят под вопрос нужность КЭФ. Корреспондент начинает сюжет с вводного стендапа на фоне здания, чтобы обозначить себя в пространстве и времени и одновременно Виктория Лопатайте говорит о том, что о начале КЭФ можно узнать по пробкам возле МВДЦ Сибирь. Эта ирония задала тон всему материалу, и она присутствует в каждом стендапе и синхроне. Затем по ходу сюжета журналист с помощью стендапов перемещается последовательно с одной площадки КЭФ на другую. Там, где нужна связка между самими стендапами, появляются синхроны. Кстати, и синхроны, и стендапы в репортаже без титров, что говорит о халатности либо автора, либо режиссера. Эта ошибка портит впечатление о сюжете в целом. Если автора материала еще можно идентифицировать из подводки, то совершенно не ясно, кто является спикерами.

Подробнее остановимся на ключевом элементе репортажа – стендапах. Стендапы в этом сюжете не отличаются особой оригинальностью с точки зрения драматургии: корреспондент просто переходит с одной площадки КЭФ на другую. По словам Нины Зверевой стендап всегда имеет четкую драматургию (завязку, кульминацию, развязку), особую роль играет игра слов, на которой собственно, и строится драматургия. В этом случае именно важные детали, которые произносит корреспондент, делают стендапы интересными. Например, как мы упомянули ранее, журналист в каждом своем стендапе будто приводит аргумент о ненужности КЭФ. Делает он это, приводя разные, иногда даже скандальные факты. Например, корреспондент рассказывает историю губернатора Сахалинской области, который в 2015 году приезжал на КЭФ, «нашел студентку и купил ей дорожный лексус», затем журналист подмечает тот факт, что название молодежной площадки меняется в цифрах: еще до 2015 года она называлась «Поколение-2020», теперь же она называется «Поколение-2030».

Корреспондент намекает на тот факт, что все запланированные проекты неизвестно когда будут осуществлены, потому как их выполнение растягивают еще на 10 лет. Затем Виктория в следующих стендапах затрагивает вопрос денег, потраченных на организацию КЭФ и о коммерсантах, которые на форуме наживаются. Заканчивает сюжет журналист фактом о том, что каждый год на КЭФ обсуждают его неэффективность, но он по-прежнему существует.

Скорее всего, у журналиста была цель, поставить под сомнение существование КЭФ, потому что это лишь трата денег. Факты, которые он приводит в своих стендапах, эмоционально влияют на зрителя, оставляют неприятный осадок после просмотра.

Проанализировав данный стендап-репортаж мы пришли к выводу, что журналист не смог полностью использовать все возможности жанра. Материал получился динамичным, информативным, но с точки зрения изобретательности, материал получился обыденным.

Также мы проанализировали спецпроекты, как «Проверка» и «Большая уборка», которые выходят в новостях ТВК. Они тоже выполнены в жанре стендап-репортажа.

«Большая уборка». Нельзя сказать, что это стендап-репортажи в чистом виде, потому что, например, в «Большой уборке» журналист практически не берет синхрон у окружающих, а синхроны – это важная часть стендап-репортажа помимо самих стендапов, конечно. Синхроны добавляют в сюжет динамики, вескости, эмоциональности. Здесь корреспондент выступает в качестве независимого эксперта, который проверяет мусорные свалки города. Здесь тоже простые стендапы: корреспондент переходит от одной свалке к другой, возвращается на уже проверенные свалки, чтобы констатировать: убрано или нет. С точки зрения содержания все выпуски можно выстроить в такую последовательность: рассказ о свалке – выяснение подробностей того, кто должен убирать эту

территорию – корреспондент ставит на счетчик ответственных – уборка/не уборка – результаты. В таком алгоритме выстраивается практически каждый материал этой рубрики.

«Проверка» с Юлией Мовшович одного из почтовых отделений Красноярска. Корреспондент проверяет, действует ли новая система электронной очереди. В своем материале автор находится в кадре практически всегда. Он постоянно комментирует происходящее, оценивает ситуацию, ищет плюсы и минусы, спрашивает мнение окружающих. Интересно то, что корреспондент постоянно пробует всё сам. Например, в данном конкретном материале журналист проходит всю процедуру получения услуг на почте: Юлия берет талончик в новой системе электронной очереди, ожидает своей очереди, проходит через почтового оператора. В конце корреспондент выносит свой вердикт. Такой вариант подачи информации вызывает наибольшее доверие у аудитории, потому что зрители видят корреспондента, который находится в гуще событий и испытывает все на себе. В этом случае это была новая система электронной очереди.

Проанализировав новостную программу ТВК, можно сделать вывод, что телеканал активно использует жанр стендап-репортажа, но журналистам не хватает оригинальности, которую можно проявить в данном жанре.

У КГТРК и СТС-Примы за месяц всего по одному материалу в жанре стендап-репортаж. Это спецрепортаж Дарьи Сенниковой «Что можно узнать о красноярцах на свалках?» СТС-Примы и сюжет о графике празднования Дня Победы Екатерины Мазальковой ГТРК Красноярск.

Спецрепортаж СТС-Примы выполняет исключительно развлекательную функцию. Корреспондент примеряет на себя профессию гарболога и с помощью фотографа составила портреты красноярцев. Идея интересная, но содержит минимум актуальной информации. Выбор именно

этого жанра оправдан: сюжет получился живой, нестандартный, но при этом не содержательный.

Полная противоположность этого спецрепортажа – сюжет ГТРК Красноярск. Он получился очень информативным. Корреспондент подробно рассказала обо всех событиях, которые состоятся в городе на 9 мая, не упустив ни одну важную деталь. Екатерина пошла по порядку, соответственно она в своих стендапах перемещалась по ходу будущей программы праздника, о которой собственно она и рассказывала. Интересно то, что сюжет состоит исключительно из двух элементов – стендапов и архивных кадров. Опять же, все стендапы выполнены по стандартной телевизионной схеме.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что жанр стендап-репортаж на красноярском телевидении постепенно развивается. Большая часть телекомпаний уже опробовала его в своем эфире, но пока красноярские журналисты не используют возможности этого жанра.

2.2 Анализ программы «Новости» телекомпании «Телесфера-7 канал» в отношении целесообразности использования жанра стендап-репортажа

В этом параграфе изучена программа «Новости» телекомпании «Телесфера - 7 канал» за апрель. Мы проанализировали наличие стендап-репортажей в программе, чтобы выяснить, работает ли конкретная региональная телекомпания с данным жанром, если да, то, как часто и насколько качественно.

Выходят в эфир программы для разной возрастной и гендерной аудитории: есть программы «Женская» и «Мужская», но, по-прежнему, ведущими являются новостные программы. Это и послужило основополагающим фактором, почему мы выбрали именно новостной контент. Кроме того, «7 канал Красноярск» является одной из самых

популярных телекомпаний города, которую ежемесячно, по данным TNS России, смотрят около 900 тысяч человек. Сетевой партнер телеканала – РЕН ТВ.

Контент собственного производства состоит из следующих программ:

- «Новости. Седьмой канал»
- «Спортивный клуб»
- «Своими глазами»
- «Личный опыт»

Подробнее остановимся на новостях. «Новости на седьмом канале» – это программа, которая освещает общественно – политические события города, полезные потребительские советы и прогноз погоды. Основная задача – дать горожанам исчерпывающую информацию о картине дня.

