

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра журналистики

**КОНТЕНТ И СТРУКТУРА НОВОСТНОЙ ПРОГРАММЫ
НА КОММЕРЧЕСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ «НТВ»
(ПРОГРАММА «СЕГОДНЯ»)**

Выпускная квалификационная работа студентки

**очной формы обучения
направления подготовки 42.03.02 Журналистика
4 курса группы 86001224
Чикиной Анжелины Игоревны**

Научный руководитель:
к. филол. н, доцент
И. И. Карпенко

Рецензент:
д. филол. н., профессор
А. П. Короченский

БЕЛГОРОД, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОЙ ПРОГРАММЫ	9
1.1 Типологическая характеристика новостной программы.....	9
1.2 Влияние коммерческого телевидения на репрезентацию новостей современного телеканала.....	17
1.3. Тематическое наполнение новостной программы	23
«Сегодня».....	23
Выводы к Главе I.....	30
Глава II. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НОВОСТНОЙ ПРОГРАММЫ НА КОММЕРЧЕСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ	32
2.1 Современные тенденции организации новостной программы «Сегодня».....	32
2.2 Принципы и функции верстки новостной программы	44
«Сегодня».....	44
2.3. Принципы структурирования новостной	50
программы «Сегодня»	50
Выводы к Главе II.....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЯ	65

ВВЕДЕНИЕ

Современное телевидение, несмотря на бурное развитие сети Интернет, остается самым массовым и, пожалуй, самым мощным инструментом для распространения информации. Именно оно является самым популярным и доступным средством массовой информации, формирующим взгляды и вкусы тех, кто с его помощью следит за происходящими событиями.

Путь, по которому идет современное телевидение, в условиях сегментации телевизионной аудитории – это, в первую очередь, путь разнообразия. Телевидение научилось удовлетворять потребности различных групп зрителей в самой специфической информации. Людям доступны десятки, а иногда даже сотни телеканалов с достаточно разнообразным контентом, порой, ориентированным даже на самую узкоспециализированную аудиторию. Но несмотря на количественный рост телевизионных каналов и программ, самыми востребованными и популярными по-прежнему остаются программы информационные, в частности новости.

Телевизионные новости были и остаются одной из самых эффективных, действенных форм представления и распространения информации, являются важным инструментом воздействия на широкую аудиторию и опорными точками сетки вещания практически любой телекомпании. Современные новостные передачи занимают в рейтингах телеканалов, как правило, лидирующие места, это одни из самых популярных программ.

Высокий спрос на такие программы в нашей стране вызвал волну появлений большого количества информационных каналов, деятельность которых нацелена исключительно на создание и выпуск новостей.

Однако несмотря на разнообразие поставщиков информационных

сообщений, самыми рейтинговыми и востребованными на Российском телевидении остаются центральные телевизионные каналы, в частности телеканал «НТВ» и его вечерняя новостная программа «Сегодня». Данный телеканал имеет большую зрительскую аудиторию в отдельных регионах и стране в целом, а его новостная вечерняя программа, выбранная нами для анализа, отличается особенно высоким рейтингом (что подтверждают данные TNS).

Исследование современных приёмов организации новостной программы, её вёрстки и структуры, а также тематического разнообразия, в свете современных тенденций развития телевидения опосредует **актуальность** данной дипломной работы.

Цель дипломной работы состоит в выявлении особенностей организации современной новостной программы, изучении её структуры, верстки, а также в изучении её тематического наполнения.

Данная цель предопределила необходимость решения следующих **задач**:

- 1) Дать типологическую характеристику новостных программ;
- 2) Выявить влияние коммерческого телевидения на репрезентацию новостей современного телеканала;
- 3) Ознакомиться с тематическим наполнением выпусков;
- 4) Рассмотреть современные тенденции организации новостной программы;
- 5) Выявить принципы и функции верстки новостной программы на коммерческом телеканале;
- 6) Рассмотреть принципы структурирования новостной программы.

Объект исследования - новостная программа на современном отечественном коммерческом телевидении.

Предмет исследования - тематическое наполнение новостной отечественной программы, особенности её структуры, верстки, современные тенденции организации.

В рамках данной дипломной работы необходимо дать определение понятийному аппарату. Так, под новостной программой мы понимаем программу, оперативно отражающую актуальную информацию, которая представляет политический, экономический или социальный интерес для аудитории, содержащую сообщения о событиях, произошедших недавно или происходящих в данный момент.

Под версткой мы понимаем процесс, состоящий из отбора материалов и структурирования выпуска, расстановки экранных сообщений в определённой последовательности [Цвик 2002, с. 141].

Под структурой мы понимаем внутреннее устройство программы, зависящее от множества факторов, среди которых менталитет зрителей, размер аудитории, формат программы, творческий потенциал команды телеканала, модные течения современного телевидения и др.

