

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ К. В. Анисимов
« ____ » _____ 2021г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ОПЫТ СОЗДАНИЯ АВТОРСКОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ИНТЕРНЕТ-
ПРОЕКТА НА СОЦИАЛЬНУЮ ТЕМАТИКУ**

Руководитель	преподаватель	Н. В. Кострыкина
Выпускник		М. А. Крыклиява
Нормоконтролер	преподаватель	Л. О. Полежаева

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Специфика авторских телевизионных материалов на социальную тематику в Интернет-пространстве	7
1.1 Социальная тематика в журналистских материалах.....	7
1.2 YouTube как актуальная площадка для телевизионных журналистов	12
1.3 Основные черты авторского журналистского проекта.....	21
2 Реализация авторского телевизионного Интернет-проекта на социальную тематику.....	27
2.1 Выработка предварительной концепции журналистского проекта	27
2.2 Подготовка и взаимодействие с основными героями журналистского проекта.....	32
2.3 Разработка и корректировка черновой версии проекта	39
2.4 Рефлексия по поводу результатов проделанной работы над авторским телевизионным Интернет-проектом на социальную тематику	45
Заключение	52
Список использованных источников	56
Приложение А. Определение идеи и концепции проекта	61
Приложение Б. Синопсис программы	62
Приложение В. План съемок	63
Приложение Г. Вопросы директору фонда.....	65

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире все большую популярность приобретают Интернет-платформы – относительно новые информационные ресурсы. Скорость передачи контента, его трансграничность, персонализация, интерактивность и другие свойства, приобретенные с переходом медиа в среду Интернета, привлекают все большее количество пользователей. Журналистика в поисках своей аудитории также все больше исследует возможности новой площадки параллельно с функционированием традиционных СМИ или и вовсе в отрыве от них, создавая собственный уникальный контент.

Особой популярностью отличаются YouTube-каналы, куда современные журналисты переходят по многим причинам, в том числе из-за отсутствия серьезной телевизионной цензуры, включающей определенные форматные признаки: строгий хронометраж, лексику, политическую цензуру и многое другое. Тем не менее, выбор площадки не ограничивает тематически журналиста при создании собственных сюжетов. Другими словами, все актуальные политические, экономические, культурные и социальные события также остаются под пристальным вниманием авторов. Примеры таких каналов – это «вДудь», «А поговорить?», «Редакция», «Осторожно: Собчак» и другие.

В работе хотелось бы акцентировать внимание на профессиональной телевизионной журналистике, которая складывается в пространстве YouTube-каналов.

Актуальность заключается во все большей привлекательности YouTube-площадки для профессиональных журналистов, которые готовы создавать контент по основным принципам журналистики: фактчекинг, использование сведений 5 типов, обеспечение плюрализма мнений и другие. Согласно данным исследовательского центра компании «Deloitte» о медиапотреблении в России за 2020, сайт «YouTube» стал самым

популярным и часто посещаемым у пользователей сети Интернет, а значит, он остается привлекательной площадкой для трансляции актуальных материалов. Появляется новое профессиональное явление – телевизионная журналистика в диджитал-среде.

Темой проекта была выбрана «социализация детей-сирот», поскольку проблема сиротства в России по-прежнему поставлена остро: по данным Росстата, в России на 2019 год 475 958 детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Официальный сайт Министерства образования Красноярского края публикует информацию, что по состоянию на 01.03.2021 в Красноярском крае в учреждениях для детей-сирот проживает 1355 воспитанников. Край в 2018 году относился к регионам, где проблема сиротства выражена выше среднего, по данным платформы «Если быть точным», занимающейся продвижением аналитического подхода в освещении социальных проблем.

Новизна заключается в использовании нового профессионального инструментария диджитал-журналистики для создания авторского телевизионного проекта, предназначенного для площадки «YouTube», на тему, посвященную социализации детей-сирот в Красноярске.

Объектом исследования является телевизионная Интернет-журналистика на социальную тематику.

Предметом исследования стала специфика авторских телевизионных проектов на платформе YouTube.

Цель – создание авторского телевизионного проекта на социальную тематику для платформы YouTube.

Для достижения поставленной цели необходимо будет выполнить ряд **задач**, а именно:

- Выявить специфику социальной журналистики;
- Рассмотреть особенности YouTube-канала как актуальной площадки для тележурналистов;
- Определить черты авторского журналистского проекта;

- Написать сценарный план к авторскому проекту;
 - Обеспечить эффективное продюсирование проекта;
 - Собрать и отснять необходимый материал для видеомонтажа авторского телевизионного Интернет-проекта.
- Разместить готовый пилотный выпуск на YouTube-канале ТВ СФУ.

Основными общенаучными теоретическими методами исследования стали обобщение, абстрагирование, аналогия. Во второй, творческой части работы используются эмпирические, профессиональные методы – продюсирование и интервьюирование.

В качестве основной теоретической базы был выбран современный труд Е.И. Афанасьевой, российского журналиста и директора креативного планирования «Первого канала»—«Как создать свой проект для ТВ и digital», в котором описываются отличия и сходства диджитал-среды и современного телевидения. Также были использованы научные статьи М.А. Бережной, доктора филологических наук и заведующего кафедрой радио и телевидения СПбГУ о специфике и проблемах социальной сферы, научные статьи Т.И. Фроловой, доцента факультета журналистики МГУ о роли социальной журналистики в общественном диалоге. Эмпирическая база исследования представлена социологическими данными, интервью с журналистами, выпусками программ в диджитал-среде (программы современных YouTube-журналистов, таких как А. Пивоваров, И. Шихман, Ю.Дудь, К. Собчак).

Теоретическая значимость заключается в аккумуляции знаний о специфике нового и популярного формата журналистского продукта.

Практическая значимость данной работы состоит в создании собственного журналистского продукта, посвященного проблеме социализации детей-сирот. Технология создания телевизионного проекта на социальную тематику в диджитал-среде может быть полезна и другим авторам, планирующим создавать оригинальный, журналистский контент на платформе «YouTube».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, теоретической и практической части, заключения, списка использованных источников и приложения. В первой части работы рассмотрены теоретические аспекты создания собственного журналистского продукта в диджитал-среде, а именно специфика площадки, выявлены особенности авторского проекта и социальной тематики в журналистике. Во второй части описаны этапы создания авторского телевизионного проекта на социальную тематику, предназначенного для YouTube-площадки, а также их последующий анализ и рефлексия.

Апробация результатов данного исследования была реализована на научно-практической конференции II Международного Форума языков и культур.

1 Специфика авторских телевизионных материалов на социальную тематику в Интернет-пространстве

1.1 Социальная тематика в журналистских материалах

Под социальностью, согласно Толковому словарю Ефремовой, понимается общественность, гражданственность, обязанности гражданского быта и жизни [Ефремова, 2000]. Человек как существо социальное постоянно находится во взаимоотношении с окружающим его обществом и вынужден жить по его законам, чтобы гармонично развиваться и, в том числе, удовлетворять свои собственные социальные потребности. Социальность подразумевает контакт отдельного индивида с другим индивидом, с социальной группой, с другими социальными инстанциями, например, институтами, это процесс приобретения или смены социальных ролей. Но в современном русском языке термин «социальный», несмотря на его прямую корневую связь с «социальностью», не всегда понимается обществом исключительно как синоним «общественный». В узком смысле слово обозначает лишь часть от целого и подразумевает не все, а некоторые, конкретные стороны общественной жизни [Бережная, 2017].

Знание о том, что общество поделено на четыре сферы: политическую, экономическую, культурную и социальную дает возможность разделять журналистские материалы по этому признаку. Таким образом, может показаться, что социальная журналистика – это совокупность материалов, которые тематически принадлежат блоку социальной сферы общества [Бережная, 2017]. Но при этом ее интерес не ограничивается характером взаимоотношений определенных социальных групп между собой или сменой ролей человеком в результате его деятельности в обществе. В эту широкую сферу также входят условия или социальная инфраструктура, в которой находится общество.

Таким образом, социальная сфера включает в себя огромный спектр тем и, соответственно, и проблем, с которыми может столкнуться человек. Белорусский социолог определяет следующие базовые параметры социальной сферы:

- повседневная жизнь, которая включает в себя и труд, и досуг;
- открытость форм жизненного самоопределения, то есть возможность человека в конкретном обществе построить свою жизнь согласно своим желаниям и способностям;
- гарантии безопасности на разных уровнях социальной защиты: физическое и ментальное здоровье, права личности, трудоустройство и т.д.
- доступ к культурным ценностям и культурным услугам. Сюда входит образование, искусство, информация в свободном доступе;
- управление производством и социально-экономическим развитием [Шавель, 1990].

Широта тем, которые относятся к социальной сфере («проблемы труда, занятости, доходов, образования, здравоохранения, социальной защиты, межнациональных отношений, женщин, детей, семьи, других социальных групп, социальной инфраструктуры и т. д.») объективно влияет и на характер проблематики: она становится более подвижной и изменчивой [Фролова, 2008]. Вместе с тем тот факт, что огромное количество социальных групп ежедневно борется за свои интересы, придает социальной тематике злободневности и актуальности.

Исходя из этого, представляется, что выделение социальной сферы общества становится необходимым для классификации проблем и дальнейшего их решения, что и является причиной пристального внимания журналистов. По мнению М.А. Бережной, социальная сфера не просто привлекает, а становится важнейшим объектом журналистской деятельности и требует адекватного, целостного и полного отражения [Бережная, 2017]. Социальная сфера формирует достаточно большой предмет социальной журналистики, который опирается на широкий смысл понятия «социальный»

– все объективные процессы и явления в обществе, весь спектр отношений человека со средой [Фролова, 2003]. Таким образом, все, что касается человека извне – это предмет социальной журналистики как отдельной ветви журналистики. В исследовательской сфере возникает вполне логичный вопрос, а что же тогда относится к другим ветвям журналистики, что им остается, если социальные масс-медиа берут на себя такой объем тем.

В этом смысле широкий тематический блок создает угрозу выделения социальной журналистики, поскольку, следуя из вышесказанного, понятие «социальное» слишком необъятно и конкретно тематически найти его границу не представляется возможным. Значит, по этой логике должна быть безгранична и социальная журналистика. Но проблемное место в терминологии возникает и относительно формулировки самого термина: ведь журналистика по определению социальна, отражает актуальные и важные для человека события, процессы, мнения, и «социальность СМИ» соотносится с категорией гуманизма» [Малугина, 2006]. Без «социального» уже любая журналистика потеряет свой смысл и фактически перейдет в публицистику и литературу, поэтому широкий смысл связан с любой ветвью журналистики. Т.И. Фролова пишет, что «понятие «социальное», «социальность» традиционно связывается с понятиями социальной значимости, социальной ответственности, а не с неким особым тематическим направлением» [Фролова, 2004]. Поэтому отсюда можно сделать вывод, что широкий смысл «социального» нельзя свести к тематике, он, как общий принцип действия, пронизывает всю журналистику: и социальную, и политическую, и журналистику сферы культуры, и другие, то есть чисто тематическое выделение ветви социальной журналистики представляется условным и формальным.

Тогда встает вопрос, по каким критериям выделять в отдельную сферу социальную журналистику, если только по теме материала это может не получиться. М.А. Бережная предлагает свой список задач, стоящий перед журналистами, которые работают с социальной тематикой:

- давать полную и постоянную информацию о состоянии социальной сферы;
- помогать жить в меняющемся мире: оказывать помощь, информировать, искать пути решения проблем;
- участвовать в формировании и осуществлении социальной политики, подвергать общественной экспертизе законопроекты;
- поддерживать равновесие интересов в обществе, вырабатывать общую позицию, снимать социальную напряженность;
- давать нравственную оценку событиям, ставить интересы и идеи гуманизма и добра выше ситуативных интересов отдельных групп [Бережная, 2009].

Представляется важным остановить свое внимание на второй задаче, поскольку именно в ней звучит важное отличие социальной журналистики от других ветвей. Оказывать прямую и целенаправленную помощь людям, которые столкнулись с проблемой, путем информирования общественности и в том числе органов власти, актуализировать проблемы и предлагать решения. Т.И. Фролова художественно описывает сверхзадачу социальной журналистики: по мнению автора, социальная журналистика должна давать надежду на скорое решение проблемы [Фролова, 2004], причем не только тем, кто сталкивается с ней, но и тем, кто узнает об этом в СМИ, наблюдает со стороны. В отличие от политической журналистики, которая своей целью ставит не прямую практическую помощь, а скорее корректировку политической позиции читателя, даже сообщая о каких-то социальных проблемах общества, социальная журналистика пытается решить проблему, как правило, локально. Она «особым образом участвует в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять на эти отношения и на социальной структуры» [Дзялошинский, 2006]. И в этом видится ее основная функция – информационная помощь отдельным социальным группам, которые столкнулись с социальной проблемой. И.М. Дзялошинский даже выводит новый термин –

журналистика соучастия, для которой важно не тематическое соответствие материала социальной сфере, а его выполнение социальных функций [Бережная, 2017], причем не формальное их выполнение, а с последующей конкретной результативностью, ведь «именно человеку должна служить журналистика, а не абстрактному социальному интересу» [Корконосенко, 2001].

Сейчас, когда социальная журналистика признана легитимной ветвью в медиасфере и уже практически не требует исследовательского подтверждения, авторы сходятся во мнении, что пора не просто доказывать важность феномена социальной журналистики в науке, но и настаивать на профессиональном подходе к материалам, раскрывающим «проблематику человека в современной инфраструктуре» [Фролова, 2014]. Правда в том, что при решении одних социальных проблем, на смену непременно приходят новые или обостряются старые – человек никогда еще не существовал в мире без социальных проблем, а пока они актуальные и нерешены в условиях экономических кризисов или политических событий, актуальной и важной остается социальная журналистика [Шестеренкина, 2017].