Хронометраж – 30 минут. Количество материалов в выпуске может варьироваться. Обычно это один – два репортажа, несколько войсов и войсов с синхронами. Периодически в выпуски входят специальные репортажи, прямые включения и прогноз погоды. Прогноз погоды выходит раз в неделю.

Проанализировав особенности стендап-репортажа, мы выяснили, что такой жанр требует много усилий от журналиста: время на подготовку каждого стендапа, обсуждение его с оператором, непосредственно съемки. Журналист всегда находится в центре события, он объясняет, комментирует, наглядно показывает. Такая форма не совсем подходит для современного быстрого темпа создания новостей. Сюжет необходимо продумать до мелочей, снять, выдать в эфир. Всё нужно сделать быстро и качественно. Времени на подготовку первоклассных стендап-репортажей практически нет. Этот факт объясняет, что жанр стендап-репортажа пока не слишком популярен на телевидении Красноярска.

В новостях седьмого канала стендап-репортажи появляются очень редко. За проанализированный период они не выпустили ни одного полноценного стендап-репортажа. В этом жанре команда седьмого канала

попыталась выпустить прогноз погоды и афишу событий в Красноярске, которые выходят каждую неделю. Мы изучили все апрельские выпуски этих программных элементов, но только один выпуск прогноза погоды и два выпуска афиши соответствовали данному жанру. Выбор жанра в обоих случаях весьма удачен. Далее рассмотрим подробнее оба элемента.

«Стендап-репортажный» вариант регионального прогноза погоды динамичнее и интереснее. Журналист дает прогноз погоды, находясь прямо на улице, что создает некий эффект «реального времени». Хронометраж не более двух минут.

Большой плюс такого прогноза в том, что в него включают еще и синхроны экспертов. В данном случае это специалист красноярского гидрометцентра Евгения Сальникова и замначальника ГУ МЧС России по Красноярскому краю Валерий Терешков, которые вносят дополнительные детали, к тому же добавляют сюжету динамики.

Прогноз погоды постоянно сопровождается незамысловатой инфографикой. На ней, как правило, изображены числа месяца, дни недели и температурный режим. В течение сюжета, графика меняется в зависимости от слов корреспондента.

Все стендапы здесь простые: журналист, как правило, делает проходки, при этом комментирует метеорологическую ситуацию в Красноярске и Красноярском крае. Они немного усложняются инфографикой, потому что корреспондент постоянно к ней обращается, создается эффект диалогичности. Если взглянуть на стендапы с точки зрения содержания, то нужно отметить, что помимо самого прогноза, корреспондент пытается ввести дополнительную информацию и факты. Например, когда она говорит о том, что температура в апреле будет выше нормы, то плавно переводит внимание зрителей на то, что в этом году раньше появятся клещи, первые укусы уже зафиксированы в заповеднике «Столбы», и жители должны быть осторожнее на прогулках по лесу. В этом выпуске был один любопытный

стендап. Корреспондент говорила, что весна, наконец, вступает в свои законные права, когда просыпаются медведи. При этом она шла по дороге в зоопарке и остановилась сначала около вольера с бурыми медведями, которые лениво прогуливались, что наглядно подтвердило начало весны. Такой ход не нов телевизионной журналистики, но конкретно для этого стендап-репортажа весьма удачен.

Афиша Красноярск – это краткий обзор самых ярких событий в городе, которые красноярцам стоит посетить. Хронометраж – не более 4 минут. Этот программный элемент тоже выполнен в жанре стендап-репортажа, но нельзя сказать, что в чистом виде. Выбор этого жанра здесь безусловно оправдан. Он делает сюжет динамичным и завладевает вниманием зрителей, потому что корреспондент не просто читает закадровый текст про предстоящие события, а сам находится в гуще событий. Более того, эта рубрика, скорее всего, коммерческая и её дополнительная функция – привлечь красноярцев, поэтому журналист своим примером пытается заинтересовать и одновременно подтолкнуть зрителей посетить то или иное мероприятие.

Несмотря на то, что выбор жанра удачный, корреспондент не использует полностью весь свой потенциал, поэтому все стендапы, которые представлены в обоих выпусках очень простые: журналист ходит по местам, которые он «афиширует» и рассказывает о том, что ожидает там красноярцев. Стоит отметить, что автор этих сюжетов продумывает плавные переходы от одного места к другому. Например, когда корреспондент не может плавно соединить два стендапа, она грамотно вводит в сюжет синхрон. Кроме того она использует события одной площадки для перехода на другую: журналист рассказывала о площадке чемпионата парикмахерского искусства, где нашла девушку, которая была в образе жуткой ведьмы, и с неё перевела речь на фантастическую комедию французского режиссера Начо Вигалондо «Моя девушка – монстр», слоган

которой «Не буди в женщине монстра!». В некоторых местах стендапы журналиста показываются одновременно с видеорядом. Скорее всего это режиссерское решение, чтобы стендап не выглядел таким долгим и затянутым, зритель отвлекается на видео рядом с корреспондентом.

Проанализировав контент программы «Новости» телекомпании «Телесфера-7 канал», мы пришли к выводу, что данная региональная телекомпания не часто обращается к жанру стендап-репортаж. Если журналисты и работают в данном жанре, то они не используют его возможности в полной мере: особенно страдает вопрос оригинальности и изобретательности. Журналисты не полностью раскрывают свой творческий потенциал, поэтому зритель практически не видит особой целесообразности в стендапах.

3 Цикл авторских стендап-репортажей

В последней главе представлено описание творческой работы, проделанной автором дипломного проекта: описание идеи стендап-репортажей, технологии производства, результаты и основные выводы.

Цикл авторских стендап-репортажей создавался на базе учебно-производственной лаборатории телевидения Сибирского федерального университета.

3.1 Концепция цикла стендап – репортажей, особенности авторской подачи информационного материала

В этом году университетское телевидение Сибирского федерального университета попыталось разнообразить свой контент. Если раньше учебная лаборатория производила только новости, теперь существуют авторские рубрики. Одна из таких рубрик – «Стендап-репортер». Она является постоянной рубрикой, которая увеличивает развлекательную и

просветительскую составляющие контента телевидения СФУ. Цель рубрики – рассказывать новости в нестандартной форме, чтобы привлечь внимание студенческой аудитории. Этой нестандартной формой как раз таки является стендап-репортаж.

Как уже говорилось ранее, стендап-репортаж – это новая форма подачи материала, которая позволяет наиболее ярко показать событие, причем журналист играет в этом ключевую роль. Он переходит от одной мизансцены к другой, является связующим звеном для всего происходящего. Причем, зритель не устает от такого действия, в отличие от монотонного закадрового текста. Своими стендапами журналист удерживает внимание зрителя, постоянно подогревает интерес.

В соответствии с этим мы попытались создать авторский материал в жанре стендап-репортажа, который бы был интересным, небанальным, а главное – целесообразным в освещении конкретного информационного повода.

Цель настоящего проекта – создать оригинальные авторские стендап – репортажи.

Для реализации проекта необходимо поставить для себя ряд задач:

- изучить теорию жанрообразования;
- в соответствии с изученной теорией определить особенности стендап-репортажа;
- создать авторские стендап-репортажи;
- разместить материал в социальной сети «ВКонтакте»

Целевая аудитория проекта – студенты факультета журналистики СФУ.

Для того чтобы в полной мере изучить особенности данного жанра, мы попытались создать действительно оригинальные стендап-репортажи, которые отличаются друг от друга разными информационными поводами. Стендап-репортаж про иностранных студентов СФУ был постановочным, про масленицу в селе Сухобузимское – событийным.