Теоретической базой данного исследования выступили разноаспектные научные работы. Мы опирались на труды следующих исследователей:

– в области истории и теории телевизионной журналистики: Я. Н. Засурский, Л. А. Васильева, А. И. Черных, Е. П. Прохоров, Г. В. Лазутина, Г. В. Кузнецов, Г. Я. Солганик, Н.В. Зверева, В. Л. Цвик, Коломиец, А. С. Вартанов, А. Г. Беспалова;

– при изучении современных приёмов организации новостной программы: С. И. Симакова, Г. Кондратьев, Н. А. Кузьмина, С. П. Поцелуев.

Особенно стоит выделить научный труд Е. М. Драгун, которая рассмотрела сущность и содержание понятия «инфотейнмент» в современной медиакультуре.

Также, при определении терминов, использованных в работе, были рассмотрены трактовки из толкового словаря С. А. Кузнецова.

Эмпирической базой исследования выступили новостные выпуски программы «Сегодня» на «НТВ».

Хронологические рамки исследования охватывают период с января 2015 года по настоящее время. Мы целенаправленно взяли во внимание самые «свежие» выпуски программы «Сегодня» («НТВ») для того, чтобы изучить состояние новостной программы на коммерческом телеканале в самый последний период.

Научная разработанность темы. За последние годы деятельность российского телевидения была изучена и проанализирована по многим направлениям. Однако следует отметить, что количество работ, посвященных отечественным новостным программам на коммерческих телеканалах довольно небольшое. Среди них можно выделить работу В.Л. Цвика и Я.В. Назаровой «Телевизионные новости России». Эта книга - первый опыт комплексного исследования проблем отечественного информационного телевидения в новых социально-политических условиях демократической России [Цвик 2002, с. 2], а также работу В.Л. Цвика «Мир новостей: новости мира».

Вместе с тем, в сфере телевидения практически постоянно происходят изменения. Уже сегодня можно наметить ряд новых тенденций в современных процессах его развития. В равной степени это касается и рассматриваемой нами новостной программы. Таким образом, можно предположить, что степень изученности и разработанности темы никогда не будет достаточной, так как повседневная телевизионная практика, по крайней мере, в информационном разделе вещания, неизбежно опережает ее научное осмысление. Всё, сказанное ранее, позволяет говорить о недостаточной разработанности данной темы.

Новизна исследования заключается в том, что в работе проводится изучение приёмов организации новостной программы, её верстки и структуры в свете современных тенденций развития телевидения.

Методы исследования, использованные в работе, определяются целью, задачами, объектом и предметом исследования и включают в себя:

– реферативно-аналитический, индуктивно-дедуктивный и сравнительный методы, использованные для систематизации теоретического материала;

– метод анализа источников, обработка эмпирических данных – при изучении эмпирической базы;

– метод мониторинга, примененный при отборе эмпирического материала исследования;

– качественный анализ контента был направлен на уточнение и интерпретацию содержания выпусков, отобранных для анализа.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы.

Собранная в ходе исследования информация может позволить уточнить научные представления о современном этапе развития информационного телевидения в России. Основные положения и выводы, полученные в ходе работы, могут быть использованы с целью проведения дальнейших исследований в области изучения информационного вещания.

Структура работы обусловлена поставленными целями и задачами и включает в себя введение, две главы, заключение, список использованной литературы и список использованных источников.

Во **введении** обосновывается актуальность темы, излагаются цели, задачи, методы исследования, его новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В **первой главе – «Содержательные и типологические особенности новостной программы»** – рассматриваются основные критерии характеристики новостной программы, типы современных новостных телепередач, а также тематическое наполнение новостной программы «Сегодня».

Во **второй главе – «Особенности организации новостной программы на коммерческом телеканале»** – рассматриваются современные тенденции организации новостной программы, выявляются

принципы и функции верстки, а также принципы структурирования новостей на коммерческом телеканале.

В Заключении сформулированы основные выводы работы.

Глава I. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Типологическая характеристика новостной программы

Информационные передачи, в частности новости, являются на отечественном телевидении одними из самых востребованных аудиторией программ. Количественный рост числа таких программ на наших телеканалах отражает тенденцию роста интереса аудитории к «новостному», к «факту» как таковому.

Практически каждый современный телевизионный канал представляет вниманию зрителей свои новости. Любая информационная передача имеет свой уникальный формат, рассчитана на определенную зрительскую аудиторию, обладает определенным набором жанровых признаков.

Новостные программы могут быть совершенно разными, однако критерии, предоставляющие им право называться новостями, должны быть одинаковыми для всех информационных передач. Первый критерий характеристики подобного рода программ - обязательство новостных передач показывать новости, т.е. информационные материалы, которые представляют собой факты, преобразованные для понимания и восприятия целевой аудиторией.

Новостным материалом, по мнению С. Холла, может называться только необычное или важное событие, произошедшее за последние 24 часа [Холл 1972]. Своевременность и оперативность - главные свойства таких материалов. Это свойство демонстрируется даже с помощью названий новостных передач: «Сегодня» («НТВ»), «Сейчас» (Пятый канал), «Здесь и сейчас» (Дождь).

Исследователи Э. Деннис и Д. Мэрилл считают, что «новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного события, вопроса или

процесса» [Деннис 1997, с. 204]. Таким образом, новость дает нам субъективное представление о произошедшем.