Поскольку темой итогового проекта является социализация детей-сирот, в данной работе социальная журналистика исследуется главным образом как пространство соединения СМИ и благотворительности. В этом смысле социальная журналистика направлена на конкретную социальную группу, которой требуется информационная помощь. Однако современные медиа становятся не только информаторами, но и организаторами, которые участвуют в сборе средств для нуждающейся социальной группы и формируют общественное мнение, побуждая людей к созиданию и взаимопомощи, благотворительности [Громова, 2015]. Ярким примером является информационный портал «Такие дела», организованный благотворительным фондом «Нужна помощь». Лозунг портала «Вернем в журналистику человека» напрямую соотносится с задачами социальной журналистики, а посыл СМИ звучит в традициях благотворительности:

люди, которые нуждаются в помощи, становятся героями материалов и проектов.

1.2 YouTube как актуальная площадка для телевизионных журналистов

Изменения, которые и сегодня происходят в технологических аспектах медиа, невозможно не связывать с появлением и в дальнейшем популярности Интернета как нового канала коммуникации. Вслед за другими медиа журналистика тоже начала использовать новый канал коммуникации в своих целях. Появление и функционирование Интернет-СМИ показали ряд преимуществ новых медиа над традиционными, а именно:

- оперативность подачи информации;
- мультимедийность, обеспечивающая новые формы подачи информации;
- гипертекстуальность;
- интерактивность;
- нелинейность в потреблении информации аудиторией [Батманова, 2004].

При этом средства информации становятся все больше индивидуальными, персонализированными, где сам пользователь определяет и подбирает себе медийный канал и контент на свой вкус [Засурский, 2008]. Другими словами, не просто выбирает из предложенного списка, как это классически происходит, например, на телевидении, где телезритель, нажимая на кнопку конкретного телеканала, вынужден смотреть ту программу, которую в данную минуту канал показывает.

Данные исследовательского центра компании «Deloitte» о медиапотреблении в России за 2020 год подтверждают, что Интернет уже не просто стал привычным медиа для человека, но и давно изменил расстановку сил в пространстве СМИ. Средства массовой информации новых медиа в

последнее десятилетие вступили в борьбу за читателя с традиционными, и особенно остро чувствуется конкуренция между Интернет-журналистикой с телевидением. Исследовательский центр назвал топ-3 источника получения новостей, где телевидение уступает Интернету с пометкой «новостные, аналитические, официальные сайты» (58% респондентов к 72%), но обходит Интернет с пометкой «блоги, социальные сети»(40%). Таким образом, можно сделать вывод о том, что Интернет справедливо назвать привлекательной площадкой для журналистов с точки зрения медиапотребления аудитории. Однако в самой глобальной сети тоже можно увидеть градацию ресурсов по популярности. Самым популярным, хоть и с небольшим отрывом, является, как и в предыдущем году, YouTube. Если говорить о видеоконтенте, который представляет интерес для данной работе в большей степени, то он тоже наиболее востребован именно на площадке YouTube (92%), причем разница со вторым по популярности ресурсом (ВКонтакте) – почти в 3 раза. (33%). Важно, что все 4 выделенные возрастные категории респондентов (от 14 до 60+) демонстрируют одинаково высокие показатели – от 88% до 95%. Таким образом, можно сделать вывод, что для Интернет-журналистики наиболее привлекательной платформой справедливо считать YouTube, опять же с точки зрения медиапотребления аудитории Интернета [Deloitte, 2020].

Сайт «YouTube» – видеохостинговая компания, предоставляющая пользователям услуги хранения, доставки и показа видео в сети Интернет. На платформе можно найти как авторов видео с совсем небольшим количеством просмотров, так и пользователей, чье количество просмотров перебралось за миллионы, а отдельные публикации превращаются в самостоятельный блог с достаточно четкой периодичностью. Как и у прочих Интернет-сайтов, очевидное преимущество YouTube над его аналогом в плоскости традиционных СМИ телевидением сосредоточено в свободе выбора контента в любое время. Никакое количество каналов на ТВ не сравнится с разнообразием роликов на видеохостинге, которые можно посмотреть в желаемое время, не привязываясь к программе передач. Однако и

соответственно конкуренция тоже увеличивается. Также диджитал-площадка обладает высокой степенью сегментированности: ни один ТВ-канал не сможет настолько разделить свою аудиторию на группы и постараться угодить каждой в доступные 24 часа в сутках и 7 дней в неделе [Афанасьева, 2020]. Помимо названных, А. Яшина выделяет еще несколько основных факторов популярности площадки:

- бесплатный доступ к большей части контента;
- пространство веб-дизайна для избалованной красивыми картинками и визуальными эффектами аудитории;
- отсутствие регламентированной цензуры;
- широкий спектр возможностей пользования (публиковать, добавлять аннотации, комментировать, оставлять лайки, оценивать чужие комментарии, ставить дизлайки) [Яшина, 2017].

Кроме того, в некоторых случаях доступный функционал из простого удобства превращается в самоцель. Так, например, сейчас новая площадка пользуется популярностью еще и за счет комментариев, где разворачиваются настоящие дебаты между самими пользователями без участия авторов канала [Фокин, 2013]. Таким образом, публикации становятся общественным форумом, где каждый может высказаться и найти своих единомышленников – это напоминает одну из функций СМИ по Фомичевой, а именно функции форума или канала социального участия [Фомичева, 2007].

Однако говорить о видеохостинге в целом и обо всем контенте, опубликованном там, не является задачей данной работы. Необходимо рассмотреть YouTube как новую и актуальную площадку для телевизионной журналистики.

При учете вышеназванных факторов и статистики использования YouTube можно сделать вывод, что площадка благоприятна для развития не просто свободных блогеров, но и профессиональных тележурналистов, готовых к освоению новых условий. Уже сейчас «ресурс нельзя отнести к типу развлекательных медиа: все больше появляется каналов

образовательной направленности, аналитики самых разных направлений. Растет и количество новых аналогов классической журналистики» [Загидуллина, 2018]. Рост журналистских проектов на YouTube, безусловно, связан с ростом спроса на качественную журналистику в диджитал-среде, ведь подрастает и новый зритель, взрослеет и расширяет горизонты, его аппетиты смещаются с простого развлекательного контента на более серьезные, проблемные темы из нашей действительности – журналистские. А серьезная аудитория – это новый сегмент для рекламодателей, что определяет экономическую опору для существования журналистских YouTube-каналов.

Сам термин «YouTube-журналистика» присваивает себе известный профессиональный журналист Алексей Пивоваров (долгое время работавший на телеканале «НТВ» репортером и ведущим), ныне автор популярного YouTube-канала «Редакция» с 2 миллионами подписчиков. По его мнению, YouTube-журналистика – это продолжение привычной телевизионной журналистики, которая существовала в России, со всеми свойственными классической журналистике принципами [МедиаCAMPFest, 2020], а именно:

- принцип гуманизма, заключающийся в соблюдении и трансляции общечеловеческих ценностей, а также содействие прогрессу в общественном развитии;
- принцип объективности, подразумевающий стремление к отражению адекватной картины мира (в том числе за счет демонстрации всех возможных мнений на проблему);
- принцип правдивости, в основе которого лежит понятие «факт»;
- принцип верности собственным принципам, предполагающий осмысление журналистом предлагаемых ему нравственных ориентиров, а не механическое соблюдение правил;
- принцип использования сведений 5 типов – «5W» (что? где? когда? кто? почему?) – для представления наиболее полной картины окружающей действительности;

- принцип разделения исходного сведения и авторского комментария (факт и мнение);

- принцип патриотизма, заключающийся в выборе журналистом линии поведения, которая предполагает осознание своих исторических корней, социокультурных особенностей, знание языка и природной среды, и служении процветанию своего отечества;

- принцип демократизма, основанный в первую очередь на понимании властных возможностей журналистики, осуществляемый путем участия в государственных делах и способствующий принятию важных решений, направленных на гармоничное развитие общества в каждой его сфере [Прохоров, 2009].

Первооткрывателем «большой» журналистики в YouTube считается Юрий Дудь и его канал «вДудь» с почти 9-миллионным количеством подписчиков. Именно успех его канала, по мнению Пивоварова, показал, что видео с хронометражем до часа и более могут быть популярны у аудитории, таким образом, разрушил сложившееся мнение о том, что пользователи данной сети рассчитывают исключительно на ролики не длиннее 12 минут. А также канал «вДудь» показал, что привлечение рекламодателей в журналистский проект на YouTube будет взаимовыгодно. Сам Юрий Дудь описывает контент площадки как «менее скованный и более свободный», чем на телевидении [GQ, 2017].

Действительно, строгость по отношению к форматам и хронометражу на телевидении значительно превышает «свободный» YouTube, хотя, безусловно, ТВ сейчас тоже стремится к модернизации – вслед за уходящей в Интернет аудиторией. Но если говорить о свободе площадки, то необходимо упомянуть, что, помимо цензуры, которая фактически отсутствует в YouTube, существуют разного рода ограничения, с которыми журналистам приходится считаться, выполняя свою общественную функцию. Ограничения связаны в первую очередь:

- с политикой самого YouTube;

- с законодательством РФ;
- савторскими правами на использование чужого продукта;
- с рекламодателями, которые боязно относятся к контенту с чрезмерно острой темой и не готовы «покупать» такие выпуски [TEDtalks, 2019].

В остальном YouTube открыт для собственного творчества и подчиняется исключительно вкусам аудитории – без посредников в роли продюсера, холдинга, компании и так далее, как это происходит на ТВ. Только просмотры определяют, актуальный и интересный ли вышел продукт или нет. Поэтому форматные признаки для журналистских выпусков на площадке гораздо свободнее, чем на телевидении. «Телевидение – вещь очень форматная, YouTube, напротив, вещь абсолютно не форматная с точки зрения жестких законов построения повествования» [Афанасьева, 2020]. Однако принципиально важной особенностью YouTube-журналистики считается авторская позиция создателя канала как обобщенное предпочтение аудитории площадки в целом. Зрителей здесь интересует личность автора, его взгляд на мир, если он для них авторитет. В этом ключе классическая журналистика с ее стремлением к объективности должна находить компромисс с YouTube.

При изучении готовых продуктов телевизионного и YouTube-формата можно выделить несколько критериев для сопоставления их визуальной подачи:

- Аннотация к сюжету. YouTube-журналистика тоже использует некоторое «вступление» для своего продукта. Это может быть короткое видео, не входящее в основной монтаж, в стиле «за кадрового» разговора для представление героя перед зрителем как будто в жизни, до съемки. Например, у Ирины Шихман традиционно черно-белые вставки уже своеобразный форматный признак. Также такой аннотацией может быть «шокирующая» нарезка – в среднем от 15 секунд до минуты – самых ярких и интригующих зрителя моментов, включенная в конечный видеопроduct

перед самим сюжетом и используемая в том числе как самостоятельный ролик в социальных сетях для привлечения внимания потенциальных зрителей к полному выпуску. В тележурналистике заставка существует как рекламный ролик, транслируемый вне программы, либо нарезка самых провокационных моментов с пояснениями в закадровом голосе.

– Трансформация титров. Если в тележурналистике титры следуют как на героев, так и на журналистов, сообщая фамилию, имя и регалии, то в YouTube обычно накладываются только на героя, так как журналист заведомо известен аудитории, либо содержат никнеймы профилей в социальных сетях. Также сейчас распространено вводить титры при упоминании в программе неизвестных, по мнению авторов, аудитории людей, событий и прочее, чтобы не давать зрителю потеряться в контексте.

– Язык. Новая площадка значительно свободнее телевизора, как гости, так и сами ведущие задают простой и будничным тон, в котором присутствует обращение «ты», нецензурная лексика и много сленга. Это с одной стороны привлекает аудиторию, а с другой – расслабляет самого гостя в интервью.

– Динамичный кадр. Статичная съемка – прием телевизионщиков, которым пользуются и YouTube-журналисты, однако вторые все чаще могут включать «живую съемку», передающую атмосферу всего выпуска или конкретного места.

– «Живое» интервью. Безусловно, интервью – это телевизионный жанр, но попадая в пространство Интернета, оно трансформируется под площадку. Герои говорят не только о потенциально важной для выпуска теме, но и ведут спонтанные, неинформативные разговоры, которые в телевизионном сюжете обычно остаются за кадром, а в YouTube – используются как очередной прием раскрытия героя. Например, Ирина Шихман в интервью с Женей Мильковским берет в руки гитару и делится своими музыкальными навыками, выходя на первый план и оставляя за героем только реакцию.

– Динамичный монтаж. Особо популярен в последнее время как в социальных сетях, так и в YouTube: операторы еще на этапе съемки планируют отдельные элементы перехода к другому кадру. В телевизионной журналистике этот прием появляется только сейчас с оглядкой на YouTube [Корецкий, 2020].

– Название материала. Если телевизионные материалы привыкли к компактности, например, названия выпусков «Познера» или «Наедине со всеми» содержат только фамилию гостя без лишних подробностей, то у YouTube-журналистов можно увидеть основные темы разговора, на которых сделаны акценты. Как правило, это либо нашумевшая история героя, либо социально значимая повестка, которая точно заинтересует зрителя.

– Внешний вид ведущего. Ведущие телеканалов даже на самых легких и развлекательных программах, например, «Модный приговор», одеваются «официально»: несмотря на палитру красок, ведущий преимущественно одет в пиджаки и бабочки. На YouTube с фасонами проще – футболки с яркими надписями, кроссовки, джинсы, толстовки, которые можно увидеть на Юрии Дуде, придают ощущение «своего» для потенциальной аудитории площадки [Яблоновская, 2020].