Ключевой результат проекта – мы создали рабочий материал, который может стать для студентов-журналистов опорным в изучении телевизионных жанров, а также поможет в освоении их на практике.

Благодаря данному проекту УПЛ «ТВ СФУ» сможет дальше развивать рубрику «Стендап-репортер», а также возможно откроет новое направление, связанное с жанром стендап-репортажа, для студентов отделения журналистики ИФиЯК, и выпускающиеся журналисты уже будут готовы к работе с постоянно меняющейся системой жанров.

Из задач поставленных выше мы реализовали все три, а именно, изучили теоритическую сторону вопроса, на основании изученного материала создали два полноценных стендап-репортажа, опубликовали их в сообществе «Телевидение СФУ» в социальной сети в «ВКонтакте». Далее рассмотрим способ реализации проекта в рамках университетского телевидения.

3.2 Технология реализации проекта

Сначала мы решили создать постановочный стендап-репортаж об иностранных студентах, которые обучаются в Сибирском федеральном университете и преподавателях, которые здесь преподают. Это был первый опыт работы в данном жанре. В этом случае событийный стендап-репортаж создать было бы очень сложно, ведь корреспонденту пришлось бы торопиться и укладываться в график события одного дня, но для эффективной работы у корреспондента пока не хватало необходимых навыков, о которых мы упоминали в теоритической части исследования. Напомним, что для работы в данном жанре журналисту необходимо обладать достаточными навыками и хорошей подготовкой.

Стендап-репортаж – это новая форма подачи материала, которая позволяет наиболее ярко показать событие, причем журналист играет в этом

ключевую роль. Он переходит от одной мизансцены к другой, является связующим звеном для всего происходящего. Причем, зритель не устает от такого действия, нежели чем от монотонного закадрового текста. Кроме того, своими стендапами журналист удерживает внимание зрителя, постоянно подогревает интерес.

В соответствии с этим мы попытались создать материал, который бы был интересным, небанальным. Нам нужно было облечь информацию в такую форму, чтобы зритель мог, будто бы сам, погрузиться в жизнь иностранных студентов и преподавателей в СФУ. Мы рассказали, с какими проблемами сталкиваются иностранные студенты и преподаватели, как они устраивают свой «Сибирский быт», какие планы на будущее они строят. Важной задачей было показать, что иностранцы ничем от нас не отличаются: у них также есть нелюбимые предметы или хобби. Именно это и послужило основанием для выбора жанра стендап-репортаж.

Героями стендап-репортажа стали иностранные преподаватели из Франции и Японии, а также студент из Вьетнама. Это не случайно, что они из разных стран: во-первых, преследовалась цель – показать, что в СФУ учатся и работают люди из абсолютно разных стран, со своим менталитетом; во-вторых, обратить внимание на то, с какими трудностями они сталкиваются, приезжая в Сибирь.

Целевая аудитория стендап-репортажа – студенты и преподаватели СФУ.

После того, как мы определились с целью, задачами и идеей стендап-репортажа, необходимо было определиться с героями сюжета. Мы обратились сразу на несколько кафедр Института филологии и языковой коммуникации. Активно с нами сразу начала сотрудничать кафедра восточных языков ИФиЯК, затем подключилась кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации. Герои репортажа - Луи, Юки и Ван Хиеу, откликнулись практически сразу.

Другая ступень – организация съемочного процесса. Нам было очень сложно состыковать время съемок, потому как двое из героев – преподаватели, поэтому необходимо было подстраиваться под их учебное расписание. Кроме того, мы брали синхрон у заведующей кафедрой восточных языков, что тоже потребовало много усилий.

Много времени ушло на подготовку стендапов. Мы старались сделать их необычными, со своей драматургией. Тексты стендапов неоднократно редактировались, чтобы избежать не состыковок во время съемок, что все равно не избавило нас от непредвиденных проблем. Хотя мы и пытались проявить творчество, некоторые стендапы все равно получились скучными, поэтому при монтаже мы от них отказались.

На протяжении всего съемочного процесса корреспонденту приходилось выполнять несколько ролей: где-то приходилось заменять оператора, некоторые часть репортажа монтировались непосредственно самим корреспондентом, а не режиссером монтажа.

Съемки стендап-репортажа в общей сложности заняли около месяца. К примеру, для того, чтобы снять часть с приготовлением традиционного вьетнамского блюда «Нэм», нам пришлось неделю ждать, пока из Вьетнама нам доставят рисовую лапшу.

Стендапы в нашем сюжете являются переходами от одного героя к другому. Основную смысловую нагрузку несут в себе синхроны с героями. Именно через них зритель и узнает о проблемах и трудностях иностранцев в Сибири. Также здесь присутствуют лайвы, которые разбавляют картинку и дают зрителям возможность увидеть героев репортажа в действии.

Для реализации идеи был составлен следующий план действий:

- поиск героев репортажа
- составление графика съемок
- непосредственно съемки в соответствии с графиком
- составление монтажного листа

- монтаж
- размещение готового материала в социальных сетях

Нами была выбрана кольцевая композиция: первый и последний стендапы записаны в одном месте, чтобы зритель понял одну из ключевых мыслей сюжета. Все герои, которые присутствовали в репортаже люди абсолютно разные, но они все здесь в СФУ учатся, работают. СФУ их объединил.

Также все стендапы мы попытались сделать игровыми насколько это возможно, чтобы репортаж получился интереснее, и смог завладеть вниманием зрителя на протяжении всего времени. После просмотренного материала был написан сценарий, смонтирован непосредственно сам стендап-репортаж.

В процессе монтажа также возникли некоторые проблемы, так как было много игровых моментов в стендапах, которые нужно было склеивать, поэтому понадобилась помощь профессионального режиссера УПЛ ТВ СФУ, хотя опыт монтирования был не первый, тут мы не справились без посторонней помощи.

Ошибки, к которым мы пришли в ходе работы над стендап-репортажем:

- слишком большой хронометраж из-за большого количества синхронов и стендапов;
- во время съемок возникли проблемы с микрофонами, поэтому пришлось перенести съемки;
- задача для оператора была поставлена не четко, из-за чего некоторые задуманные моменты не воплотились (некоторые ракурсы, нужные подсьемки и т.д.);
- съемки растянулись на несколько недель, а корреспондент не подумала о своем внешнем виде и каждый раз была одета в новое, поэтому

половина кадров, которые снял оператор, были непригодны для монтажа, т.к. это нарушает законы логики;

- не всегда корреспондент задавал точные и понятные вопросы, поэтому некоторые интервьюируемые плохо понимали, что им нужно ответить.

Анализируя стендап-репортаж «Приключения иностранцев в СФУ», пришли к выводу, что было совершено много ошибок, поэтому нужно совершенствовать свои навыки, чтобы не допустить подобного в следующем материале.

Следующий стендап-репортаж в нашем цикле мы решили сделать событийным. Он был посвящен празднованию масленицы в селе Сухобузимское. Мы выбрали именно этот информационный повод для своего сюжета, потому что это динамичное событие, которое подходит для освещения именно в жанре стендап-репортажа.

В этот раз мы постарались учесть все предыдущие ошибки, использовать все полученные навыки. В связи с тем, что мы в этот раз были заключены в рамки одного дня, нам пришлось столкнуться с совершенно другими сложностями.