Исследователь Л.А. Васильева пришла к заключению о том, что новость, как жанр опирается на две составляющие – факт и аргумент. Однако она отмечает, что в настоящее время новостной жанр видоизменился. Сегодня в подготовке высококачественного продукта наблюдается усиление эмоциональных приемов [Васильева 2003, с. 42]. Л.А. Васильева пишет, что жанр новости – это слишком широкое понятие. Она называет новость родовым определением для целого ряда других жанров публицистики: репортажа, интервью, корреспонденции. Действительно, новостной сюжет, как правило, включает в себя несколько элементов разных жанров журналистики.

Визуализация журналистского текста – следующий критерий характеристики новостной программы. Невозможно отрицать то, что новость в настоящее время является товаром, который необходимо продать в красивой обёртке. Современная аудитория привыкла относиться к показываемому, как к развлечению, а это значит, что телевизионные новости должны быть зрелищными, они не могут быть представлены без применения эффектного и красочного видеоизображения.

Информационные программы все чаще показывают события, наполненные особым драматизмом, борьбой интересов и даже насилием [Черных 2002, [http](#)]. Причем в новостных сюжетах, как правило, изображают активное действие. Это своего рода зрелищный крючок, на который можно подвесить информацию более абстрактного содержания.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что новости характеризуются экранностью, информация передаётся посредством движущегося изображения, сопровождаемого звуком. Зрелищная, эффектная картинка очень важна. Она может гармонично дополнять текст журналиста, или наоборот абсолютно не соответствовать ему, что может стать для зрителей раздражающим фактором. Чтобы как можно более

полно и ярко подать зрителю информацию, журналист может преподносить содержание, используя разные способы: он может делать акцент на картинку, использовать лайфы или синхронны, а может сделать акцент на свой стендап или закадровый текст, наложенный на отснятую оператором картинку.

Для того чтобы рассмотреть особенности определенной новостной программы нужно выявить признаки, присущие этому типу передач в целом. Наиболее важным критерием, характеризующим новости является сам телеканал, который создает свою новостную передачу.

В телевизионном сегменте медиарынка ведущие позиции занимает государство. Государственные каналы собирают около 50% всей телеаудитории. Такие каналы находятся под прямым контролем правительства. Отсюда следует, что контент телевизионного канала и новостных программ в частности должен соответствовать условиям, поставленным непосредственно государством. Под государством, как правило, подразумевается власть, правительство, правящая партия. Государственные каналы позиционируют себя, как объективные источники информации, однако на практике мы замечаем, как правящие партии могут манипулировать информацией.

Остальной же процент аудитории предпочитает передачи негосударственных или частных каналов. Частные телекомпании могут представлять собой от гигантских транснациональных корпораций, управляемых богатейшими и политически влиятельными людьми до маленьких местных.

Аудиторный фактор - следующий значимый критерий характеристики новостной программы. Каждая программа имеет свою целевую аудиторию: информационный продукт должен соответствовать требованиям потенциальных или реальных потребителей товара - зрителей. Телевидение является наиболее массовым средством массовой информации, охватывая практически все слои населения. Опрос,

проведенный в областных городах Центра России, показал, что 99,7% опрошенных смотрят телевизор [Засурский 2001, [http](#)]. При этом телевидение воздействует одновременно на два канала восприятия человека – на зрение и слух.

Исследователи дают разные трактовки значения понятию «аудитория». Так, в большом толковом словаре С.А. Кузнецова, понятие аудитория рассматривается как слушатели лекции, доклада, речи и т.п. [Кузнецов 1998]. То есть под аудиторией новостной передачи можно подразумевать совокупность людей, которые в определенный момент времени является зрителем, слушателем новостей.

Е. П. Прохоров замечает, что прочный контакт с конкретным СМИ у аудитории устанавливается тогда, когда они признают его «своим», а социальные институты ощущают авторитет и силу влияния данного СМИ, обеспеченную поддержкой аудитории. Исследователь пишет, что аудитория - это «активная, самостоятельно формирующая свое отношение к СМИ «часть» журналистики как функционирующей системы» [Прохоров 2011, с. 71]. То есть целевая аудитория – это непосредственно та группа людей, к которой обращаются средства массовой информации. В таком случае аудиторией определенной новостной передачи будут те зрители и слушатели, которые непосредственно потребляют предлагаемую журналистом информацию.

Новостная программа, безусловно рассчитана на широкую аудиторию. Новости может воспринимать любой человек, ведь информация тщательно обрабатывается, анализируется и сообщается относительно простым языком.

Следующие критерии характеристики новостей – структура и верстка программы. Очень часто понятие структура путают с понятием верстка, хотя они совершенно различны. Верстка – это расстановка сюжетов по определенному порядку в зависимости от их значимости. Как правило, наиболее важная и значимая информация оказывается в начале выпуска, в

середину попадают более длинные сюжеты очеркового плана, на конец отходят культурные события, спортивные новости, прогноз погоды. Верстка тесно связана с концепцией программы, с политикой канала.