Но ключевым остается вопрос, заменит ли Интернет, YouTube в частности, традиционные СМИ, ТВ в частности, если площадка все больше забирает аудиторию, а возможностей в Интернете больше. Алексей Пивоваров в интервью телеканалу «Дождь», который, к слову, тоже существует исключительно в сети, говорит, что пока этого не произойдет. Кроме того, телевизионный контент тоже появляется в Интернете. Полноценные сюжеты, созданные для телевидения, публикуются в сети и набирают просмотры на том же YouTube, а сюжеты журналистов в YouTube могут смело использовать на телевидении. Это говорит о том, что важно понимать, что противостояние сети и ТВ не в технологическом аспекте: не важно, с какого устройства зритель смотрит контент – с телевизора или

смартфона, важно то, для какой площадки и какого формата он создан изначально [Дождь, 2020].

Тем не менее, телеканалы пока слабо осваивают новую площадку и публикуют, как правило, те же материалы, которые выходят в эфир, с незначительным отбором. То есть говорить об адаптации контента к условиям среды не приходится. Например, YouTube-канал «Телеканал Культура» публикует наиболее успешные документальные фильмы, созданные изначально для одноименного телеканала. Другими словами, эти попытки описывают представительную функцию новой площадки, а не ее самостоятельный и развивающийся характер [Круглова, 2019].

Еще один важный эпизод в формировании YouTube-журналистики заключается в распространении «качественных» блогов. Другими словами, помимо известных журналистских каналов, таких как «вДудь» с Юрием Дудем, «А поговорить?» с Ириной Шихман, «Редакция» с Алексеем Пивоваровым, «Осторожно Собчак» с Ксенией Собчак, «Еще не Познер» с Николаем Солодниковым и так далее, на YouTube можно найти большое количество блогов с «околожурналистским» контентом, например, «SOBOLEV» с Николаем Соболевым – блог об актуальных общественных событиях; «BadComedian» с Евгением Баженовым – блог с обзорами на кинофильмы; «smotraTV» с Давидычем (Эриком Китуашвили) – блог с автомобильной тематикой и так далее. Их авторы не являются профессиональными журналистами, однако в их выпусках тоже можно увидеть, как работают основные принципы журналистики.

Таким образом, феномен YouTube-журналистики постепенно распространяется благодаря повышенному спросу аудитории к качественному, социально значимому видеоконтенту.

Платформа становится конкурентом традиционному телевидению, поскольку отсутствие цензуры и свободная форма итогового продукта, возможность работать небольшой командой по своим правилам, а не по правилам всего телеканала или холдинга – все это привлекает все больше

современных журналистов. YouTube становится актуальной площадкой. Следующие шаги, возможно, будут связаны с более пристальным изучением специфики этого сетевого канала, а также подготовкой профессиональных кадров в рамках образовательных программ. Так, например, в Высшей школе экономики на бакалаврской программе «Медиакоммуникации» уже существует отдельная специальность «YouTube журналистика».

1.3 Основные черты авторского журналистского проекта

В предыдущем параграфе было сделано общее представление о площадке YouTube, однако намеренно избегалось описание конкретного контента, который там могут создавать журналисты. Степень погружения в работу дает толчок к необходимости посвятить отдельный параграф журналистским проектам, поскольку при создании собственного требуется понимание того, в каком русле движется творчество современного журналиста.

Интернет в целом с момента своего использования средствами информации стал наиболее популярным благодаря энтузиастам, готовым работать на результат без особых материальных вознаграждений. Вместе с индивидуальной ответственностью за собственный проект приходит и свобода действий: возможность не считаться с коммерческими и конъюнктурными требованиями, которыми ограничивается деятельность печатных и телевизионных средств массовой информации. Отсутствие требований становится благоприятной почвой для творчества с поиском новых форм, подходов и средств для достижения результата. Нельзя сказать, что телевидение полностью лишено авторского подхода. «Авторский» статус заявлен в определении жанра (формата) программы. Самопозиционирование автора-ведущего телевизионной программы регулируется авторским замыслом. В авторских телепрограммах действующим лицом является автор-

ведущий – человек, обладающий талантом, яркой индивидуальностью, которые определяют неповторимое своеобразие программы» [Каширин, 2016]. Но вес специфики телеканала, его аудитории, а также места в сетке вещания играет огромную роль в процессе корректировки авторской идеи. Поэтому зачастую автор-ведущий может выбираться телеканалом по уже готовым критериям, несмотря на творческий потенциал.

Сам характер творчества, безусловно, зависит от характера самой личности, ее возрастных и интеллектуальных способностей. Однако при этом важно понимать, что творчество тоже входит в комплекс критериев личностного роста, и личность может также восприниматься через, в том числе, оценку творческих способностей человека [Чернецкая, 2010]. Принципы мотивации в творческом процессе были сформулированы исследователем Д.И. Кирносом в виде двух уровней: первый подразумевает сознание и ценностные ориентации самого человека, второй – подсознание и даже физическую организацию человека, от которой может косвенно зависеть способности человека заниматься творческой деятельностью [Кирнос, 1992].

Вопрос о личности в контексте творчества особенно важно рассматривать в отношении журналистов, которые занимаются общественной деятельностью и представляют интересы общества или служат интересам отдельных социальных групп, как уже было рассмотрено в первом параграфе. Творчество становится своеобразной формой подачи актуальной и социально важной информации, а также зачастую индикатором журналиста-личности перед его аудиторией. Если через специфические характеристики проекта можно определить автора, значит, речь идет уже не просто об авторе как о создателе массового продукта, а как о личности.

Творчество и журналистика пересекаются, когда речь идет об авторском проекте. «Творческая концепция автора – это идейно-художественный замысел построения и воплощения оригинального журналистского текста, выраженный в свободе выбора тематики и жанра для

данного материала» [Морозова, 2013]. Под определенным углом исследования авторская журналистика может соотноситься с термином «персональный журнализм», используемым в учебных пособиях об истории журналистики. С одной стороны, есть объективная причина такой соотнесенности, поскольку персональный журнализм предполагал единоличное участие автора в создании и распространении своего продукта без посторонней помощи и достаточно долго был делом энтузиастов. Однако как исторический термин он актуален до середины XIX века, поэтому сейчас при смешении понятий будет допущена ошибка в трактовке авторской журналистики. Ее критерии сейчас в первую очередь связаны с творческой индивидуальностью журналиста, который намеренно, а не случайно, как это было в прошлом при условии практически полного отсутствия конкуренции, старается подчеркнуть особенность и отличие своего проекта от проектов других авторов в этой же нише. Творческая индивидуальность проявляется в:

- специфической манере написания текста;
- методе подачи информации;
- тематической ориентации;
- особенностях авторского восприятия окружающей действительности;
- выбираемой журналистом роли в материале [Левина, 2012].

Благодаря использованию автором всех перечисленных приемов реализации своей творческой индивидуальности, перед аудиторией формируется самобытный публицистический образ автора, которые может стать самоценным – здесь уместно будет вспомнить о таком явлении, как журналистика мнений, где очевидная субъективность не воспринимается как противоречие принципам журналистики. Способ мышление и мнение автора по определенным вопросам становятся важными для потенциального читателя или зрителя, которые «следят за его [автора] высказываниями и карьерой, являются активными почитателями таланта» [Футерман, 2016] и намеренно ищут именно его программу или канал, если речь идет о YouTube.

Кроме того, авторская деятельность напрямую связана с профессиональным самосовершенствованием журналиста. О.Ф. Олешко выдвигает два уровня. Первый основан на выдвигаемых временем условиях, которым должен подчиняться журналист, чтобы не потерять свой профессиональный успех. Автор приводит в пример теорию свободы прессы, основательно изменившую представление об актуальном содержании материалов. Второй уровень связан с ростом профессионального самосознания и намеренного стремления журналиста выйти на новую ступень мастерства и получить новый опыт, тем самым ломая профессиональные штампы и стереотипы [Олешко, 2003]. Если вернуться к YouTube-журналистике, то справедливо будет отметить, что переход журналистов на эту площадку может быть обусловлен сразу двумя уровнями профессионального самосовершенствования журналиста. Таким образом, журналисты оказались в YouTube сразу и из-за потребности аудитории этого времени в бесцензурной журналистике, и из-за необходимости выйти за пределы редакционной политики телеканала. Причем в этом контексте важна не жесткость требований как инструмент угнетения журналистов, а скорее их однообразность и четкий регламент, который может вызвать привыкание и творческий застой. Журналист может уйти в YouTube из-за желания творчески развиваться и опробовать свои силы в одиночку, без остального коллектива СМИ как «подушки безопасности».

Тем не менее, если говорить об авторской журналистике исключительно как о концентрации творчества, то могут возникнуть ложные впечатления, что в остальном журналистика объективна, суха и скучна на форму и подачу. Однако это, конечно, не так. Абсолютно объективной журналистики нет, ни намеренно, ни случайно. Даже маленькие новости формулируются человеком с собственным мышлением и мировоззрением – это тот самый пример цензуры внутри самой журналистики, внутри редакции. Главное же отличие авторской журналистики именно в наличии четкой и яркой позиции автора, которая хоть и доказывается с помощью

аргументов, но в целом несет субъективный характер [Смирнов, 2014]. В некоторых качественных материалах автор даже сам призывает желающих поспорить с его мнением, чтобы найти истину. Такая честность, однако, только вызывает одобрение у аудитории, ведь зачастую на проблемные и сложные вопросы, которыми любит задаваться журналистика, однозначных ответов нет. Поэтому авторская работа все равно остается ключевой и основной для журналиста, потому что именно в результате авторского подхода огромного количества талантливых сотрудников в повестке рождается та самая актуальная и социально важная информация – цель всей журналистики. Достижение этой цели способствует появлению актуальных прогрессивных мнений и, одновременно, вычленению достоверных фактов, отделению второстепенных проблем от наиболее острых – все это «содействует гармоничному развитию общества в целом и отдельного человека в частности» [Алевизаки, 2019].

Несмотря на то, что авторская журналистика иногда становится лишь элементом, этапом работы или достаточно расплывчатым явлением, можно назвать следующие, наиболее основополагающие ее черты:

- единоличное участие автора на протяжении всего цикла;
- четкая авторская позиция по вопросу;
- индивидуальные стилистические особенности (авторский стиль);
- нетривиальный подход к освещению темы;
- обратная связь с аудиторией [Коломина, 2007].

Таким образом, можно сделать вывод, что появление Интернета дало новый толчок к распространению авторских журналистских проектов, в том числе проектов на площадке YouTube, которые были приведены в пример в предыдущих параграфах данной работы. Несмотря на расплывчивость в терминологическом аспекте, такие проекты успешно существуют благодаря творческому потенциалу авторов, который вместе с тем не мешает использованию профессионального журналистского подхода. Субъективность не становится проблемой, а наоборот дает почву для

аналитики и размышлений. Поэтому увеличение количества авторских журналистских материалов в сети способствует как благоприятной циркуляции качественной и социально важной информации, так и развитию собственно самой журналистики.

Говоря о результате данного исследования, именно форма авторского проекта в качестве выпускной квалификационной работы способствует разносторонней проверке и подтверждению полученных выпускником знаний и навыков в области журналистики. Самостоятельная разработка и продюсирование проекта, его редакция, продвижение и распространение – тот комплекс навыков, показывающих полифункциональную готовность будущего специалиста [Мажура, 2017].

2 Реализация авторского телевизионного Интернет-проекта на социальную тематику

2.1 Выработка предварительной концепции журналистского проекта

Первостепенным в создании творческого проекта являлся формат – видеоролик, предназначенный для YouTube-площадки, выполненный по законам и принципам журналистики. Именно полученные в ходе создания такого проекта навыки и знания стали изначально целью работы, поэтому тематическое наполнение появилось позже и с учетом площадки реализации. YouTube-журналистика тяготеет к остросоциальным темам и откровенным, искренним разговорам, к которым не каждый зритель будет готов. Погружение ведущего в напряженную среду, а также личные амбиции и желание автора поработать с непростой социальной категорией людей, с которой он никогда ранее не сталкивался, а также получение соответствующих, в первую очередь, коммуникативных навыков, стали причиной выбора темы работы.

Между определением тематических особенностей выбранного проекта и дальнейшим развитием, связанным с обдумыванием идеи и оформлением концепции, прошел большой промежуток времени. За этот период удалось изучить теорию в рамках как более широких аспектов выбранной темы работы, например, социальной тематики в журналистике, так и более узких, требующих не только изучения накопленных научных знаний, но и просмотра готовых журналистских продуктов, аналогом которых должен стать будущий проект. Пристальное внимание к языку, стилю, приемам съемки и монтажа, а также к ведущим, их манере поведения в кадре дает представление о внешнем виде разрабатываемого проекта. Кроме того, интересным показались не только сходства, но и различия в продуктах, свидетельствующие об индивидуальном, авторском подходе каждого

журналиста к характеру своей программы, – это, прежде всего, образы ведущих, которые можно рассматривать в рамках архетипики. Например, Юрий Дудь выступает в роли славного парня, друга, Ксения Собчак напоминает строгого следователя, провокатора, а Ирина Шихман – психолога, тонко чувствующего историю своего героя. За этапом определения характера поведения каждого ведущего следует выбор собственной модели поведения и своего образа в кадре. В данном проекте, за счет специфики темы и самих героев – детей-сирот – показалось важным следовать примеру Ирины Шихман.

Следующим этапом важно было обозначить саму жанровую форму будущего проекта, даже в условиях слияния и размывания жанров в Интернет-журналистике, которая бы наиболее выгодно позволила раскрыть тему. Желание построить программу на основе нескольких интервью для освещения разных аспектов проблемы показало, что проект будет аналогом, так называемых Алексеем Пивоваровым, развернутых специальных репортажей, пришедших из телевизионной журналистики, а также иметь общие черты с телевизионными документальными фильмами, как определяет свои продукты, помимо интервью, Ирина Шихман. Наиболее привлекательными по форме и структуре показались фильмы «Черное небо в Красноярске: кто виноват и что делать?» (YouTube-канал «Редакция»), а также «SPORNая профессия» (YouTube-канал «А поговорить?..»).