Героями репортажа стали жители села Сухобузимское и люди, которое приехали торговать или просто отпраздновать масленицу. Мы не стали уделять особенное внимание одному человеку, наоборот, в сюжете очень много людей, мнений и эмоций. Масленица – массовое мероприятие, на котором побывало почти 15 тысяч человек, чтобы попытаться передать атмосферу народного гуляния, необходимо было набрать как можно больше ярких синхронных. С этой задачей мы однозначно справились. Репортаж получился богатым на интересные интервью.

Главная задача стендап-репортажа – показать всю самобытность Сибирской масленицы как можно более оригинально, динамично, нестандартно.

Если в случае с постановочным стендап-репортажем мы заранее продумывали тексты стендапов, основательно готовились, чтобы избежать несостыковок, к тому же тогда у нас еще было время, чтобы исправить или перезаписать какие-то отдельные моменты, то в этом материале ситуация обстояла совершенно иным образом. У нас был всего один день для того, чтобы отснять все видеоисходники. До того, как мы отправились на съемки, нам удалось изучить только пресс-релиз мероприятия, так как времени на тщательную подготовку практически не было. Учитывая все эти обстоятельства, большую часть работы как журналиста, корреспондент выполнял прямо на месте.

Особое внимание, конечно, стоит уделить стендапам, которые являются основой сюжета. Больше количество стендапов корреспондент придумывал прямо во время съемок. Здесь и проявилось одно из основных требований к журналисту, который хочет работать в жанре стендап-репортажа – умение импровизировать. Необходимо было продумывать каждую деталь, чтобы сюжет был логичным, последовательным, при этом проявлять фантазию и неординарность, чтобы он получился запоминающимся. Определенно плюсом было то, что масленица была богата на разные площадки, что, безусловно, помогло корреспонденту проявить изобретательность в стендапах. Корреспондент постарался охватить все основные действия на празднике: катание на лошадях, на собачьих упряжках, рассказал о блинах, откуда берет свое начало сам праздник и т.д.

Стоит отметить, что в этот раз корреспондент и оператор работали слаженно, поэтому процесс съемок проходил без накладок. Съёмочной команде удалось снять всё запланированное. Мы учли прошлые ошибки, в этот раз задача оператору поставлена четко.

В этот раз монтаж сюжета проходил без заминок. Корреспондент напрямую работал с режиссером УПЛ ТВ СФУ. В целом, вся команда сработала очень быстро и слаженно, поэтому монтирование репортажа

заняло всего час, а на весь процесс создания этого стендап-репортажа ушло примерно 2 дня, из которых один день – съемочный, другой – был посвящен расшифровке видеоисходников, составлению монтажного листа и непосредственно самому монтажу.

Таким образом, мы впервые попробовали снять стендап-репортаж и выяснили, с какими трудностями может столкнуться журналист: необходимо продумывать каждый шаг, от сценария до мелких технических моментов. Выявленные ошибки, совершенные в ходе съемок первого репортажа, постарались исправить и не совершать в следующем материале. Нам удалось реализовать практически все поставленные задачи.

Оба стендап-репортажа были размещены в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Телевидение СФУ». Каждый сюжет имеет больше 1000 просмотров. Для сравнения в среднем у контента учебной лаборатории около 600 просмотров. Кроме того, стендап-репортаж о масленице в селе Сухобузимское репостнули около 10 раз и добавили в свои видеозаписи около 20 пользователей сети. Из чего следует вывод, что материалы в таком жанре действительно востребованы современной аудиторией.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях медиапотребления традиционная журналистика переживает относительно трудные времена. Ей приходится конкурировать с новыми медиа, которые набирают все большую популярность у молодежи. Этот вид медиа объединяет в себе разные мультимедийные возможности. Журналисты традиционных медиа всячески пытаются не только сохранить свою аудиторию, но и расширить ее за счет молодежи, поэтому ищут новые пути развития. Меняется организационная структура каналов, наращивается собственное вещание, кроме того региональные телекомпании пытаются находить новые приемы, использовать новые жанры для привлечения аудитории.

Современная система журналистских жанров постоянно видоизменяется. Какие-то жанры уходят на второй план, другие, наоборот, набирают популярность. Некоторые жанры трансформируются в новые, более продуктивные формы. Усиливается зрелищная составляющая контента. В данном научном исследовании мы как раз таки попытались изучить новый жанр телевизионной журналистики – стендап-репортаж. В первой главе мы достигли следующих результатов:

- выяснили, что система традиционных медиа развивается вместе с новыми медиа, и в процессе этого развития граница между ними стирается, поэтому производители традиционного контента в традиционных СМИ начинают ориентироваться на аудиторию новых медиа;

- определили, что телекомпании начинают преобразовывать свой контент для аудитории с феноменом «клипового мышления» (это в основном молодежь). Они начинают использовать новые жанры, к которым относится стендап-репортаж;

- дали определение понятию стендап-репортаж. Стендап-репортаж – это жанр телевизионной журналистики, который сообщает о каком-либо

события, очевидцем и обязательно участником которого является корреспондент, построенный исключительно на стендапах, где журналист выступает в роли шоумена – удерживает внимание аудитории, и в роли комментатора – интерпретирует происходящее.

- выяснили, какие функции выполняет стендап-репортаж: информационную, познавательную, исследовательскую, развлекательную, пропагандистскую.

- определили, какими специфическими навыками должен обладать журналист для того, чтобы работать в данном жанре: умение организовать съемочный процесс; умение импровизировать в неординарных, а может быть даже критических ситуациях; умение обращать внимание на важные детали или факты; умение создавать необычные, изобретательные ходы в своих стендапах.

Во второй главе нашего исследования мы проанализировали контент телекомпаний города Красноярск, в частности изучили программу «Новости седьмого канала» телекомпании «Телесфера- 7 канал» и выяснили, что данная региональная телекомпания не часто обращается к жанру стендап-репортаж. Если журналисты и работают в данном жанре, то они не используют его возможности в полной мере: особенно страдают вопросы целесообразности, оригинальности и изобретательности. Журналисты не полностью раскрывают свой творческий потенциал.

В последней главе нашего исследования представлено описание созданного нами цикла стендап-репортажей с учетом изученного материала и тезисов, сформулированных в теоритической главе, а также в контексте задач учебно-производственной лаборатории «Телевидение СФУ», ее технико-технологических возможностей. На собственном опыте выяснили, как создаются стендап-репортажи. Проанализировав наш первый стендап-репортаж были выявлены как положительные, так и отрицательные стороны. Подробнее остановимся на отрицательной стороне сюжета, чтобы в

дальнейшем исправить допущенные ошибки, и избежать их повторения в следующих работах.

Хронометраж репортажа превысил норму из-за слишком большого количества стендапов. Кроме того во время съемок были проблемы с техническим оснащением из-за чего не раз приходилось переносить съемки. Много ошибок было в работе корреспондента: задача для оператора была поставлена не четко, из-за чего некоторые задуманные моменты не воплотились (некоторые ракурсы, нужные подсьемки и т.д.). Более того съемки проходили весьма продолжительное время, а корреспондент не подумала о своем внешнем виде и каждый раз была одета в новое, поэтому половина кадров, которые снял оператор, были непригодны для монтажа. В интервью с героями корреспондент иногда неправильно формулировал вопросы, из-за чего интервьюируемые не всегда могли ответить.