Структура – это более широкое понятие. Здесь, как говорится, возможны варианты. Эти варианты заметны уже в самом начале выпусков, когда кто-то, например, делает короткие анонсы нескольких ярких сюжетов (без синхронов), а кто-то – подробный анонс всех сюжетов с включением синхронов. У кого-то один ведущий, у кого-то двое. Хронометраж программы бывает 10 минут, бывает почти час.

Структура программы, это, скорее, режиссерская задача, а верстка – задача редакторская. Структура программы зависит от менталитета города и его зрителей, от вкуса и стиля и творческого потенциала команды, от модных течений современного телевидения [Зверева 2009, с. 92].

Формат также является важным критерием характеристики новостной передачи. Сегодня понятием «формат» обозначают совокупность характеристик и признаков передачи [Солганик 2009, [http](#)].

В настоящее время нет точной классификации форматов, однако анализируя исследования Г.В. Лазутиной можно прийти к выводу о том, что формат передачи соответствует основной функции этой программы. Таким образом, формат передачи может быть новостным (передача выполняет информационные функции СМИ), научным (функции просвещения), развлекательный (выполняет развлекательную функцию), детским, спортивным и др. Основной функцией новостной программы является информационная, следовательно, каждые новости должны обладать новостным форматом.

Формат новостной передачи может зависеть и от формата самого канала. Например, если формат самого канала военный, то акцент в новостях будет сделан на военной тематике (Телеканал «Звезда»). На телеканале «Культура», будут освещаться преимущественно культурные новости. На телеканале «Дождь» - политические, а на «НТВ» - необычные

и криминальные происшествия.

Итак, опираясь на мнения исследователей, можно сформулировать основные признаки новостной программы. Во-первых, новости характеризуются экранностью, информация передается визуальными и звуковыми средствами и обладает зрелищностью. Во-вторых, новость содержит в себе исключительно новую информацию, то есть является актуальной. Кроме того, новости должны быть оперативными и содержательными, чтобы привлечь внимание аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждая новостная программа является прямым реализатором информационной функции телевидения. Она обладает своими особенностями и характеризуется совокупностью критериев, таких как канал, где выходит новостная программа, жанровые особенности программы, структура и верстка, аудиторный фактор, формат.

Новостные выпуски – лицо канала. Руководители любого телевизионного холдинга знают, насколько влияет качество информационных программ на положение канала на рынке вещания. Новости - это тот "опознавательный знак", по которому зритель безошибочно отличит один вещательный телеканал от другого. Дикторы, репортеры, специальные корреспонденты, "подача" эфира – всё это придает каналу индивидуальный облик.

Основными чертами выпуска новостей являются:

- постоянное место в структуре недельной и дневной программы;
- высокая периодичность (в сравнении с другими видами передач);
- многотемность основной части выпусков, сочетающихся со специализированными по тематике выпусками (спортивные, экстренные и др.);
- мозаичный характер построения при наличии определенного постоянства (рубрики, указывающие на принадлежность множества событий к единому временному интервалу, постоянных ведущих);

- **блоковый характер построения с закрепленной последовательностью (постоянство верстки);**
- **сочетание различных видов выпусков и передач, различающихся наличием оперативности, характером и объемом комментирования, регулярностью выхода в эфир [Попа 1989, с. 65].**

Однако несмотря на общие черты выпусков новостей, а также некую «одинаковость» таких передач, разные телевизионные каналы выбирают для работы различные концепции. Выбор этой самой концепции зависит, в первую очередь, от четкого понимания и осознания авторами новостей того, какую именно программу они хотят получить в итоге, о чем она будет и на какую аудиторию будет рассчитана. И если для одного канала главными составляющими выпуска всегда будут события, то для другого – люди, герои, через которых и будут отражаться эти события.

В теоретической базе, изучающей современную типологию и структуру информационных программ, не существует четкого, одного единственно верного разделения существующих новостных передач на типы, стили, виды, - любая классификация крайне условна.

Н.В. Зверева выделила три основных стиля новостных программ: *классический, домашний и публицистический* [Зверева 2009, с. 63].

Классического стиля придерживаются федеральные каналы, например, программы «Время» (Первый канал) или «Вести» (Россия-1). Здесь все достаточно официально, ясно, кратко, динамично. Основное внимание уделяется событиям сегодняшнего дня. Строгий стиль ведущего и строгий интерьер студии. Отличительной особенностью является и строгая верстка: главная новость - событие, затрагивающее интересы большого количества людей. Стихийные бедствия, чрезвычайные происшествия, теракты – именно такие сюжеты будут первыми.

К особым приметам «классических» новостей можно отнести и некую шаблонность построения всего выпуска в целом: узнаваемая музыкальная заставка, общий план студии, затем крупный план ведущего, анонс, или

так называемый шпигель, после чего - сам выпуск. Финал новостей: от крупного плана к общему в сопровождении музыкальной заставки.

К достоинствам такого стиля можно отнести большой объем информации, предоставляемый аудитории. Зрителю ничего не навязывается, он получает возможность формулировать собственную точку зрения, отношение к какому-либо событию.