Далее шел процесс выбора аспекта этой многогранной темы, а также формулировка идеи, которая должна была бы читаться зрителем, даже если бы в разговорах с героями не была произнесена конкретно. Просмотр документальных фильмов на тему сиротства, во-первых, знакомил с проблематикой, а во-вторых, давал представление об аспектах, которые уже были широко освещены, а, следовательно, не так остро нуждались в новом фильме. Так, например, документальный фильм «Мария» 2014 года, снятый для телеканала, рассказывает о предательстве детей их родителями – это самая популярная идея в данной теме. Другой фильм, снятый в 2020 году

студентами-журналистами мастерской «Медь» МПГУ для онлайн-площадки, рассказывает о стойком характере удочеренной девушки-сироты, которая пытается преодолеть свои детские травмы и добиться большого успеха, кровью и потом, в привлекательной для нее сфере – театральной. Фильм рассказывает о целеустремленности и силе человеческого духа несмотря ни на что. Еще один фильм 2020 года «Приемные дети и приемные семьи: что они говорят о нас с вами?», снятый YouTube-каналом «Редакция», о несовершенстве бюрократической системы Российской Федерации, связанной с процессом усыновления ребенка. Здесь социальная тематика пересекается с политической, так как рассматривается роль, преимущественно в негативном ключе, государственных институтов. Эти фильмы в целом отражают наиболее частые аспекты в теме сиротства, поэтому следовало найти другой, менее популярный идейный центр собственного творческого проекта.

В процессе рефлексии после просмотренных фильмов было принято решение сконцентрироваться на трудностях социализации детей после выхода из детского дома. Выбор главного героя был сделан в пользу ребенка-выпускника интерната, который вышел в большой мир, так и не найдя свою семью. Идея была сформулирована следующим образом: дети по разным причинам попадают в детский дом, и им приходится там взрослеть в достаточно изолированных условиях, система не способна успешно подготовить маленького человека к жизни за стенами детского дома, а он вынужден социализироваться самостоятельно. Поэтому ребенок не должен выпускаться из интерната, каждый должен найти свою семью, которая поможет ему справиться с переходом во взрослую жизнь.

Также была проработана проблематика и общая концепция фильма: история главного героя проходит как красная нить, а дополняют ее комментарии других героев, которые тоже участвуют в социализации детей и стараются положительно повлиять на будущее ребенка. Такими героями были выбраны наставник, психолог и родитель.

Было принято решение не нагружать фильм смежными историями, поэтому остальные герои интересны не с точки зрения их личной истории, а с точки зрения комментария на основе полученного ими опыта. Кроме того, на этом этапе были определены хронометраж (от 15 до 30 минут) и аудитория фильма: люди 25–50 лет, увлекающиеся просмотром журналистских материалов на YouTube-каналах, родительского или «около родительского» возраста, планирующие или воспитывающие детей, люди, которых интересуют вопросы семьи, и в целом они хотя бы раз задумывались о том, чтобы стать приемными родителями. Ограничение региональной повесткой присутствует, так как упоминается статистика Красноярского края, однако существенно не ограничивает круг потенциальных зрителей. В Приложении 1 можно увидеть рукописную версию концепции, которая впоследствии обсуждалась автором и научным руководителем.

Следующим этапом важно было прописать синопсис и предварительную структуру проекта, обозначить смысловое наполнение каждого интервью и его место в общей идее. Синопсис можно увидеть в Приложении 2. Его согласовывали с режиссером и оператором лаборатории «Телевидение СФУ» на предмет возможности реализации. Каждому герою приписывался круг тем, на которые он мог поговорить в рамках проекта, а также примерное место съемки, которое бы идейно и функционально подходило каждому интервьюируемому. Например, с наставником обсудить процесс взаимодействия с ребенком, задачи наставника и причину, по которой человек решается им стать.

После был этап согласования концепции с фондом «Счастливые дети», который согласился предоставить основных героев. Здесь случилась первая неприятная заминка: фонд по субъективным причинам перестал сотрудничать с программой наставничества, наставники отделились и образовали собственную организацию. Фонд категорически не готов был сотрудничать с наставниками и попросил не привлекать их в фильм. Для проекта это значило выключение одного важного элемента, влияющего на

социализацию ребенка. Поэтому было принято решение все-таки привлечь наставника, но сделать две версии фильма – одну неполную, для фонда по изначальной договоренности, а вторую – по синопсису, чтобы избежать неполноты в раскрытии темы журналистского материала. Кроме того, фонд предложил ввести двух новых персонажей: директора фонда, который в целом бы поговорил о современной системе помощи детям-сиротам, а также сотрудницу фонда, которая занимается собственным проектом – снимает небольшие фильмы про детей, у которых вопрос о семье стоит наиболее остро, то есть о подростках. Возможность попасть в детский дом и снять процесс создания таких фильмов, а также взаимодействие представителя фонда с детьми, их реакция на съемку, обсуждение важности подобных съемок и их результативности, – все это показалось привлекательной идеей, дополняющей содержание фильма.

Последний этап в разработке концепции заключался в том, чтобы окончательно прописать с оператором покрупный сценарий (кадроплан), обсудить специфику каждой съемки. Например, первый стендап ведущего было принято решение сделать стилизованным – среди пустых, потрескавшихся и унылых качелей, символизирующих непростое детство. А последний, наоборот, – вселяющий надежду на то, что еще можно все изменить. Готовый кадроплан представлен в Приложении 3.

Таким образом, подготовительный этап работы над проектом был проведен в течение двух недель. Наметки предстоящей практической работы были сделаны, пришлось столкнуться с первыми трудностями: желание фонда, главного связующего с героями звена, по собственным причинам изменить структуру проекта, однако пока удалось найти выход из ситуации. Далее следует непосредственный поиск героев, договоренности, подготовка к каждому интервью и взаимодействие с героями на съемочных площадках.

2.2 Подготовка и взаимодействие с основными героями журналистского проекта

В процессе разработки концепции было принято решение искать героев через официальное лицо – фонд помощи, чтобы избежать недопонимания героев и представителей учреждений (например, детских домов), которые могут быть связаны с надежностью и благой целью проекта. Кроме того, представлялось логичным сначала обсудить проблему со специалистами: психологом, сотрудниками фонда, прежде чем начинать работу с основным героем, чтобы глубже погрузиться в тонкости темы. Возможность поехать с сотрудницей фонда, автором фильмов в Емельяновский детский дом и сделать сразу две съемки – с сотрудницей и с психологом-практиком – показалась удобной и доступной. Самостоятельные договоренности автора данного проекта и психолога были успешными. Однако далее начались трудности.

Поддерживать связь с сотрудницей оказалось непросто, поскольку она редко отвечала на сообщения и телефонные звонки и имела очень плотный график. Часто звучала мысль, что детский дом пока не отвечает и не назначил конкретную дату съемки. После более чем недели ожидания и отсутствия четких сроков было принято решение двигаться дальше и снимать других доступных героев, пока в этой съемке висит пауза, поскольку отказа так и не было. Тем временем фонд, обратившись в несколько смежных организаций через свои контакты, нашел единственную героиню, которая согласилась поучаствовать. Ею стала девушка 24 лет Ирина, выпускница детского дома и молодая незамужняя мама, но с ней автор приняла решение пока все же отложить связь, пока не случится разговора с каким-либо героем-специалистом.

Параллельно, пока ожидался ответ от Емельяновского детского дома, планировалась съемка с директором фонда. С ней было принято решение поговорить в целом о системе помощи ребенку при взрослении и подготовке

его к взрослой самостоятельной жизни: о ее эффективности, проблемах и результатах. Директор, заинтересованная в проекте и заранее предупрежденная об основной теме интервью с ней, поделилась общими фактами работы конкретно в фонде и, в целом, в системе, а также собственными впечатлениями и суждениями. Съемка прошла в течение 30 минут и практически не требовала наводящих вопросов от ведущего, поскольку герой точно чувствовал цель интервью и сам строил повествование. После небольшой рефлексии над интервью автором была обнаружена формальность некоторых вопросов, которые при наличии менее яркого и активного героя могли бы не в полной мере раскрыть суть данного блока. Если бы герой не был включен в процесс создания проекта и заранее не осведомлен о цели и задачах этого интервью как части проекта, был бы большой риск уйти в формальную и скучную экспертность, почти лишенную практической ценности. Вопросы можно увидеть в Приложении 4. Кроме того, поскольку телефон был задействован в съемках и возможности пользоваться им как «шпаргалкой» во время интервью не было, было принято решение использовать блокнот с написанными от руки вопросами как некоторый символический, художественный образ – личный дневник, куда люди записывают важные для них вещи. Подобной важностью в проекте предлагается наделить и выбранную тему. Ненавязчивый образ позволяет приблизиться к документальному кино, где как раз используются художественные приемы для подачи скрытых смыслов или дополнения общей атмосферы.

В это же время были активные попытки найти героя-психолога – еще одного эксперта, без которого конечный фильм меньше бы напоминал журналистский продукт. Через фонды удалось выяснить, что наиболее компетентные и уважаемые специалисты работают в частном детском доме имени Совмена. С психологом удалось связаться и договориться о съемке, однако через несколько дней она сообщила, что администрация против съемок и сейчас не готова пускать никого в учреждение из-за

эпидемиологических условий. На следующий день автор сделал несколько телефонных звонков в попытке уговорить лично, но успеха не принесло. Даже от предложения приехать на студию СФУ психолог отказалась, вероятно, под давлением администрации. Далее последовали быстрые поиски другого специалиста, но детские дома не шли на контакт, а с самими психологами связаться не давали. Принято было решение лично зайти в детский дом №1 на улице Вавилова. При личной встрече с психологом удалось предварительно поговорить и назначить дату съемки. Никаких требований по поводу документации и официальных бумаг не было, как обещала по телефону приемная.

Параллельной задачей была связь с наставником. Через другую организацию удалось найти мужчину-наставника, который готов поделиться своими впечатлениями и мыслями о подростках детских домов, об их подготовленности к взрослой жизни и участии наставников в этом процессе. Обговаривалось, что наставник возьмет с собой на съемку своего подопечного и, помимо самого интервью, будет снят лайв про взаимоотношения героев. Вопросов к ребенку не предполагалось. Однако в последний момент, герой пришел на съемку без ребенка, который, по его словам, испугался журналистов, и попросил отложить на неопределенный срок, так как подопечный еще и уезжает. Вместе с оператором было принято решение согласиться, поскольку даже если ребенок все-таки не согласится участвовать, можно в любой момент снять одного наставника. С точки зрения картинки фильм, конечно, потеряет разнообразие, но и возможности постоянно ждать героев у автора быть не может.

Кроме того, удалось договориться с главной героиней заранее, чтобы просто увидеть друг друга, обсудить, хоть что-то узнать о ней как о человеке, прежде чем снимать. Встреча удачно перенеслась прямо к ней домой, где автору можно было присмотреться к месту будущей съемки, найти заранее вещи, которые можно поднять в квартире. Также получилось выяснить, настроена ли она открыто говорить о своем прошлом до детского дома и о

настоящих проблемах, связанных с ранним материнством в одиночку. Героиня рассказала о своей мечте – увидеть закат в заповеднике Столбы, которую сейчас не удастся осуществить из-за маленького ребенка, а также о своей любимой, но редкой книге, которой однажды она лишилась. С оператором обсудили вопрос о реальности такой съемки-сюрприза, где можно как раз подарить ей ее любимую книгу в качестве памятного сувенира, символа и красивого жеста. Этим поворотом можно было бы завершить фильм и, таким образом, закольцевать композицию – мечта, озвученная в начале, претворилась в жизнь. Так история внушала бы не только тоску и грусть от современных проблем, но и надежду. Идея была утверждена, и оператор лично через свои связи договаривался с пресс-службой заповедника.

Однако назначенные съемки с главной героиней встали под угрозу, поскольку девушка в последний момент написала, что приболела, и больше не выходила на связь. Складывалось ощущение, что она передумала участвовать. Начался спешный поиск нового героя, поскольку без центральной сюжетной линии маленькие разрозненные интервью эпизодических героев могут не сложиться в цельный фильм. Путем «сарафанного радио», а не официальных организаций, удалось найти другую героиню Ксению, которая сама открыто вышла на связь. Без дополнительных встреч было принято решение как можно быстрее провести интервью, чтобы не столкнуться с новыми отсрочками.

Договоренность с новой героиней совпала с вмешательством фонда в решение первой девушки: через несколько дней она снова вышла на связь и поддержала сотрудничество, скорее всего после разговора с представителем организации. Было принято быстрое решение не рисковать и снять двух героинь, потому что уверенность, что обе все-таки выполнят обещание, уже пропала. Таким образом, нарушался скелет в структуре проекта – вместо одной центральной истории планировалось сделать переплетение из двух по той же блоковой системе вопросов. Более того, возможность как можно

скорее снять обеих девушек привела к тому, чтобы сделать обе съемки в один день друг за другом. Все больше появлялась цель просто набрать материала, не концентрироваться на изначальной структуре, а потом уже приступить к компоновке видеоисходника.

По странному стечению обстоятельств, которые снова усложнили процесс съемок и хрупкой структуры, Ксения за два дня до съемок сообщила, что сломала ногу и даже по квартире передвигается достаточно ограничено. Но в целом от участия не отказывается и все еще готова дать интервью в своем доме. Несмотря на возникшие препятствия для динамичной «картинки» в конечном фильме, автор и оператор не стали отказываться.