Во втором стендап-репортаже мы попытались избежать повторения ошибок, совершенных при съемках первого материала. Так как у нас уже имелся опыт создания материала в данном жанре, мы полностью применили его во время следующих съемок. Этот стендап-репортаж получился в разы профессиональней, динамичней и ярче. Практически не было несогласованностей со съемочной командой.

Это был первый опыт создания материалов в жанре стендап-репортаж. Мы выяснили, с какими сложностями можно столкнуться в процессе создания подобного материала. Помимо этого, после размещения сюжетов в группе «Телевидения СФУ» в социальной сети «Вконтакте», по количеству просмотров, лайков и репостов мы определили, что аудитория действительно больше заинтересована в таких ярких материалах, нежели чем в стандартных сюжетах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Агамян, Е. Ю. L2Т как жанр современной медиасферы / Е. Ю. Агамян // Вестник НГУ. – 2014. – Т.13 – №6. – С. 42–50.
- 2 Азарёнок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире / Н. В. Азарёнок // Психология человека в 5 Т. Т 5: Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С. Л. Рубинштейна / А. Л. Журавлёв. – Москва, 2009. – Гл. 2. – С. 110–113.
- 3 Анохин, А. И. Специфические особенности и выразительные средства информационного телевидения / А. И. Анохин // Вестник Чувашского университета. – 2012. – №1. – С. 276–280.
- 4 Бергерн, Н. В. Оперативная подача материалов журналистского расследования в информационных жанрах. Репортаж / Н. В. Бергерн // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2008. – №8. – С. 152–160.
- 5 Блинова, Э. В. Шаги к пониманию. Творческие поиски регионального ТВ / Э. В. Блинова // Журналистский ежегодник. – 2013. – С. 12–15.
- 6 Бочко, Д. М. Особенности феномена универсального тележурналиста / Д. М. Бочко // Челябинский гуманитарий. – 2012. – №2. – С. 31-34.
- 7 Васильев, С. А. Отечественный телевизионный рынок: возникновение, становление, тенденции развития / С. А. Васильев // Мир России. Социология. Этнология. – 1997. – Т.6 – №1. – С. 3–28.
- 8 Вольфсон, Ю. Р. Визуальное восприятие в современном обществе или куда движется галактика гуттенберга? / Ю. Р. Вольфсон // Современные исследования социальных проблем. – 2015. – №4 – С. 177–187.

- 9 Гаврилов, К. В. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / К. В. Гаврилов. – Санкт-Петербург: Амфора, 2007. – 299 с.
- 10 Грачева, М. О. Телерепортаж как вид журналистского дискурса / М. О. Грачева // Преподаватель XXI ВЕК. – 2013. – Т.2 – №2. – С. 325–330.
- 11 Григорьева, И. В. Эталон классической модели общественного телевидения в новомедийной среде / И. В. Григорьева // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2010. – №9. – С. 215–221.
- 12 Дмитровский, А. Л. Структура и сущность категории "творческое решение" в журналистике / А. Л. Дмитровский // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2015. – №1. – С. 120–127.
- 13 Ермилов, А. Е. Живой репортаж: профессиональные советы тележурналисту / А. Е. Ермилов. – Москва: Аспект Пресс, – 2010. – 110 с.
- 14 Зверева, Н. В. Школа тележурналиста / Н. В. Зверева. – Нижний Новгород: Минакова, 2009. – 167 с.
- 15 Зиновьев, И. В. Кто и что стоит за стендапом в региональных теленовостях / И. В. Зиновьев, И. С. Шутько // Известия Уральского федерального университета. – 2015. – №4. – С. 13–22.
- 16 Зинченко, Ю. П. Психологическая безопасность личности и общества в современном информационном пространстве / Ю. П. Зинченко // Национальный психологический журнал. – 2011. – №2. – С. 48–59.
- 17 Ильченко, С. Н. Телевидение по мотивам реальности: от «общества спектакля» к «шоу-цивилизации» / С. Н. Ильченко // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2007. – №4. – С. 132–137.
- 18 Карапетян, Н. А. Информационные жанры, используемые корреспондентами регионального телевидения / Н. А. Карапетян // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2007. – Т.13 – №1. – С. 214–218.

19 Кислая, Л. Н. Метод включенного наблюдения как прототип телевизионного лайф-ту-тейп / Л. Н. Кислая // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5. – С. 219–224.

20 Князев, А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учебное пособие / А. А. Князев. – Бишкек: КРСУ, 2001. – 160 с.

21 Копылов, О. В. Профессионализм журналиста в условиях медиаконвергенции: трансформация, эволюция, апгрейд? / О. В. Копылов // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – №3. – С. 122–130.

22 Коханов, Е. Ф. Жанровая структура новых медиа в условиях трансформации медиасистемы / Е. Ф. Коханов // [Электронный ресурс] : Электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-struktura-novyh-media-v-usloviyah-transformatsii-mediasistemy>.

23 Красноярский край: рейтинг СМИ за третий квартал 2016 года // [Электронный ресурс] : Портал «Медialogия» - мониторинг и анализ СМИ в режиме реального времени. – Режим доступа: <http://www.mlg.ru/ratings/media/regional/4472/>.

24 Красулевская, Д. В. Методы эффективного воздействия телеведущего на аудиторию / Д. В. Красулевская // [Электронный ресурс] : Электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/metody-effektivnogo-vozdeystviyateleveduschego-na-auditoriyu>.

25 Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / С. Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург, 2000. – Гл. 5. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>.

26 Кузьмина, Н. А. Современный медиатекст : учебное пособие / Н. А. Кузьмина. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 416 с.

27 Макеева, О. Е. Современные концепции творческой составляющей телевизионного журналиста / О. Е. Макеева // Журналистский ежегодник. – 2012. – С. 76–78.

28 Москвин, А. С. Функционально-жанровые особенности новостного телевизионного сообщения / А. С. Москвин // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2014. – №15. – С. 32–37.

29 Мясникова, М. А. Специфика жанров телевидения / М. А. Мясникова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2009. – С. 250–259.

30 Олешко, В. Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / Олешко В. Ф. // Журналист. □ – 2013. □ – № □ 1. □ – С.55–67.

31 7 телеканал [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала. – Режим доступа: <http://www.trk7.ru/>.

32 BBC Русская служба [Электронный ресурс] : Официальный сайт русской службы BBC. – Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/radio/2010/02/100225_cojo_video_standup.shtml.

33 Телеканал Прима [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала Прима. – Режим доступа: <http://www.prima-tv.ru/>.

34 Телеканал ТВК [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала ТВК. – Режим доступа: <http://tvk6.ru/>.

35 Красноярская телерадиокомпания [Электронный ресурс] : Официальный сайт телерадиокомпания ГТРК Красноярск. – Режим доступа: <http://krasnoyarsk.rfn.ru/>.

36 Павловский, А. И. Массовое сознание в условиях усложняющейся информационной «мозаичности»: клип как порождение современной массовой культуры / А. И. Павловский // Вестник Тюменского

государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2007. – С. 86–91.

37 Попова, О. Ю. Предпосылки наступления нового «века» регионального телевидения / О. Ю. Попова // [Электронный ресурс] : Электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/predposylki-nastupleniya-novogo-veka-regionalnogo-televideniya>.

38 Пронин, А. А. Авторская интенция в информационной тележурналистике: опыт практического анализа / А. А. Пронин // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – №1. – С. 159–164.

39 Раскладкина, М. К. Интернет как информационная среда и особенности работы журналиста в эпоху новых медиа / М. К. Раскладкина // Образовательные технологии и общество. – 2004. – №7. – С. 247–256.