Домашний стиль предполагает уже иной принцип подачи материала. Этот стиль не означает погони за самими новостями. Основой выпусков станет, вероятнее, социальная тематика, то, что всегда интересует аудиторию, о чем много говорят – споры, скандалы и т.п., тем самым телевидение становится ближе к аудитории. Количество сюжетов в программе зависит от информационной картины дня. Строгий стиль оформления студии здесь уступает место стилю менее официальному (на заднем фоне могут быть декорации, например, ночного города). Ведущий держится иначе: у него спокойный темп речи, он больше говорит, может позволить себе прокомментировать какой-либо материал. Такой концепции на нашем телевидении придерживается, к примеру, Пятый канал.

Публицистический стиль – особая подача информации. Одно событие, один яркий, интересный сюжет оказывается стержневым для всей программы. Драматургия выпуска целиком «завязана» на главной теме. Более того, событие становится основой для коммуникации с аудиторией. Коммуникация, как правило, выстраивается на основе интерактивного голосования, подведение итогов которого становится интригующим финалом программы. Опрос позволяет с первых минут передачи вовлечь зрителей в обсуждение острой, злободневной проблемы.

Публицистический стиль требует высокой профессиональной квалификации ведущего. Журналист должен быть готов прокомментировать все что угодно в прямом эфире. Уместны и комментарии приглашенных экспертов. В ходе программы ведущий

периодически напоминает о главной теме, побуждая людей участвовать в голосовании. Успешное выступление журналиста в роли публициста гарантирует привлечение к программе широкого круга зрителей.

1.2 Влияние коммерческого телевидения на репрезентацию новостей современного телеканала

«Переходный» период развития российского телевидения, разделенный историками на два этапа (1985 – 1991 гг., 1991 - 2002 гг.), стал периодом больших изменений и преобразований в системе отечественного телевидения: телекомпании были разделены по принципу работы на вещательные и программнопроизводящие; возникли новые формы организации телевидения: помимо государственного появилось общественное и коммерческое телевидение.

В 90-е годы XX века закладывались индустриальные основы российского телевидения, возникали первые частные телекомпании и коммерческие каналы, формировался рекламный рынок [Коломиец 2010, с.11]. Телевидение превратилось в товар. Владельцы многих российских телекомпаний избрали в качестве образца для подражания модель коммерческого телевидения США, которая провозгласила принцип: «Привлечение внимания зрителей, а через него – рекламы любой ценой».

Тот факт, что коммерческое ТВ существует за счет рекламы – ни для кого не секрет. Чаще всего, потребности и запросы массовой аудитории становятся ориентиром для контента такого телевидения. Согласно коммерческой модели, программы являются некой приманкой для зрителей. Чем больше зрителей привлечет программа – тем дороже включаемая в нее реклама и, соответственно, выше прибыль самого телевидения. Ориентация на интересы и потребности «большинства» определяет преобладание в эфире коммерческих телеканалов развлекательных программ. Различные виды и жанры этих программ

занимают до 70% эфирного времени: это фильмы, телесериалы, ток-шоу, викторины, музыкальные программы и т.д.

Одной из первых и самых успешных коммерческих телекомпаний в нашей стране стала телекомпания «НТВ». Она начала публичную деятельность в октябре 1993 года. Премьерой стала получасовая новостная программа «Сегодня» на канале вещания государственной телерадиокомпании «Петербург — 5-й канал». «Частная коммерческая телевизионная компания, учрежденная финансовой группой «Мост», сразу же привлекла внимание аудитории не только именами самых знаменитых корреспондентов, которые перешли работать в нее, но и абсолютно новым, западным вариантом работы, способом подачи информации» [Цвик 2004, с. 61].

Телекомпания «НТВ» с самого начала имела четкую и определенную стратегию. Канал был ориентирован на элитарную часть населения и базировался на производстве собственных новостных программ, а также закупке дорогостоящих зарубежных фильмов. На этапе создания в инвестиционный проект, которым, по сути, являлся «НТВ», было вложено около 30 млн. долларов. Эти немалые средства, в первую очередь, использовались телеканалом для создания собственной службы новостей.

Избранный руководством «НТВ» слоган «Новости — наша профессия», стал отражением довольно простой концепции вещания негосударственной телекомпании: предоставлять аудитории качественные информационные программы. На начальном этапе деятельности, помимо ежедневной новостной программы «Сегодня», телекомпания производила такие знаменитые программы, как «Намедни» Л. Парфёнова и «Итоги» Е. Киселева, ставшие впоследствии её визитными карточками.

Коммерческая природа «НТВ» не могла не отразиться на новостях — «стержне» практически любой телекомпании. Стилевое единство, оперативность, стремление к полноте и объективности освещения событий, соблюдение принципа отделения фактов от мнений (что и есть

демонстрация объективности), – всё это стало отличительным качеством новостных программ «НТВ» и слилось в целостную, единую, принципиально новую для российского телевидения концепцию вещания.