Съемки состоялись в первой половине дня с Ксенией, а во второй половине дня – с Ириной. Несмотря на то, что вопросы в блоках были почти идентичными, были собраны две разных истории, хоть и с похожим ядром – выпускницы детского дома.

Так как со второй героиней знакомство случилось в процессе съемки и информации о ней и ее истории было мало, интервью получилось большое, на два с лишним часа, поскольку требовалось услышать разные аспекты ее жизни и понять, что может пригодиться, а что нет. Самый большой и насыщенный блок получился о ее истории до детского дома, которая изначально не должна была занимать много места в работе, где главный проблемный вопрос (по первоначальной задумке) не в том, что дети попали в детский дом, а в том, что они выпустились из него. Также, в последующей рефлексии над интервью оказалось, что очень важно рассказать зрителю, как у героини сложился такой волевой характер. Девушка получилась яркой, открытой, не лишенной доброты к этому миру, но и прямолинейной, целеустремленной, серьезной по отношению к будущему. В этой центральной истории получилось сделать акцент на теме «человек и образование, карьера, самореализация».

Второе интервью, несмотря на то, что с героиней уже была встреча и ее история и характер не были сюрпризом, как в случае с другой героиней,

оказалось сложнее, по субъективному ощущению автора. Во-первых, второе большое интервью на непростую тему подряд за один раз – это достаточно тяжело физически и морально для автора и оператора. Во-вторых, сама девушка скромная, закрытая, ее защитная реакция – это нервная улыбка, даже когда речь идет о страшных и тяжелых вещах. О своей истории до детского дома, куда она попала совсем маленьким ребенком, помнит крайне мало и делится этим неохотно. Поэтому акцент был сделан на ее личную жизнь – жизнь молодой матери-одиночки. Сам факт выбора партнера показался одним из примеров плохой социализации ребенка, девочки, которая очень легкомысленно и необдуманно положила на человека, не способного с самого начала стать надежным партнером и отцом ребенку. Очевидно, что не только выпускницы детских домов становятся матерями-одиночками, но важно, что они с большей вероятностью могут столкнуться с такими проблемами из-за отсутствия заложенных ориентиров при выборе человека, важных семейных примеров, прямых и интуитивных напутствий, завуалированных или откровенных разговоров с родителями, которые случаются в семье. И в целом легкое и неосознанное отношение к решению все-таки стать мамой, по субъективному ощущению автора. Ответы на вопросы о будущем у девушки часто были связаны с семьей, решительным мужем, который возьмет все в свои руки, и тихим домашним очагом. Таким образом, в данном интервью сделан акцент на человеке и его личной жизни, семейных ценностях, что, с одной стороны, контрастирует с первой центральной историей, а с другой – дополняет ее в контексте широкого спектра смыслов жизни для человека.

После съемки героиня согласилась на еще одну, как и планировалось, в заповеднике «Столбы». Естественно, локация была не раскрыта, чтобы сохранить хотя бы часть живых эмоций от прибытия на место. Однако автор принял решение задать несколько вопросов из последнего блока, на случай если съемка на природе не состоится, чтобы завершенность у фильма сохранилась. Через некоторое время в процессе договоренностей с пресс-

службой «Столбов» выяснилось, что героиня легла в больницу с ребенком. Съёмки снова переносились на неопределенный срок. В итоге в заповеднике снять оказалось невозможным, поскольку рабочий день персонала заканчивается раньше, чем необходимое нам закатное время. Организация не пошла навстречу, несмотря на то, что необходимые документы с официальным запросом подписаны были. Съёмки наметились в другом живописном месте города – Красивый берег.

Параллельно фонд смог договориться с Емельяновским детским домом на съёмку с детьми. Сотрудница фонда, которая снимает о детях фильмы и видео-анкеты, озвучила единственную дату и время, без выбора. Съёмки снова подвергались срыву, но оператор одобрил дату. Помимо стандартного интервью, в детском доме удалось сделать подсъёмки работы героини на собственной площадке и с ребенком, что разбавило статичную картинку.

Съёмке с психологом тоже предшествовал разговор автора с директором фонда, который заинтересовался вопросами к интервью. После долгого обсуждения директор одобрил вопросы и дал добро на съёмку своего сотрудника, но в присутствии его непосредственного начальника – заведующей по воспитательной работе. Сотрудница не мешала ходу интервью, но скованность героя ощущалась, поскольку он чувствовал контроль. За кадром, а также на этапе подсъёмок, когда сотрудница ушла, удалось взять более свободный комментарий героя.

Интервью с наставником случилось без ребенка, поскольку он так и не решился на съёмку, несмотря на то, что разрешение от директора детского дома было получено заранее. Это факт тоже внес незначительные коррективы в конечную версию проекта, однако, свою роль по приданию материалу не только тяжелой и грустной атмосферы, но и светлой и обнадеживающей эпизод должен будет выполнить: разговор получился легкий и с добрым посылом.

В целом данный этап подготовки и обсуждения съёмок показался самым трудным и энергетически затратным, поскольку опирался на

ответственность и лояльность других людей, чего не всегда можно ожидать. Данный этап полностью отражает специфику профессии журналиста по сбору информации и тренирует такие качества, как самоорганизация, целеустремленность, твердость, настойчивость и одновременно гибкость в общении с героями и поиске новых персонажей в случае отказа. Присущая профессиональному журналисту стрессоустойчивость также в большей степени проявляется именно на данном этапе работы.

2.3 Разработка и корректировка черновой версии проекта

Написание готовой структуры невозможно без предварительной расшифровки каждого интервью и, следовательно, избирательного подхода к информации, данной героями. Большинство интервью получились значительно больше, чем планировались заранее, поскольку многие герои оказались эмоциональными, а также автор заведомо мало знал о каждом из них, поэтому количество вопросов в момент каждого разговора увеличивался в поисках новых неожиданных поворотов. Так, например, изначально не планировалось широко освещать жизнь главных героинь до детского дома, однако в процессе интервью с героиней Ксенией оказалось, что это слишком широкая тема, которая затрагивается в любом из последующих блоков. Поэтому даже со значительными сокращениями этот блок все равно оставался объемным и несколько выбивался из изначальной структуры.

Поскольку съемки по независящим от автора причинам постоянно затягивались, практически каждое интервью претерпело изменение в дате по первой договоренности, а некоторые откладывались примерно на месяц, расшифровка и частичное написание монтажного листа происходили в период продолжающихся съемок. Комфортно это было с точки зрения того, что с главными героинями съемки случились раньше, чем с остальными эпизодическими персонажами, которые выбраны с целью дополнять и пояснять историю или отдельные повороты. Поэтому автор, имея

представление о том, что уже есть в главных историях, что уже расшифровано, отобрано и осмыслено, формулировал вопросы эпизодическим персонажам. Например, разговор с психологом представлял не только общие вопросы в целом о психологии, но и о конкретном опыте, который в том числе получили выбранные для проекта героини.

С одной стороны, в предыдущем параграфе была описана мысль, что оставить главных героинь на последние съемки логично, так как позволяет лучше погрузиться в специфику проблемы, чтобы общение с представителями выбранной социальной категорий, детей-сирот, случилось более эффективным и без лишних глупых ошибок. Однако логичное с точки зрения съемок решение оказалось менее логичным с точки зрения последующего монтажа и структуры, поскольку она основана на центральных историях, которые ведут сюжет, а дополнительные герои только подстраиваются под разговор. Таким образом, если бы центральные истории были собраны позже, а эпизодические набраны в отрыве от общего сюжета, был бы риск сделать не цельный, а мозаичный проект, где каждый элемент самостоятелен и не сочетается с ходом мысли. Автор уверен, что успешным было все-таки в первых съемках сделать главные истории, хотя это решение было принято не добровольно, а вынужденно, так как, как уже было описано, съемки постоянно срывались.

Расшифровка и монтажный лист начались с главных героев. Самые большие и центральные истории должны давать толчок мысли и создавать структуру.

Непростым показалось работать с речью героев. На момент съемок были видны проблемы в формулировке мысли, но, когда начался этап монтажа, это оказалось еще более весомым. Речь героинь не лишена эмоций и впечатлений, что привлекает зрителя, подкупает искренностью, подчеркивает драматизм или, наоборот, комизм обсуждаемой истории. Однако перенасыщение эмоциями, а также индивидуальные особенности построения речи часто затрудняли понимание сути, увеличивали время ее

высказывания. Отсюда монтаж с одной стороны упирался в проблему громоздкости мысли, в которой присутствуют семантически не нужные конструкции: вводные слова, междометия, повторы, оговорки и так далее, а с другой – проблема слишком большого количества врезок, из-за чего речь получается фрагментарной, а не цельной, картинка часто скачет, чтобы смягчить переходы.

Трудно сказать, как известные телевизионные и YouTube-журналисты справляются с речью своих героев. Возможно, упор изначально идет на выбор грамотного героя со складной разговорной речью. Вероятно, даже увлекательное содержание иногда не в приоритете, поскольку какая бы интересная история у героя не была, плохой рассказ может ее испортить – зритель может выключить программу.

По этому поводу весной 2021 года в сети появился комментарий популярного блоггера Ивана Рудского (под ником Ивангай) про его интервью у «вДудя». Журналист за месяц до реакции героя поделился интервью с ним на своем канале. Блоггер указал, что в монтаже автор вырезал важный для всего разговора месседж – об отношениях России и Украины, отразившихся на личной истории героя. Юрий Дудь ответил в своем Telegram-канале, что иногда даже интересное может быть сказано настолько несвязно, что очень сложно и понять, и слушать, потому фрагмент подвергся монтажу. Таким образом, речь играет важную роль в живом интервью. Возможно, профессиональные журналисты изначально не берутся работать с героями, которые с трудом выражают свою мысль. В данном проекте при учете специфики темы и сложностей в поиске героев выбора практически не было, хотя изначально в процессе договоренности с фондом подчеркивалось, что грамотная и связная речь – тоже важный критерий.

Работа над картинкой будущего фильма тоже была непростой, поскольку автор проекта не занимался монтажом и большой упор делал на содержательную часть. Возникали и с оператором, и с монтажером споры по поводу статичности картинки – огромное количество сидячих интервью и

мало планов, за которые может зацепиться глаз зрителя. Однако важно понимать, что YouTube и стал популярен в пространстве журналистики в том числе благодаря длинным разговорам, лишь иногда разбавляемым динамикой и сменой локации. Поскольку героев в проекте предполагалось много, а соответственно локаций для съемок тоже, то статичность должна была несколько подрываться. Однако стоит учитывать, что даже локации у героев были похожи: у главных героинь – это однокомнатные съемные квартиры, где трудно сделать много разнообразных подсъежек, а у сотрудников организаций, например директора фонда или психолога детского дома, локация представляет собой рабочий кабинет.

Таким образом, собранные материалы были не богаты разнообразными подсъежками. За исключением интервью в детских домах, где удалось сделать общие планы детского дома и ими разбавить статичную картинку интервью с психологом. Интервью с главной героиней Ксенией, которая на момент съемок была со сломанной ногой, а, следовательно, ограничена в движениях и перемещениях, получилось достаточно бедным на разнообразную «картинку». В основном статичные планы, а также мелкие подъемки ее быта составили исходники для монтажа.

А вот с героиней Ириной планы удалось сделать живее за счет нового маленького героя – дочери Златы, которая тоже была в кадре и разбавляла длинный крупный план матери, а также за счет похода на улицу и съемки на детской площадке. Несмотря на то, что интервью и содержательно было наполненным, удалось сохранить динамику картинки.

Интервью с наставником в общий хронометраж не вошло по нескольким причинам. Во-первых, технически звук был низкого качества, поскольку снимался эпизод в кофейне в плохую погоду. Изначально автор понимал, что съемка в не закрытой для посещения кофейне с гостями и звуками кофейных приборов – неудачная идея, однако невозможность оттягивать съемку и плохая погода не позволили выбрать другое место. На записи слышно много посторонних звуков, которые иногда даже перебивали

разговор ведущего и героя. Во-вторых, интервью хоть и получилось теплым и душевным, сам разговор был о мальчике из детского дома, о его характере и отношениях с наставником, но самого ребенка в кадре не было. Интервью выглядело некорректно и нелогично, напоминая разговор «за спиной» или об усопшем, что совершенно неприемлемо для качественного журналистского продукта. В-третьих, по сравнению с другими эпизодическими героями, у которых интервью в монтаже не превышало 5 минут хронометража, у наставника оно получалось больше, как автор не старался вырезать только нужные моменты. Основное отличие в том, что другие эпизодические герои – это эксперты, которые так или иначе говорят о проблеме, а наставник и его ребенок – это полноценная история, которая не вписывается в просто мнение. Поэтому слишком обрезанная съемка выходила бессмысленной и пустой, а цельная превращала бы наставника в нового главного героя. Это бы опять нарушало концепцию. Было принято трудное решение не использовать это интервью в фильме, потому что оно по нескольким причинам ломало логику повествования и отягощало фильм новыми сюжетными линиями. Поэтому из 6 съемок в монтаж вошли только 5.

В целом монтажный лист автора в основном содержательно передавал задумку фильма. С точки зрения кадров и планов инициатива была отдана монтажнику, но, тем не менее, пометки автора в монтажном листе относительно желаемой картинки или выбора стоп-кадра, необходимого для титра, присутствовали. Более того, автор на момент монтажа находился рядом с монтажником, и обсуждение даже незначительных вопросов друг к другу происходило лично и за рабочим столом. Наиболее дискуссионные вопросы были по поводу однообразной картинки интервью, что не устраивало монтажника как профессионала в области телевизионной журналистики. Однако автор настаивал на приемлемости данного формата, который будет реализован на площадке YouTube. Именно там аудитория будет готова к долгому разговору героя и ведущего, что в том числе отличает

Интернет-площадку от телевидения, как было описано во втором параграфе первой главы.