40 Россошанский, А. В. Современные тенденции развития средств массовой коммуникации / А. В. Россошанский // Известия Саратовского университета. – 2009. – №1. – С. 105–108.

41 Савинкова, Ю. В. Телевизионные предпочтения молодежи / Ю. В. Савинкова // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – №4. – С. 313–316.

42 Семеновских, Т. В. «Клиповое мышление» - феномен современности / Т. В. Семеновских // [Электронный ресурс]: Сайт Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ. – Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>.

43 Стенли, П. Телевизионный репортаж: учебное пособие / П. Стенли. – Москва, 1997. – 87 с.

44 Стинс, О Новые медиа / О. Стинс // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2008. – №7. – С. 98–106.

45 Таранова, Ю. В. Традиционные и новые медиа в региональном имиджмейкинге в информационном сетевом обществе / Ю. В. Таранова // Известия Алтайского государственного университета. – 2010. – С. 309–312.

46 Теленовости: секреты журналистского мастерства : реферат книги И. Фэнга "Теленовости, радионовости" / Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. – Москва. 1997. – 87 с.

47 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>.

48 Тулупов, В. В. Есть ли будущее у профессии журналиста? / В. В. Тулупов // Журналистский ежегодник. – 2015. – С. 15–18.

49 Удовиченко, Р. В. Развлекательное телевидение: типология программ и потребности аудитории [Электронный ресурс] : автореферат диссертации / Р. В. Удовиченко. – Москва, 2011. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/razvlekatelnoe-televidenie-tipologiyaprogramm-i-potrebnosti-auditorii>.

50 Уразова, С. Л. О жанровом многообразии телепрограмм в контексте инновационного подхода к анализу телевидения / С. Л. Уразова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2011. – №1. – С. 48–55.

51 Фрумкин, К. Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста / К. Г. Фрумкин // [Электронный ресурс]: Философский портал «Концепция двух продолжений» : Режим доступа: http://nounivers.narod.ru/ofirs/kf_clip.htm.

52 Хлызова, А. А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях / А. А. Хлызова // Журналистский ежегодник. – 2015. – №4. – С. 73–76.

53 Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – Москва, 2002. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>.

54 Чернавский, А. С. Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа / А. С. Чернавский // Власть. – 2015. – №7 – С. 73–75.

55 Шестеркина, Л. П. Медiateкст как целевой элемент системы журналистского образования / Л. П. Шестеркина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2012. – №2. – С. 60–65.

56 Шибаева, Л. Жанры в теории и практике журналистики [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Л. Шибаева. – Москва, 2000. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text3/82.htm>.

57 Шкловский, В. Б. Тетива. О несходстве сходного [Электронный ресурс] : книга / В. Б. Шкловский. – Москва: Художественная литература, 1983. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/shklovsky/tetiva.htm>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Монтажный лист сюжета «Приключения иностранцев в СФУ»

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

В Сибирском федеральном университете учатся более 30 тысяч студентов и работают около 3 500 преподавателей. Из них 350 иностранных студентов и около полусотни преподавателей – иностранцев. Как оказались студенты из Японии, Китая, Испании, Чехии, Австралии в Красноярске? Что их так привлекло в Сибири? И чем они тут занимаются? Полетели разбираться.

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

Самое большое количество иностранцев сосредоточено в Институте филологии и языковой коммуникации. Туда мы и отправимся за ответами на наши вопросы.

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

Направляемся напрямиком на лекцию преподавателя французского языка Луи. Он приехал в СФУ всего на год. Причем не только преподавать, но и учиться нашему языку на кафедре русского языка как иностранного.

СНХ: 01 52 – 02 26

Луи – преподаватель кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

Ну это очевидно – снег, потому что в Париже у нас очень мало и это очень редко, когда снег идет. А тоже в Париже – это катастрофа, когда есть снег, потому что мы не привыкли к этому. Много пробок, город становится очень грязным.

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

Что ж, снег – это не самая серьезная проблема, с которой можно столкнуться в Сибири, да и вообще в России. Нужно срочно выяснить, с какими еще трудностями сталкиваются иностранные преподаватели. Забегу-ка я на кафедру восточных языков.

СНХ: 02 05 – 02 36

Елена Чистова – заведующая кафедрой восточных языков ИФиЯК

Они имеют свою традицию в методике преподавания. И кое-где наши студенты вот имеют такое недопонимание, потому что китайская традиция преподавания настроена на то, что учитель – это такой статусный самый важный человек, то есть его авторитет он имеет какие-то сакральные такие формы, непререкаемый авторитет. А наши русские студенты любят спорить, любят задавать вопросы, подвергать сомнению и т.д. Поэтому вот здесь вот иногда может быть возникает конфликт.

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

Сейчас я нахожусь на занятии по практическому японскому, который ведет Юки Ватанабэ. В 2009 году она закончила университет Киото Сангё и с 2013 она преподает японский в СФУ.

Лайв: Юки говорит

СНХ: 00 06 – 00 31

Юки Ватанабэ – преподаватель кафедры восточных языков ИФиЯК

Если честно – это случай. В университете я училась русскому языку, и я очень хотела работать. Я искала работу как преподаватель японского языка, и я нашла объявление и потом я приехала.

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

-Ты дослушай лекцию Юки сенсей, а я схожу в гости к студенту из Вьетнама Ван Хиеу Чану. –хорошо (выхожу из аудитории и продолжаю)
Ван Хиеу Чан или просто Ваня, как его здесь называют, уже не первый год живет и учиться в Красноярске. Он считает Красноярск любимым городом, поэтому очень много времени помимо учебы проводит за фотоаппаратом –

пытается запечатлеть красоту сибирской природы. Остальное же время он уделяет готовке. Вперед, за секретами вьетнамской кухни! (вспышка, ваня встречается, ведет в дом)

СТАП: 00 02 – 00 15

Ламия Гусейнова – корреспондент

Сейчас мы готовим традиционное вьетнамское блюдо «Нэм». Большинство ингредиентов привезены прямо из Вьетнама, как например эта рисовая лапша и гриб, который растет на деревьях. Его название «Мо-ни», что в переводе с вьетнамского значит «ухо дерева»

Лайв: ван объясняет про нэм

СТАП: 00 03 – 00 22

Ламия Гусейнова – корреспондент

На первый взгляд блюдо похоже на обычные фаршированные блинчики, а насколько это правда на самом деле, сейчас и узнаем. Вкуснятина!

СТАП: Ламия Гусейнова – корреспондент

Что ж, как выяснилось, у каждого иностранного преподавателя и студента в СФУ есть своя цель и причина находиться в Красноярске: учёба, работа, сибирская природа, русская культура. Они все разные, но объединяет их **СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ.**

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Монтажный лист сюжета «Масленица в селе Сухобузимское»

ЛАЙВ: videoplayback 03 41 – 03 48

А кто это, масленица? Тьфу ты!

СТАП: 00706 00 01 – 00 21

Ламия Гусейнова - корреспондент

«Касаточка», «сахарные уста», «целовальница», «перепелочка» - так ласково в народе называют самый сытный и веселый праздник – масленицу. Этот праздник пришел к нам из язычества и сохранился даже после принятия христианства – так уж он полюбился народу. Сегодня масленичное воскресенье и жители села Сухобузимское готовятся окончательно распрощаться с зимой. А как они это сделают, сейчас и узнаем.