Вот и сейчас, новостные программы «НТВ» имеют особые приметы, отличающие их от программ, например, государственных телеканалов. В чем же выражаются эти приметы? Как влияет коммерческая модель телевидения на современные новости? В первую очередь, необходимо отметить, что новостные программы коммерческих каналов зачастую более свободны в выборе тематики, разнообразных и необычных форм подачи событийной информации, в интерпретации событий (что особенно ярко видно на примере официальных материалов). Освещая события, происходящие в нашей стране и за её пределами, журналисты коммерческих компаний обладают большей степенью независимости и могут делать свои материалы более критичными, например, по отношению к власти. Всё это осуществляется благодаря отсутствию зависимости современного коммерческого телевидения от государственного идеологического диктата.

Очевидно влияние коммерческого телевидения и на верстку новостных программ. Зачастую первым в выпусках может стать сообщение, которое другие каналы либо заверстали в конец выпуска, либо вообще обошли стороной. Почти всегда на первом месте здесь – человеческая трагедия. Так формулируют принцип ранжирования новостей.

Некой отличительной чертой новостей коммерческого телевидения можно назвать и персонификацию. Одними из первых в практику отечественного телевидения этот приём внедрила служба информации «НТВ», где он получил дальнейшее развитие.

Понятие персонификации новостей рассматривается не только с точки зрения их содержания, когда центром в журналистских материалах оказываются люди, их чувства, судьбы, переживания, но и с точки зрения подачи, формы информационных материалов. В этом смысле, к

формальным признакам персонификации можно отнести стендапы, а также постоянное, настойчивое «рекламирование» собственных репортеров.

Характерным примером этого приёма на «НТВ» можно считать анонсы (шпигели) новостных выпусков программы «Сегодня», выводящие на авансцену корреспондентов, а также многочисленные стендапы, которым уделяется достаточно большое время в новостных сюжетах. Постоянные зрители программы «Сегодня» репортеров знают в лицо, узнают по голосам, и даже по творческому почерку. Работа журналистов государственных телеканалов менее индивидуализирована.

Метод персонификации положительно сказывается на доверии аудитории к источнику информации, ведь доверяя конкретному репортеру, источнику персонифицированному, аудитория с большим доверием относится и к самой информации.

Коммерческое ТВ подчиняется жестким законам рынка, а также принципу конкурентной борьбы, который заставляет теле вещателей находиться в постоянном поиске новых телевизионных форм, технических ухищрений для того, чтобы максимально увеличить время просмотра зрителем телеканала. Каждый из каналов стремится сделать свои программы максимально уникальными, привлекательными, яркими, вызывающими эмоции. В этом редакторам, продюсерам, журналистам, в том числе телевизионных новостей, помогают новые методы подачи информации и современные тенденции организации программ, в частности, такой приём как инфотеймент, базирующийся на сочетании информации и развлечения. Этот приём, с помощью таких аспектов, как юмор, компьютерная графика, интересное музыкальное сопровождение, лексические игры, эмоциональная наполненность, «живой эфир» и т.д., облекает информацию в привлекательную для аудитории форму.

Теперь уделим внимание и некоторым отрицательным сторонам влияния коммерческого телевидения на современные новостные программы.

Несмотря на независимость коммерческих компаний от государственного идеологического диктата, телеканалы остаются зависимыми от диктата владельца или корпорации, которой принадлежит СМИ. Это, так или иначе, отражается и на новостных программах коммерческих телеканалов, что заставляет задуматься о, возможно, однобоком трактовании происходящих событий, выгодном корпорации или владельцу.

Отчасти зависимы негосударственные телеканалы и от предпочтений аудитории. К примеру, телеканал «НТВ», начинавший деятельность как канал кинопоказа мирового уровня, ориентированный на «премиальную» аудиторию, в настоящее время является каналом с жестким трешевым контентом, рассчитанным, в основном, на брутальных мужчин [Коломиец 2010, с. 17]. Этот факт, безусловно, находит отражение в тематическом наполнении новостных программ телеканала, в которых достаточно большое внимание уделяется освещению криминальной тематики, столь интересной и популярной у целевой аудитории.

Стремление к высокому рейтингу, а также ориентация на интересы большинства, оборачиваются тенденцией драматизировать отображаемые события. «Для телепоказа отбираются наиболее зрелищные и драматичные кадры, что объясняет частое обращение коммерческого ТВ к демонстрации сцен насилия и жестокости, катастроф, войн и общественных беспорядков. Предпочтение отдается сенсационным телесюжетам, выгодно выглядящим в телепоказе, в то время как «незрелищные» события игнорируются или оттесняются в программах новостей на второй план» [Беспалова 2003, с. 254].

Недостатком новостных программ коммерческих телеканалов критики считают и недостаточное внимание, уделяемое общественно значимым проблемам государственной политики и местного самоуправления. По мнению экспертов, подобным минусом программы «Сегодня» на «НТВ» является недостаточное внимание к регионам, «московский взгляд на

провинцию» [Цвик 2007, с. 54].

Коммерческая природа телеканалов нередко приносит в новостные программы существенный минус в виде наличия рекламы.

Еще в 90-е годы «НТВ» стал привлекателен для рекламодателей по нескольким причинам. Во-первых, он имел почти 100%-ный охват по Москве с высоким качеством приема. Во-вторых, это был не только московский канал, он охватывал также всю европейскую часть, правда, лишь в крупных городах, но тем не менее это весомая доля (уже на начальном этапе «НТВ» могли смотреть порядка 30 млн человек). В-третьих, канал ориентировался на элитарную аудиторию, на программы, традиционно привлекающие рекламодателей — дорогостоящее зарубежное кино, высококачественные новости.