Выбор сопровождающей музыки тоже оказался сложным решением, поскольку использование чужих композиций в своих роликах на YouTube воспрещается ввиду авторских прав. Площадка строго следит за соблюдением этих правил. Профессиональные журналисты, как правило, нанимают музыкантов, чтобы они записали оригинальные композиции для сюжета, либо выкупают авторские права. Так же дело обстоит и с заставочным видео в начале каждой программы – всем известно, что песню для «вДудя», которая играет в начале, а также в перебивках, записала самостоятельная группа.

В данном фильме музыкой принято было не злоупотреблять, поскольку ввиду бюджета проекта нет возможности создавать собственные композиции. Музыкальное сопровождение предлагалось режиссером видеомонтажа и согласовывалась с автором проекта.

Фоновая заставка представляет собой, с одной стороны, нарезку из наиболее интригующих коротких фраз из историй героев, которые обрисуют для зрителя основные темы фильма, а с другой – краткий анонс о героях, которые будут участвовать в фильме, чтобы зритель понимал широту и проблематику темы, а не воспринимал фильм как интервью-историю.

Таким образом, черновой вариант проекта представляет собой синтез изначальной структуры, описанной на бумаге, и готового материала, на который повлияли внешние условия. Возможность все-таки соблюсти идею фильма – центральная история с эпизодическими вставками – оказалась осуществленной, хоть и конечная версия предполагает две истории, взаимодополняющие друг друга. Также частично поменялся порядок второстепенных героев и их привязка к определенной части сюжета, что в целом ожидалось перед началом съемки. Некоторые задумки так и не были осуществлены, например, герой-родитель, поскольку в процессе съемок стало очевидно, что семейная тема будет выбиваться из общего контекста

истории о детях без родителей. Кроме того, было принято решение не отягощать фильм героями. Также экспертом от лица фондов помощи, которые должна была представлять сотрудница-автор фильмов о детях (тем не менее, она осталась в кадре, но с другой целью), стал директор, который дал собственный комментарий о ситуации с социализацией детей в детском доме. Новый фрагмент представляет теоретическое осмысление проблемы специалистом после значительного практического опыта и подчеркивает главную идею фильма – дети должны попадать в семью, а не в большой мир.

В целом, можно сказать, что, несмотря на небольшие изменения, возникшие в момент практической реализации задумки, концепция осталась прежней, даже с корректировкой скелета проекта.

2.4 Рефлексия по поводу результатов проделанной работы над авторским телевизионным Интернет-проектом на социальную тематику

Несмотря на то, что выбранный формат – журналистский проект для площадки YouTube изначально предполагает более свободную и неформальную подачу материала, по мнению экспертов, чьи работы подверглись осмыслению и анализу в теоретической главе, освобождение от классических телевизионных рамок в виде хронометража, жестких форматных признаков, цензуры канала и так далее, не делает проект более легким и профессионально непригодным. В процессе подготовки к каждому интервью и на момент проведения важно было придерживаться принципов журналистики, а именно: принцип гуманизма, принцип объективности, принцип правдивости, принцип верности собственным принципам, принцип разделения факта и мнения и так далее, поскольку даже в авторском проекте журналистика не должна подавляться творчеством и амбициями автора. Даже выбранная площадка для проекта предполагала длительную и основательную проработку концепции будущего продукта, выстраивание общей структуры и структуры каждого интервью в отдельности до начала

поиска героев, чтобы, во-первых, знать, зачем и почему важно делать каждый эпизод, какое место он занимает в композиции и какие цели осуществляет, а во-вторых, чтобы облегчить дальнейшую работу с исходниками. Другой метод работы привел бы к разрозненности набранных интервью.

Чтобы фильм соответствовал формату, принятому на YouTube, важно было еще на первых этапах продумать воплощение пунктов, описанных в теоретической главе, о контенте площадки. Таким образом, в фильме присутствует:

- Аннотация к сюжету, представляющая собой нарезку цитат, динамично сменяющих друг друга, до 1 минуты, которые обозначают проблемные поля темы, а также представляют участников «беседы» для зрителя.

- Трансформация титров. Титры были наложены в задуманном автором стиле на героев, а также были использованы ники в социальных сетях (Инстаграм) для фонда «Счастливые дети» и для Телевидения СФУ. На ведущего тоже было принято решения сделать титр, поскольку, в отличие от известных YouTube-журналистов, автор не знаком широкой аудитории, а его имя как собеседника не называется.

- Язык фильма остался относительно свободным, с главными героями сохранились обращение на «ты» и сленговые фразы, однако с экспертами было решено держаться строже, так как они представляют официальные организации. Нецензурная лексика не допускалась, что было обговорено заранее с каждым героем.

- Динамичный кадр. На протяжении всей съемки использовался телефон, чтобы разбавить статичные кадры каждого интервью, а также добавить нового плана съемки. Кроме того, ведущая сама делала отдельные эпизоды на телефон.

- «Живое» интервью. Разговор с главными героями, как и в популярных YouTube-форматах у журналистов, начинался с неформальной беседы о том, кто он такой сейчас, что ему интересно, шутки и легкие темы

для «разогрева», чтобы не погружать зрителя сразу в сложную тему. Подобное обычно происходит за кадром у телевизионщиков и делается в первую очередь для того, чтобы герой почувствовал себя комфортнее. В YouTube-фильме такой прием используется для погружения зрителя в атмосферу жизни героя.

– Динамичный монтаж. Поскольку в процессе интервью трудно определить на момент съемки, какие его части войдут в основной монтаж, трудно спланировать заранее всех переходы. Но это удалось сделать в первом стендапе, в котором ведущий обозначает тему фильма. Проработанные для монтажа заранее переходы, сочетающиеся с текстом, оживляют картинку одного плана.

– Внешний вид. Образ ведущего зависел от героев, с которыми велась беседа: если с экспертами преобладали более строгие тона, фасоны и прически в виде косы, то с главными героями предпочтение отдавалось удобному стилю кофт и футболок с распущенными или собранными в хвост волосами. Для героинь не было условий, поэтому они тоже сохранили неформальность внешнего вида.

В целом приемы YouTube использовались по мере возможностей техники и профессионализма команды. Перед каждым из сотрудников была поставлена четкая задача – соответствовать диджитал-формату.

В ходе создания проекта автором были сделаны некоторые недочеты, которые хоть и не помешали воплощению идеи, но затруднили процесс и отложили время завершения работы. Такими недочетами были, во-первых, неграмотная работа со временем. Автор наивно предположил, что полтора месяца будет достаточно для практической части данной работы. Однако этап договоренностей и поиска героев затянулся более чем на предусмотренный срок. Найти контакт с героем и комфортную дату съемок оказалось самым трудным, долгим и энергетически затратным периодом в создании всего проекта. Частые срывы и переносы встреч, а также отказы или размытые согласия героев произвели главный тормозной эффект для

всей работы, поскольку без него дальнейшие этапы реализации оказались невозможны и смежных ему, которыми мог бы заняться автор, чтобы уменьшить конечный объем работы, не было. Несмотря на независимые от автора решения отдельных состоявшихся и несостоявшихся героев, ответственность за результат все равно остается на авторе, ведь невозможность найти выход из сложившейся ситуации в отношениях с героями сказывается на степени профессионализма журналиста.

Еще один недочет связан с приписываемой героям мотивации для участия в проекте. Желание у автора сделать хороший социально важный продукт переросло в уверенность в том, что люди, которых касается эта проблема, с охотой будут идти на контакт, что частично не подтвердилось. Даже прямое отношение к этой теме, например, главной героини Ирины не вызывало у нее искреннего и ярого стремления поучаствовать. Напротив, героиня Ксения сама вышла на контакт и с интересом отнеслась к проекту. Тем не менее, автор сделал вывод, что даже информационная помощь в решении социальной проблемы не всегда встречается героями с энтузиазмом, и на это нужно делать акцент в следующих работах, а, следовательно, откладывать на договоренности больше времени.

Если говорить о недочетах на съемках, то важно подчеркнуть, что работа журналиста, даже при такой сложной и широкой теме, не заключается в разговоре «обо всем». Умение автора задавать сиюминутные, возникшие в процессе разговора вопросы для раскрытия героя и в целях попытки найти новые повороты в сюжете не должны превращаться в длинную и неограниченную беседу. В этом случае возникает сразу несколько проблем: это и неоправданные затраты ресурсов оператора на месте съемки, и неоправданные ресурсы журналиста, который в дальнейшем обрабатывает и отбирает необходимый материал для монтажа. Поэтому степень профессионализма также выражена в умении найти грань между лишними и действительно необходимыми вопросами. Кроме того, даже площадка YouTube, несмотря на практически неограниченный хронометраж, не терпит

чрезмерной насыщенности материала фактами, историями, смешными моментами или подробностями. На этапе монтажа это тоже приобретает важность, поскольку необходимо учитывать значимость каждого выбранного эпизода в структуре и идее проекта, и если он лишний или отклоняется от сюжета, жертвовать им, несмотря на его уникальность, информативность, богатство картинки и прочее. Свободный хронометраж фильма не должен вмещать в себя все, что покажется интересным для зрителя.

Кроме того, автор участвовал в съемках не только как ведущий, но и как оператор. Поскольку в динамичных эпизодах тоже было необходимо несколько планов и возможностей одного оператора не хватало, автор делал собственные подсьемки на телефон, при этом находясь в кадре и ведя диалог с героем. Такое решение оправдано отсутствием необходимых ресурсов, но не представляется хорошим подходом к работе. Журналисту приходилось одновременно вести непринужденный диалог, держать в голове идею и цель каждого эпизода, а также следить за картинкой на камере. Это, безусловно, не могло не повлиять на качество каждого вида работы. Также важно отметить, что подобный прием затрудняет контакт с героем: он видит перед собой камеру, которая может его смутить и стеснить, а также бегающий к камере взгляд собеседника. Все это нарушает непринужденность диалога, создает дополнительный барьер в разговоре, хотя ни один из героев не высказал свои недовольства. Таким образом, кажется важным, что на рабочей площадке каждый должен выполнять свой функционал: оператор – по картинке, журналист – по содержанию. Однако Интернет-площадка, предполагающая многоплановость и динамичную съемку (в том числе камеру в руках ведущего), несмотря на ограниченный бюджет проекта, подтолкнула к такому методу сбора информации.

Не только недочеты, но и достоинства в проделанной работе над продуктом можно заметить на этапе рефлексии. Автор достаточно гибко и требовательно подходил к договоренностям с героями, и в случае отказа приступал к поискам нового, пытаясь максимально компенсировать

потраченное на ожидание время. Вежливость, эмпатия и готовность идти на компромиссы неоднократно подчеркивалась героями, а выбор темы и ее сложность высоко оценивались участниками команды и фондами.

Если говорить о работе в команде, журналист, оператор и монтажер должны иметь полностью идентичные представления о конечном фильме, чтобы избежать неточностей, недоговоренностей и противоречий на каждом этапе. Необходимо подчеркнуть важность случившегося до съемок длинного разговора о задумке, реализации, формате, мелких, но нужных подробностей, касающихся как формы, так и содержания, чтобы добиться конечной цельности фильма. Этот разговор помог не только наладить коннект между участниками команды, но и с разных сторон рассмотреть возможности создания. Вычленил и избавился от не совместимых с реальностью методов и приемов, вложенных в идею, а также получил нужные от профессионалов советы и рекомендации не только по их блокам, но и в целом по поэтапной реализации проекта.

Значение поиска героев не только через официальные инстанции (фонды), но и через собственные каналы – «сарафанное радио», несмотря на то, чтобы было осмысленно не сразу, все-таки положительно повлияло на время работы над проектом и содержание. Автор смог вовремя приступить к параллельному поиску героев, чтобы снизить степень зависимости своего успеха от внешних факторов.

Работа в камере, которая до этапа договоренностей, представлялась наиболее сложным видом работ, в целом может быть оценена положительно, так как в каждом эпизоде с новым героем автор выбирал свою роль и старался ей следовать. Это, например, молчаливый слушатель и даже ученик, готовый внимать важную информацию, на съемках с директором фонда и психологом. Или активный собеседник и друг – с главными героинями. Ведущий старался найти грань между весом героя в кадре, его значением для фильма, и собственным участием как автора именно YouTube-программы.

На этапе написания монтажного листа тоже можно увидеть профессиональный рост автора в сравнении с предыдущими работами: в данном проекте удалось максимально безжалостно и непредвзято отбирать эпизоды для конечной версии. Жертвование какими-то понравившимися кадрами или сюжетными поворотами не чувствовалось так болезненно, поскольку всегда ценность каждого сказанного героем предложения измерялась необходимостью для общей идеи и концепции. Если эпизод не отвечал выбранной цели, он вырезался.

Таким образом, создание проекта представляло сложную и многоэтапную работу, в которой были задействованы несколько профессиональных участников команды, а также целый ряд героев, отвечающих тематике проекта. Несмотря на определенные трудности, ожидаемые или неожиданные автором, зависящие от степени его профессионализма или от внешних непредсказуемых факторов, проект все же оказался выполненным в заданные сроки. Приобретенные теоретические знания при подготовке к реализации, а также практические навыки были переосмыслены автором беспристрастно и непредвзято, чтобы последующие шаги в профессиональной деятельности были более детально продуманы и успешно выполнены с меньшими недочетами и потерями.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе была рассмотрена платформа YouTube как одна из новых актуальных площадок для телевизионных журналистов. Изучение рейтингов Интернет-платформы, а также источников, описывающих принципы функционирования YouTube и характер журналистского контента, востребованного данной аудиторией, позволили теоретически осмыслить этапы планирования и разработки собственного авторского проекта.