ДАЛЬШЕ НЕБОЛЬШАЯ НАРЕЗКА ИЗ КАРТИНОК ТОРГОВЫХ РЯДОВ И РАЗНЫХ ЯСТВ, ЛЮДЕЙ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

ЛАЙВ: 00709 00 01 – 00 07

Цыганки – гадалки грозятся рассказать всю правду!

СТАП-МОСТИК: 00744 00 02 – 00 12

Народное гуляние поделено на 5 площадок: площадка дома культуры, краеведческого музея, ледовое зеркало, центральная площадка и концертная площадка. Что ж, идем по порядку!

ЛАЙВ: 00735 00 04 – 00 09

Зарядка со сцены

НАРЕЗКА ИЗ КАДРОВ ЗАРЯДКИ ЗРИТЕЛЕЙ

СТАП: 00771

Ламия Гусейнова - корреспондент

Традиционное развлечение на масленицу – катание на лошадях. В этот день на лошадей надевали лучшую сбрую, а парни, которые собирались жениться, специально покупали новые сани. Все молодые парочки обязаны были прокатиться. Парня у меня с собой нет, но от катания я не откажусь.

КАДРЫ С КАТАНИЙ НА ЛОШАДЯХ

СНХ: 00729 00 54 – 01 03

Галина Рубахина – гость масленицы

Пусть меня простят горожане, все равно здесь чистоты улыбки лучше. Другая улыбка, не наигранная. Не такая что обязателька, а такие они и есть!

ЛАЙВ: 00782 00 00 – 00 10

Ап,ап,ап! (собачечка)

СТАП: 00785 00 04 – 00 13

Ламия Гусейнова - корреспондент

Пока взрослые катаются на лошадиных упряжках, деток катает аляскинский маломут Фил. Ему полтора года, и он артист!

Мини блиц-опрос:

00763 00 00 – 00 05

С чем у вас ассоциируется масленица?

С чем у нас ассоци ... с блинами!

00761 00 06 – 00 07

С блинами

00762 00 03 – 00 04

Ну, с блинами, конечно же!

00765 00 04 – 00 05

С блинами может быть!

СТАП: 00767 00 01 – 00 19

Ламия Гусейнова - корреспондент

Конечно, никакая масленица не обходится без блинов. Их пекут с понедельника, но особенно много с четверга по воскресенье. Каждая хозяйка

имеет свой особенный рецепт приготовления, который передается из поколения в поколение. Но лично мне кажется, что каждый блин на масленицу вкусный.

ЕЩЕ КАДРЫ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛИНОВ

ЛАЙВ: 00797 00 31 – 00 41

10 литров молока , 5 кг муки, 1 кг сахара и яичка яиц.

СНХ: 00793 00 25 – 00 30

Светлана Кубова – гость ярмарки.

Холодец выиграли, прошли по всяким локациям, сейчас пойдем искать блины.

СНХ: 00794

Николай Морозов – гость ярмарки

Очень нравится мне здесь. С каждым годом все расширенное расширенное!

Больше народу, больше ларьков!

СНХ: 00804 00 50 – 00 56

Анастасия Соболева – житель села Сухобузимское.

А я вот только вот пришла недавно, так уже наверное уже разобрали блинчики, ну нет, ну здесь таких нету, как у меня!

СТАП: 00745 00 03 – 00 12

Ламия Гусейнова - корреспондент

На масленичном гулянии полно развлечений не только для взрослых, но и для детей. Они могут поехать на детской железной дороге, прокатиться на карусели, либо попрыгать на батуте.

Еще больше кадров с детками и их весельем.

ЛАЙВ: 00817 00 00 – 00 09

Танец на сцене

СНХ: 00823 00 38 – 00 55

Елена Мироненко – Министр культуры Красноярского края

Я знаю, что та традиция Суриковская, да вот, одна из самых знаменитых его картин – это взятие снежного городка. А ведь это была народная забава конца 18 – начала 19 века у всех практически сибирских жителей. И здорово, что эта традиция возрождается. Мы видим, как берут снежный городок, с каким задором!

Нарезка из попытки взятия городка.

Нарезка хороводов вокруг масленицы.

ЛАЙВ 00887

Прощай прощай прощай масленица!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Интервью с шеф-редактором телеканала ТВК Ильёй Зайцевым, 2013 год. Интервьюер – Алена Крашенинникова.

1) Расскажите об аудитории СМИ и о специфических чертах аудитории телеканала (возраст, образование, пол)

- Что касается телевидения, то центральная позиция - это пол аудитории. Если мы говорим про телеканал ТВК, то это аудитория 25-50 лет и это, в основном женщины, то есть 70% женщины 30% мужчин - это исторически сложившийся факт. У нас есть сетевой партнер телеканал "Домашний", который ориентирован на женскую аудиторию. В этой ситуации мы, конечно, привлекаем мужскую аудиторию, которая лояльна к новостям ТВК, но тем менее наше основное ядро-это женщины.

2) Как вы измеряете аудиторию?

-Измерения мы получаем еженедельно, в том числе по изменению аудитории. Измерения проводит единственная в России компания TNS Gallup media - это международная телекомпания компания, которая занимается телеизмерениями. В Красноярске установлено 90 специальных устройств, которые называются "пиппметры", которые подключены к телевизору и фиксирует что смотрят люди в этот момент. Где-то раз в неделю эти все данные суммируются и предоставляются телеканалу на платной основе, то есть мы их покупаем.

3) Получается самостоятельное исследование вы не проводите?

-Самостоятельное исследование в этой ситуации мы не можем проводить. В фокус групп для определения некоторых, что называется, качественных

характеристик, т.е. что хочет аудитория. Если мы говорим о количественных, то это достаточно сложная ситуация, то есть мы не можем самостоятельно количественно опросить необходимую выборку, чтобы там не было погрешностей, чтобы она была репрезентативна, поэтому мы вынуждены опираться на данные этой компании. В России только у одного телеканала существует своя собственная служба измерения телесмотрения и это Первый канал. Все остальные пользуются данными Gallup media, все с ними не согласны, но тем не менее это единственная компания, которая предоставляет подобные услуги.

4) Учитывается не только количество, но и какие-то предпочтения аудитории?

-Ну скорее результат количественного исследования приводит к необходимости проведения качественных исследований. Если мы видим снижение аудитории, то соответственно нас интересует, почему аудитория от нас переключается, тогда мы включаем качественные исследования, чтобы определить: "Вот та аудитория, которая падает, почему она уходит?"

5) Качественные исследования вы проводите сами?

-Зачастую да, иногда мы может кого-то привлекать, какие-то компании, здесь такой постоянный способ — исследования- это телефонные звонки. Мы фиксируем что людей интересует, на какие темы они больше всего реагируют, смс по каким темам они отправляют, число просмотров каких сюжетов на сайте максимальное.

6) Как вы можете определить мотивы обращения аудитории именно к вашему СМИ?

-Сила бренда. У нас очень конкурентный рынок и в этом плане конкурентные преимущества, которые существует у ТВК: сила бренда, его история, долгая история телеканала, разные моменты в этой самой истории, политические войны, оппозиционная политика, освещение оппозиционных движений по всей стране - все это делает такой флер несогласных с тем что делает

нынешняя власть с критичным взглядом на все что происходит и желанием с этим разобраться.

7) Хотелось бы узнать насчет стабильности аудитории, часто ли меняется аудитория?