Прошло много лет, современный «НТВ» имеет мало общего с «НТВ» 90-х годов. Однако привлекательность телеканала для рекламодателей остается неизменной.

На телевидении стоимость рекламы, в основном, определяется ценой эфирного времени. Одним из самых дорогостоящих является эфирное время новостных программ, ведь новости традиционно собирают у телевизионных экранов огромное количество зрителей.

Заказывая такую дорогостоящую рекламу, рекламодатель, как правило, желает распространить её в контексте позитивной информации. Чтобы удовлетворить это требование, коммерческие каналы верстают свои новостные программы, опираясь на стратегию снижения градуса напряжения: сюжеты, в рамках информационных блоков, располагаются в логизированной последовательности - от главных, «жестких новостей» к «мягким новостям». Среди таких «мягких новостей» и располагается реклама лекарственных препаратов, систематически расхваливаемых ведущими прогноза погоды, в программе «Сегодня» на «НТВ».

Таким образом новости коммерческих телеканалов в определенной степени оказываются зависимыми от рекламодателей, которые приносят

деньги телекомпании.

Однако несмотря на все перечисленные минусы, по мнению многих экспертов, модель коммерческого телевидения, ориентированного на запросы и потребности массовой аудитории, является единственной на сегодняшний день приемлемой формой функционирования отечественных телеканалов.

1.3. Тематическое наполнение новостной программы

«Сегодня»

Достоинства любой современной телекомпании основываются на трёх «китах»: информационных передачах, специальных программах, демонстрируемых фильмах. А. С. Вартанов считает, что блок собственных новостных программ – это самый необходимый элемент, который позволяет «отличить солидную компанию от той, что крутит старые киноленты, обильно перемежаемые рекламой» [Вартанов 2003, [http](#)].

Начав своё вещание в 90-е годы с новостной программы «Сегодня», «НТВ» очень скоро утвердило себя как лучшая в России информационная телекомпания, а программа «Сегодня» в скором времени стала визитной карточкой канала.

В наши дни вечерняя новостная программа «Сегодня» является одной из самых востребованных и рейтинговых программ телеканала «НТВ», а также одной из самых популярных программ российских центральных телеканалов. Главные темы выпусков новостей подсказаны происходящими в мире событиями, но с немалой долей коррекции на преобладающие общественные настроения и зрительский интерес.

Для выявления особенностей организации новостной программы «Сегодня», необходимо обратить внимание на её тематическое наполнение. Мы проанализировали ежедневные вечерние

информационные выпуски программы и выявили перечень основных тем, освещаемых в новостях.

Несмотря на то, что «НТВ» – это негосударственный коммерческий телеканал, политическая тематика является одной из главенствующих в новостных выпусках программы «Сегодня». Отчасти в силу того, что общероссийский телеканал всё-таки призван держать под вниманием действия и акции правительства, отчасти в силу решающей роли политических проблем и вопросов в формировании мировоззрения, общественного сознания аудитории. Международные политические события, вопросы национальной политики, межнациональных отношений являются центральными в политическом разделе информвещания в условиях многонационального государства.

Материалы о внешней и внутренней политике страны порой заполняют достаточно большой объем всего эфирного времени программы. Одну из главных ролей как в таких сюжетах, так и на политической арене страны, играет фигура В.В. Путина. Информация о его деятельности подается в эфир регулярно.

Практически в каждом из выпусков программ - сюжеты о встречах президента с главами и политическими деятелями других стран, где обсуждаются вопросы внешней политики, а также с руководителями регионов, организаций, предприятий нашей страны, где часто говорят о внутренней политике.

О заседании президиума Экономического совета при президенте РФ - репортаж в выпуске от 25.05.16. За дискуссией в Кремле наблюдал Гарри Княгницкий. Присоединившийся в прямом эфире журналист подробно рассказал о том, как оценивает экономическую ситуацию в стране глава государства, и перечислил основные темы, затронутые на заседании. Также корреспондент сообщил о том, что экономическую ситуацию в стране Владимир Путин обсудил и с французскими бизнесменами. С ними президент поговорил о санкциях.

В выпуске от 25.02.15 присутствует сюжет, посвященный встрече президентов России и Кипра. Главы государств обсудили ситуацию на Украине, гуманитарный кризис в зоне конфликта, говорили об отрицательном влиянии войны санкций, а также о развитии двустороннего сотрудничества. По итогам переговоров был подписан ряд важных документов.

Внешней политике посвящен и сюжет о VII саммите БРИКС, прошедшем в Уфе, в выпуске «Сегодня» от 09.07.15. Участники саммита - лидеры таких государств, как Россия, Бразилия, Индия, Китай и Южная Африка, говорили о возможном переходе на расчеты в национальных валютах, новом банке развития, отмене визовых ограничений, о товарообороте и развитии экономики на фоне мировых вызовов. По итогам саммита была принята Уфимская декларация с планом конкретных действий. В репортаже Владимира Чернышева все подробности этой встречи.