Был выявлен ряд отличительных форматных признаков YouTube-программы, касающихся:

- Аннотации к сюжету;
- трансформации титров;
- языка диджитал-журналистики;
- динамики внутри кадра;
- «живых» интервью;
- динамичного монтажа;
- названия материала;
- внешнего вида ведущего.

Стоит отметить, что журналисты YouTube-площадки по-прежнему руководствуются общими журналистскими принципами, которые в том числе приобщают их к данному профессиональному сообществу, а именно:

- принцип гуманизма;
- принцип объективности;
- принцип правдивости;
- принцип верности собственным принципам;
- принцип использования сведений 5 типов – «5W»;
- принцип разделения исходного сведения и авторского комментария (факт и мнение);
- принцип патриотизма;

– принцип демократизма.

На основе полученных теоретических знаний удалось создать собственный уникальный проект на базе лаборатории «Телевидения СФУ», который отвечает одновременно требованиям журналистского материала и специфике контента выбранной платформы. Продюсирование представляло собой выбор и проработку социально важной темы – социализация детей-сирот; формулировку основной идеи проекта, а именно: дети не должны выпускаться из детского дома и самостоятельно проходить период адаптации к внешнему миру, в одиночку сталкиваясь с трудностями взрослой жизни. Также на этом этапе произошла разработка концепции и первоначальной структуры будущего фильма. Затем на этапе поиска героев и договоренности удалось получить журналистские навыки профессиональной коммуникации, сочетающиеся с четким определением сроков (дедлайнов) и их соблюдением, а также столкнуться с первыми трудностями и ошибками, характерными для профессии. В процессе сбора информации основным журналистским методом было интервьюирование, которое было проведено с каждым из 6 героев, 5 из которых попали в пилотный авторский выпуск программы.

В момент расшифровки интервью и корректировки первоначальной структуры проекта возникли трудности с оформлением набранных видеоисходников в целостный фильм с грамотными и логичными переходами. Написание монтажного листа представлялось самым ответственным и трудоемким этапом в разработке проекта, поскольку сочетало в себе сохранение изначального идейного и структурного «скелета» и использование результатов проделанной журналисткой работы по сбору и обработке информации.

Таким образом, готовый смонтированный фильм был опубликован на YouTube-канале ТВ СФУ, после чего произведена рефлексия относительно опыта создания авторского телевизионного Интернет-проекта на социальную тематику. Рефлексия содержала фиксацию как успешных принятых решений

и ошибок, допущенных автором, так и анализ внешних факторов и условий, которые пришлось преодолевать на всех этапах продюсирования.

Профессиональные недочеты, которые выявил автор в процессе создания проекта и осмысления его результатов, можно описать следующим образом:

- неправильное распределение времени на отдельные этапы продюсирования проекта;
- неправильный расчет автором мотивации участников проекта;
- эпизодическая многозадачность, влияющая на каждый вид выполняемой работы, что стало результатом внешних факторов;
- частичная недальновидность при планировании отдельного этапа без учета последующих;
- частичный просчет в расходовании операторских и журналистских ресурсов.

Помимо недочетов, автором были осмыслены и профессиональные достоинства журналистской практики, отмеченные в процессе продюсирования проекта. Можно перечислить следующие осознанно или случайно принятые решения, способствующие улучшению качества итоговой работы:

- плодотворная работа в команде и совместный поиск удачных путей решения проблем;
- общая гармоничность работы при условии связи между этапами: их последовательное и/или параллельное выполнение;
- совмещение разных способов сбора информации и поиска героев;
- правильный выбор модели поведения с каждым из героев;
- беспристрастный и строгий подход к отбору видеоисходников для монтажа;
- соединение изначальной идеи и структуры проекта с полученными результатами в ходе реализации;

– смелое решение автора при выборе темы проекта.

В ходе продюсирования телевизионного Интернет-проекта на социальную тематику были проверены следующие неотъемлемые качества журналиста: стрессоустойчивость, гибкость в принятии решений, коммуникабельность, отзывчивость, эмпатия, креативность, настойчивость, упорность, выносливость, принципиальность, дисциплинированность, уважение к каждому из задействованных в проекте людей: коллегам, героям, информаторам.

Полученный в ходе создания фильма опыт, безусловно, окажет положительное влияние на разработку будущих собственных проектов автора и на степень его профессионализма в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алевизаки, О. Р., Смирнова, О.В., Свитич, Л.Г., Шкондин, М.В. Авторская и редакторская деятельность журналиста в российском медиапространстве [Электронный ресурс] / О.Р. Алевизаки. – Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/avtorskaya-i-redaktorskaya-deyatelnost-zhurnalista-v-rossiyskom-mediaprostranstve>. – Дата обращения: 27.03.2021.
- 2 Афанасьева, Е.И. Как создать свой проект для ТВ и digital / Е.И. Афанасьева. – М: Захаров. – 2020. – 256 с.
- 3 Батманова, С.Г. Особенности журналистского процесса в сети Интернет (на опыте США) [Электронный ресурс] / С.Г. Батманова. – Научно-культурологический журнал. – 2004. – URL:<http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=183&level1=main&level2=articles>. – Дата обращения: 17.03.2021.
- 4 Бережная, М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики / М.А. Бережная. – СПб: Издательский дом СПбГУ. – 2009. – 106 С.
- 5 Бережная, М.А. Социальные проблемы в фокусе ТВ / М.А.Бережная. – СПб: Высшая школа журналистики и массовой коммуникации СПбГУ. – 2017. – 192 С.
- 6 Громова, Л.П. Традиции благотворительности в российской журналистике [Электронный ресурс] / Л.П. Громова. – Ученые записки Казанского университета. – 2015. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/traditsii-blagotvoritelnosti-v-rossiyskoj-zhurnalistike>. – Дата обращения: 13.02.2021.
- 7 Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / И.М. Дзялошинский. – М: Престиж. – 2006. – С. 104.

8 Дождь. Алексей Пивоваров о «сливе» Захаровой дебатов с Навальным, проекте «Редакция» и YouTube-журналистике [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x8xisJY4KrE>. – Дата обращения: 07.03.2021.

9 Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова. – М.: Русский язык. – 2000. – С. 831

10 Загидуллина, А.Р. Преодоление парасоциальности: лидеры YouTube как генераторы гражданской журналистики (на примере каналов Sobolev и PhilipDefranco) / А.Р. Загидуллина. – Челябинск: Знак. – 2018. – 6 С.

11 Засурский, Я. Идет персонификация в средствах массовой коммуникации / Я. Засурский. – М: Телецентр №2.– 2008. – С. 3.

12 Каширин, А.А. Авторские телепрограммы как объект коммуникативно-прагматического исследования [Электронный ресурс] / А.А. Каширин. – Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/avtorskie-teleprogrammy-kak-obekt-kommunikativno-pragmaticheskogo-issledovaniya>. – Дата обращения: 16.04.2021.

13 Кирнос, Д. И. Индивидуальность и творческое мышление / Д. И. Кирнос. – М.– 1992. – 211 С.

14 Коломина, В.В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте Интернет-пространства [Электронный ресурс] / В.В.Коломина. –Вестник Чувашского университета. – 2007. – URL:<https://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-chuvashskogo-universiteta?i=1073730>. – Дата обращения: 24.03.2021.

15 Корецкий, М.Д. Трансформация телевизионных жанров на площадке YouTube на примере деятельности Алексея Пивоварова [Электронный ресурс] / М.Д. Корецкий. – Медиасреда. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-televizionnyh-zhanrov-na>

ploschadke-youtube-na-primere-deyatelnosti-alekseya-pivovarova.–Дата обращения: 20.04.2021.

16 Корконосенко, С.Г. Основы журналистики / С.Г. Корконосенко. – М: Аспект Пресс. – 2001. – С. 5

17 Круглова, Л.А., Артес, А.С. Телеканалы в эфире и на YouTube: специфика взаимодействия на примере «России К» и ARTE [Электронный ресурс] / Л.А. Круглова. – Вестник Новосибирского государственного университета. – 2019.– URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telekanaly-v-efire-i-na-youtube-spetsifika-vzaimodeystviya-na-primere-rossii-k-i-arte>. – Дата обращения: 22.04.2021.

18 Левина, М.С. Творческая индивидуальность как доминанта в авторских телепроектах / М.С. Левина. – Челябинск: Медиасреда. – 2012. – 7 С.

19 Мажура, А.В. Творческий проект как форма выпускной квалификационной работы будущего журналиста [Электронный ресурс] / А.В. Мажура. – Социально-гуманитарные знания. – 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskiy-proekt-kak-forma-vypusknou-kvalifikatsionnoy-raboty-budushego-zhurnalista>. – Дата обращения: 16.04.2021.

20 Малугина, В.Ю. Партнерство прессы с социально-политическими институтами как проявление социальной прессы / В.Ю. Малугина. – СПб: СПбГУ. – 2006. – С. 13.

21 Морозова, А.А., Селютин, А.А. Жанровые и тематические особенности медиаобразовательных проектов в сети как реализация творческой концепции авторов / А.А. Морозова. – Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – 5 С.

22 Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество / В.Ф. Олешко. – М.: РИП-холдинг. – 2003. – 203 С.

23 Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М: Аспект Пресс. –2009. – 351 С.

24 Смирнов, Д.В. Авторские проекты как пример адекватной реализации свойств интернета [Электронный ресурс] / Д.В.Смирнов. – Журналистика, издательское дело и СМИ. – 2014. – URL:https://knowledge.allbest.ru/journalism/3c0b65625a3ad69b5d53b88521316d27_0.html. – Дата обращения: 29.03.2021.

25 Фокин, А.А. Эпоха Интернет-визуальности: YouTube, Instagram, gif, Coub [Электронный ресурс] / А.А.Фокин. – Челябинский гуманитарий. – 2013. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/epoha-internet-vizualnosti-youtube-instagram-gif-coub>. – Дата обращения: 15.04.2021.

26 Фомичева, И. Д. Социология СМИ: Учеб.пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс. – 2007. — С.85.

27 Фролова, Т.И. От «социалки» к социальной журналистике / Т.И.Фролова. – М: Мастер.конф. – 2004. – С. 276-279.

28 Фролова, Т.И. Проблематика периодической печати / Т.И. Фролова. – М: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 2008. – 112 С.

29 Фролова, Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге / Т.И. Фролова. – М: Пульс. – 2003. – С.7.

30 Фролова, Т.И. Человеческое развитие в коммуникационных стратегиях развития журналистики / Т.И.Фролова. – М: Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – С. 90.

31 Футерман, Е.Б. Способы использования интернет-коммуникаций для продвижения авторских проектов (на примере сетевой активности Л.Г. Парфенова) / Е.Б. Футерман. – Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – 7 С.

32 Чернецкая, Н.И. Творческое мышление как единство процессуальных и личностных психических составляющих / Н.И. Чернецкая. – Новосибирск: Сибирский государственный педагогический журнал. – 2010. – 9 С.

33 Шавель, С.А. Социальная сфера и мотивация творческой активности / С.А. Шавель. – Минск: Институт социологии. – 1990. – С. 15-16.

34 Шестеренкина, Л.П., Сабитова, А.Р. Современные тенденции развития социальной журналистики на российском телевидении / Л.П. Шестеренкина. – Челябинск: Гуманитарный вектор 5. – 2017. – 6 С.

35 Яблоновская, Н.В., Езык, А.В., Мустафаева, Н.Д. Жанр интервью на платформе русскоязычного сегмента YouTube: трансформации и медиатехнологии [Электронный ресурс] / Н.В. Яблоновская. – Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-intervyu-na-platforme-russkojazychnogo-segmenta-youtube-transformatsii-i-mediatehnologii>. – Дата обращения: 15.04.2021.

36 Яшина, А. YouTube-каналы как феномен в медиаиндустрии (приоритет электронных СМИ над традиционными) [Электронный ресурс] / А. Яшина. – Современный дискурс-анализ. – 2014. – URL: http://www.discourseanalysis.org/ada20_3/st225.shtml. – Дата обращения: 17.03.2021.

37 Deloitte. Медиапотребление в России – 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>. – Дата обращения: 14.03.2021.