-Аудитория меняется постоянно. Она меняется в зависимости от разных факторов. Во-первых, от сезонности, потому что очевидно, что в летнее время люди уезжают из города и происходит общее снижение телесмотрения, более того меняются предпочтения аудитории. Например, в ситуации с Украиной, которая сейчас происходит, мы замечаем, что часть аудитории новостей ТВК 8- ми часового выпуска переходит на телесмотрение федеральных новостей, например, Россия 1, то есть получается в 8 часов выходят новости ТВК - региональные и Россия 1 с программой "Вести" - федеральные, соответственно, тут очевидно, что в ситуации обострения конфликта на Украине люди хотят получать эту информацию, они получают необходимую дозу новостей про Украину и переключаются снова обратно.

8) Каким образом информация об аудитории влияет на ваши информационные продукты, на ваш контент в целом?

-Есть некоторая редакционная политика телеканала, которая определяется исторически, но в условиях, когда телекомпания ТВК - это частный канал, единственным источником доходов которой является размещение рекламы, соответственно, мы заинтересованы в том, чтобы привлечь максимальную аудиторию для того, чтобы продавать рекламу дороже. Понятно, что если больше аудитория, то стоимость секунды размещения рекламы там выше. В связи с этим, мы вынуждены, к сожалению, реагировать и меняться в зависимости от особенностей телесмотрения, от вопросов телезрителей. Ну и опять же, мы же вещаем для телезрителей, именно поэтому нас интересует, что телезритель хочет, и мы могли ему это показать.

9) Есть ли какой-нибудь яркий пример, когда мнение аудитории повлияло на контент, добавление в какую -то программу?

-Проект "Наш Крым". Проект был трехнедельный, его делала Василиса Лукашевич. Когда мы поняли, что Крым присоединился к территории России, и, соответственно, мы поняли настроение людей, которые не задают себе критических вопросов по поводу последствий всего этого, то было абсолютно очевидно, что мы должны играть на этом самом поле. Мы отправили съемочную группу в Крым, мы сняли фильм что мы получили, мы привезли жителя Крыма в Красноярск, чтобы показать какие возможности и какая настоящая Россия.

10) Расскажи об участие аудитории в создании контента?

-Люди предлагают свои темы, люди отправляют свои видео, люди комментируют вещи, которые мы показываем.

11) Как вы относитесь к комментариям в Интернете, интернет-мнениям?

-Ну, их нужно просто разделять. Есть мнения, которые создают некие боты, которые пишут всяческую ересь, есть мнения из серии "А я все равно против, все уроды», а есть аргументированные мнения, которые иногда просто даже хочется цитировать.

12) Совпадает ли аудитория, приходящая на Интернет-площадки с основной, или это разные аудитории?

-Как показывает практика, это абсолютно две разные аудитории, интересы которых полярны, как мне кажется. На сайте больше всего просмотров набирают аварии, происшествия, телевизионное смотрение ровно к этому относится. Перед телевизором сидят взрослые мужчины и женщины, бабушки. В Интернете – в основном молодёжь. Существует проблема: сейчас такое время, что большая часть людей все новости узнает из Интернета, поэтому выдавать в эфире переписанную с сайта «Комсомольской правды» новость невозможно, необходимо искать свои, особые способы подачи материала.

13) Пожалуйста, сделайте прогноз того, какими будут взаимоотношения региональных СМИ и аудитории через 5 и 10 лет?

- Как будет дальше развиваться - непонятно. Как вы знаете, мы скоро вообще должны будем уйти в кабель.

14) Можно узнать Ваше личное мнение, телевидение сохранит свои позиции или сдастся перед Интернетом?

- Телевидение не сдаст позиции однозначно, просто возможно это будет какой-то другой формат. Все равно останутся люди, которые будут сидеть перед телевизором.

15) В чем заключается социальная миссия вашего СМИ?

- Мы все делаем для телезрителя. У нас в каждом кабинете висит распечатанная миссия, где сказано, что для нас важен телезритель, его реакция. И все проекты делаются из расчета на это, а не на то, что интересно нам. Конечно, мы не служба занятости и не служба поддержки, мы не можем напрямую решить проблему, поменять сломанную трубу, например. Но мы привлекаем внимание к проблеме, рассказываем о ней. Стараемся направить нашу мэрию следить за нами, и даем понять, что если здесь ТВК, то значит, какая-то проблема будет обнаружена. В этом наша социальная миссия.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Список авторских стендап-репортажей

1 «Приключения иностранцев в СФУ» Режим доступа:
<https://youtu.be/nLqHXtHmua8>

2 «Масленица в селе Сухобузимское». Режим доступа:
https://vk.com/tvsfu?w=wall-5433048_4554

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Перечень проанализированных сюжетов

7 канал телекомпания телесфера

1 Выпуск прогноза погоды от 03.04.17. Режим доступа:
<http://www.trk7.ru/news/62727.html>

2 Афиша Красноярска выпуск от 14.04.17. Режим доступа:
<http://www.trk7.ru/news/63173.html>

3 Афиша Красноярска выпуск от 28.04.17. Режим доступа:
<http://www.trk7.ru/news/63835.html>

ГТРК Красноярск

4 ГТРК Красноярск выпуск новостей от 27.04.17. Режим доступа:
<http://krasnoyarsk.rfn.ru/region/rnews.html?id=4902473&rid=2920501>

СТС-Прима

5 Спецрепортаж: Что можно узнать о красноярцах на свалках?
Режим доступа: http://www.prima-tv.ru/news/projects/reportage/44845-specreportazh_chno_mozhno_uznat_o_krasnoyarcakh_na_svalkakh/

ТВК

6 Закулисье КЭФ-2017: девушки-модели и часы за полмиллиона.
Сюжет ТВК. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=w2eFCpcN5GQ&list=PLlWxZ4E27xisD-sGEZ7U5gPILFvJ8mA0q&index=56>

7 Выпуск новостей ТВК за 14.04.17. Режим доступа:
https://www.youtube.com/watch?v=7mGkS_3IjO4&list=PLlWxZ4E27xisD-sGEZ7U5gPILFvJ8mA0q&index=84

8 Выпуск новостей ТВК за 17.04.17. Режим доступа:
<https://www.youtube.com/watch?v=CXQHg-qTxAM&list=PLlWxZ4E27xisD-sGEZ7U5gPILFvJ8mA0q&index=71>

9 Выпуск новостей ТВК за 19.04.17. Режим доступа:
<https://www.youtube.com/watch?v=UWhp5zqZL04&list=PLlWxZ4E27xisD-sGEZ7U5gPILFvJ8mA0q&index=61>

10 Выпуск новостей ТВК за 28.04.17. Режим доступа:
<https://www.youtube.com/watch?v=DEhBowlZEKI&list=PLlWxZ4E27xisD-sGEZ7U5gPILFvJ8mA0q&index=19>

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Филологии
и языковой
коммуникации
Зорин К.А.
« 16 » 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ФУНКЦИИ СТЕНДАП-РЕПОРТАЖЕЙ НА КРАСНОЯРСКОМ
ТЕЛЕВИДЕНИИ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «НОВОСТИ»
ТЕЛЕКОМПАНИИ «ТЕЛЕСФЕРА – 7 КАНАЛ»**

Руководитель		доцент	<u>И.В. Долгушина</u>
Выпускник			<u>Л.Н. Гусейнова</u>
Консультант		д-р филол. наук	<u>В.И. Тармаева</u>
Нормоконтролер		ст. преподаватель	<u>Д.А. Устюжанина</u>