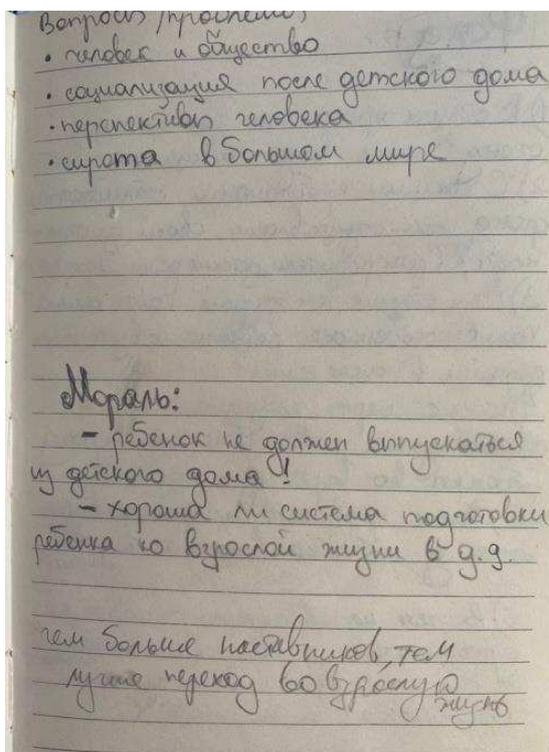
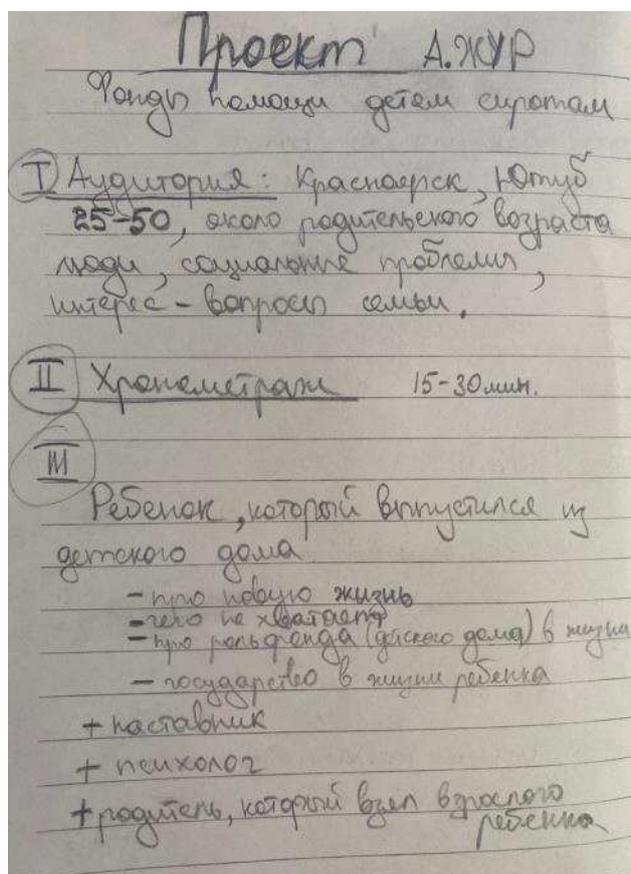
38 GQ. Лицо с экрана 2017 года: Юрий Дудь [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <https://www.gq.ru/heroes/winner-screen-man-2017>. – Дата обращения: 03.03.2021.

39 МедиаСAMPFest. Специальный гость: журналистика в YouTube [Электронный ресурс] – 2020. – URL: <https://mediafest.asia/>. – Дата обращения: 06.03.2021.

40 TED talks. YouTube-журналистика: есть ли она на самом деле? [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5I5k53rr3h0>. – Дата обращения: 03.03.2021.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Определение идеи и концепции проекта



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Синопис программы

СИНОПСИС

Рабочее название: Дети без родителей: после выпуска из детского дома

Тема: Выпускники детского дома

Хронометраж: до 30 минут

Цель сюжета: «В течение последних лет наблюдается стабильный рост количества воспитанников детских домов в Красноярском крае, переданных на воспитание в семьи. По состоянию на 01.03.2021 в Красноярском крае в учреждениях для детей-сирот проживает 1355 воспитанников» (Министерство образования Красноярского края). Известная истина – чем старше ребенок, тем меньше шанс, что он когда-нибудь найдет свою семью. Некоторым из них приходится стать выпускниками детского дома, попасть во взрослый мир практически в одиночку, столкнуться с бытом и ежедневными обязанностями, ответственностью. Что такое быть ребенком, который покидает детский дом с его распорядком и хоть какой-то заботой? Каким образом фонды помощи пытаются сделать этот «переход» более плавным? Какова роль наставников в социализации ребенка?

Герои:

- 1) Главный герой, чья история будет сквозной через весь сюжет (поделена на блоки) – выпускник детского дома, который испытал переход во взрослую жизнь на себе.
Блоки:
 - a) БЫТ. Про его нынешнюю жизнь, как живет, чем увлекается, работает/учится. Возможно, небольшая «экскурсия» по его дому (какие детали, характеризующие человека – картины, книги, статуэтки, игрушки, памятные вещи, предметы увлечения – спортивное снаряжение и т.д.). **ЛОКАЦИЯ:** возможно на кухне, стоя. В окружении предметов быта.
 - b) ПРО ВЗРОСЛЕНИЕ. Поговорить про осознание ребенком с возрастом, что его скорее всего не заберут. Про быт взрослого ребенка в детском доме. Про его планы на будущее в детском доме. **ЛОКАЦИЯ:** сидя в комнате, у стены, минимум вещей на фоне, однотонные цвета.
 - c) ПРО ПЕРЕХОД. Трудности в новой самостоятельной жизни. Чего не хватает после выпуска (если есть)? Одиночество? Роль государства/системы в социализации ребенка? Новые знакомства, новые люди после выпуска. **ЛОКАЦИЯ:** та же в комнате у стены
 - d) ПРО ПЛАНЫ. О будущем, о чем мечтает, о семье (планирует или нет), что бы он сказал людям, которые задумываются о том, чтобы стать приемными родителями? **ЛОКАЦИЯ:** на улице, на открытом пространстве, возможно у набережных/реки уток покормить. Ощущение свободы и полета. Много лайва

- 2) Психолог – после первого блока с главным героем. Поговорить о ребенке который взрослеет в детском доме. О роли взрослых в его жизни. О том, как его готовят ко взрослой жизни. Какие трудности/барьеры у ребенка появляются в самостоятельной жизни? Ожидание/реальность после выхода. **ЛОКАЦИЯ:** в фонде или в самом детском доме, в кабинете
- 3) Представитель Фонда, который снимает ролики про детей (программа фонда «Детям пора домой») – возможно, поехать в детский дом и лично познакомиться, как герой работает с детьми на съемке, нажимать лайв взаимодействия героя с взрослыми детьми, возможна постановочность. Сделать интервью о том, каково работать со взрослыми детьми, как они реагируют на помощь фонда, съемку роликов, как они мыслят о будущем, в чем сложность съемки, как происходит выбор героя для съемки, как помогают ролики и сам фонд при переходе ребенка в новую жизнь. Как работает фонд после выхода ребенка во взрослую жизнь.
- 4) Наставник с ребенком (желательно маленьким) – после второго блока с главным героем. Зачем ребенку наставник? Как помочь, но не навредить (из-за привязанности ребенка и т.д.)? Что происходит, если ребенок выпустится или найдет семью? Про школу наставников. Отношения конкретно наставника и этого ребенка. Лайвы общения. У ребенка спросить, как они проводят время, как часто видятся, скучает, как относится к наставнику? **ЛОКАЦИЯ:** на улице на детской площадке или в парке, может, у них есть любимое место, где они проводят время. В городе в окружении людей.
- 5) Родитель, который взял взрослого ребенка (подростка, например) – после 3 блока с главным героем. Как решились взять взрослого ребенка? Как он привыкал к новой жизни? Как сейчас относится к прошлому, детскому дому? Общается ли со старыми друзьями? Как себя чувствует с новыми друзьями? **ЛОКАЦИЯ:** возможно, тоже дома у человека, смотреть фотки, уют, домашний быт, детские вещи, игрушки в кадре, возможно, сам ребенок в квартире.
ВОЗМОЖНО, ВТОРОСТЕПЕННЫЕ ГЕРОИ ПОМЕНЯЮТСЯ В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ, НО СКЕЛЕТ ТАКОЙ ДОЛЖЕН БЫТЬ
Фраза: Фраза, которая может не прозвучать, но должна появиться в голове у зрителя: «Ребенок не должен выпускаться из детского дома, каждый должен найти свою семью»
Условия: минимум 2 камеры, если в помещении. 1 камера на улице. 2 петлички (возможно +1, если съемка с наставником и ребенком)

ПРИЛОЖЕНИЕ В

План съемок

СТАП

Что происходит с детьми, когда они выпускаются из детского дома?

- старые обшарпанные скрипящие качели, ведущая одна, пустая детская площадка.

1 ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ – О СЕБЕ (динамика)

- разговор на кухне по душам о настоящем героя в процессе готовки какого-то любимого блюда

- экскурсия по квартире, памятные вещи, хобби, увлечения

ПСИХОЛОГ (статика)

- кабинет, рабочая атмосфера

- разговор о том, как дети переживают приближающийся выпуск

2 ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ – ВЗРОСЛЕНИЕ (статика)

- дома, изоляция от всех, наедине, минимализм на фоне по возможности

- про детский дом, взросление, принятие скорого выпуска, планы в детском доме, про сверстников

ДЕТСКИЙ ДОМ, СЪЕМКА (динамика+статика)

- процесс съемки, миникомментарии детей

- интервью с представительницей фонда о съемках детей, о реакции детей, о выборе детей для съемки, для чего работает фонд, какую поддержку оказывает потенциальным выпускникам, как сопровождает после выпуска

3 ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ ПРО ФОНД,

НАСТАВНИКОВ (динамика)

- на улице, прогуливаясь

- чувствовалась ли поддержка государства, фонда, были ли наставники, кто вообще помогал подготовиться к выпуску и новой жизни

НАСТАВНИК С РЕБЕНКОМ (динамика)

- в любимом месте героев, возможно на улице

- про роль и мотивацию наставников, что в себя включает наставничество, отношения ребенка и наставника, как выбирается ребенок наставнику, про возможный вред – надежду

4 ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ ПРО ПЕРЕХОД

(динамика+статика)

- поход в магазин, покупка продуктов, улица
- что было самым сложным после выпуска, бытовые трудности, какие навыки появились, когда стало легче, новые знакомые и друзья, свобода или ответственность, чего не хватает из прежней жизни

РОДИТЕЛИ (статика)

- в квартире родителей
- их личный опыт стать приемными, мотивация, трудности социализации ребенка, как облегчить быт

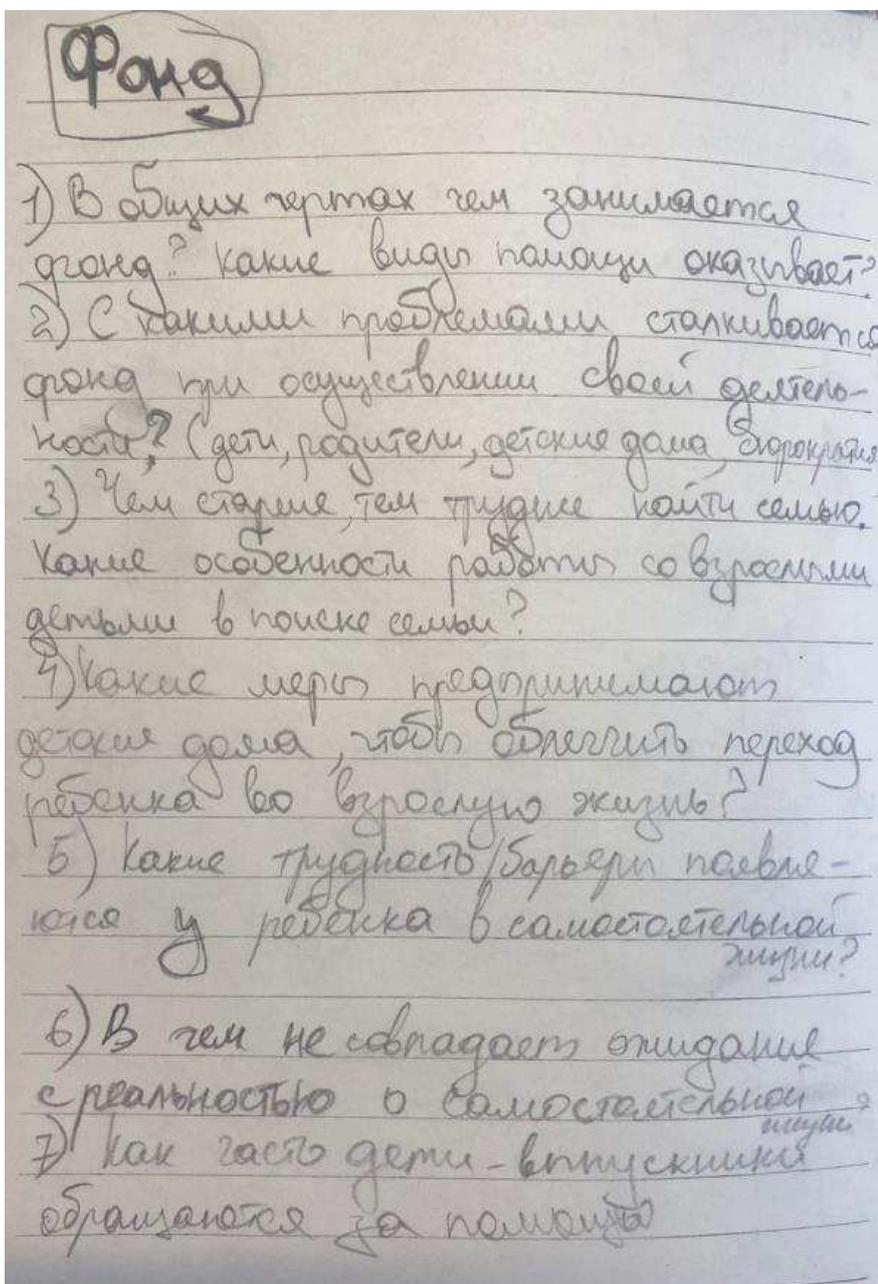
5 ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ ПРО ПЛАНЫ (динамика)

- в месте, которое касается планов героя
- про планы на будущее, про нынешние результаты, про мечты, про семью и ребенка

СТАП

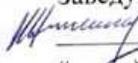
- человек должен участвовать в жизни другого человека, но при этом четко понимать ответственность и свои силы: готов ли он стать родителем, наставником, не быть готовым – это нормально

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Вопросы директору фонда



Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики и литературоведения

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 К. В. Анисимов
«  » _____ 2021г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.02 Журналистика

**ОПЫТ СОЗДАНИЯ АВТОРСКОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ИНТЕРНЕТ-
ПРОЕКТА НА СОЦИАЛЬНУЮ ТЕМАТИКУ**

Руководитель	15.06.21 	преподаватель	Н. В. Кострыкина
Выпускник	15.06.21 		М. А. Крыклиява
Нормоконтролер		преподаватель	Л. О. Полежаева

Красноярск 2021