Освещается и деятельность Государственной думы: рассмотрение и утверждение законов, принятие поправок, обсуждение планов – эти темы находят отражение в выпусках программы.

О принятии Госдумой в первом чтении поправок в закон о выборах рассказывает корреспондент Григорий Гривенный в выпуске программы «Сегодня» от 19.06.15. Журналист сообщил, что в результате принятых поправок парламентские выборы перенесли с декабря 2016 года на сентябрь, а также рассказал о спорах, возникших между депутатами в решении этого вопроса.

Выпуск от 15.09.15 содержит репортаж о первом после летних каникул заседании Госдумы. Корреспондент Владимир Чернышев рассказал о том, что в ближайшее время депутатам предстоит определить план работы на ближайшие месяцы, а также рассмотреть целый ряд важных законопроектов. Главной темой осенней сессии станет бюджет на следующий год.

В строго информационный тон сообщений журналисты добавляют собственные рассуждения и комментарии, рассматривая ситуацию объективно и не склоняя зрителей к какой-либо одной точке зрения.

Отдельно стоит отметить сюжеты, в которых поднимаются вопросы военно-политической ситуаций в Украине и Сирии.

С момента начала политического кризиса в Украине российские СМИ пристально следят за происходящим в этой стране. Практически ни один выпуск новостных программ не обходится без сюжета (а чаще всего, даже нескольких) о военных действиях и политической ситуации на Украине. Программа «Сегодня» не стала исключением.

К примеру, в выпуске от 04.02.15 присутствует репортаж корреспондента Михаила Чебоненко, посвященный событиям, происходящим в Украине. В этот день Донецк подвергся мощному артиллерийскому обстрелу. Материал отражает военные события этого дня. В результате нанесённых украинскими силовиками ударов по жилым кварталам погибли 5 мирных жителей. *«Когда прогремел взрыв, был самый разгар рабочего дня, люди были на приеме у врачей, а в регистратуре была целая очередь. Есть погибшие и десятки пострадавших. Медики не растерялись и тут же завели всех пациентов в бомбоубежище. Раненым оказывали помощь прямо в подвале»,* - рассказал репортёр.

В выпуске «Сегодня» от 03.05.15 ведущие сообщают о резко обострившейся обстановке на Донбассе. Минувшей ночью украинские силовики предприняли массированные обстрелы Донецка и других населенных пунктов из артиллерии, танков и минометов. Корреспондент Евгений Голованов, будучи на прямой связи из Донецка, сообщил об обстановке в городе: *«Основной удар украинской артиллерии принял на себя Киевский район города. Там в общей сложности прямыми попаданиями частично разрушено около 20 жилых домов. Многие квартиры сейчас уже непригодны для проживания. Погиб один из*

ополченцев, а еще 7 мирных жителей получили ранения». Его рассказ сопровождался кадрами разрушенных домов, школ, квартир.

Следят корреспонденты программы и за сложной военно-политической обстановкой в Сирии.

Видеоряд о теракте в сирийском городе Хомс, устроенном боевиками группировки ИГИЛ, в выпуске от 26.01.16. В результате взрывов погибли 22 человека, количество раненых приближается к сотне.

Активно освещаются и международные новости.

О политическом скандале, разразившемся в Бразилии - в выпуске от 12.05.16. Президент страны, Дилма Русеф, отстранена от должности, а правительство почти полностью распущено. Корреспондент программы, Инна Осипова, внимательно следившая за ситуацией в Бразилии, рассказала, почему была запущена процедура импичмента а также о том, кто теперь является исполняющим обязанности главы государства.

о Во Франции несколько тысяч человек вышли на митинг, требуя от властей оперативного решения проблемы беженцев – в выпуске от 25.01.16.

Излюбенная телеканалом «НТВ» тема криминала находит отражение и в новостях и занимает далеко не последнее место в тематической структуре программы. Убийства, похищения, ограбления, разбои – это далеко не весь перечень преступлений, которые становятся информационными поводами для сюжетов в «Сегодня».

С шокирующей новости начинается эфир от 04.08.15. В одной из городских квартир Нижнего Новгорода обнаружены тела шестерых детей и их матери, убитых, вероятно, несколько дней назад. Полиция подозревает в жестокой расправе их отца, который по некоторым данным страдал психическим расстройством и состоял в одной из религиозных организаций. В прямом эфире корреспондент Виталий Калугин рассказал о всех подробностях этой трагической истории.

Полиция задержала группу молодых людей, которые в состоянии алкогольного опьянения напали на бригаду врачей скорой помощи в Екатеринбурге и жестоко их избили. Гнев у компании вызвало то, что врачи отказались реанимировать их друга, который, за некоторое время до этого покончил жизнь самоубийством. Об этом сюжет в выпуске «Сегодня» от 19.01.15.

С репортажа о поиске грабителей грабителей, «обчистивших» в Петербурге сейфы одного из отделений Промсвязьбанка начинается выпуск от 15.01.16. Злоумышленники вынесли из банковских ячеек около 1 млрд. рублей. Корреспондент Николай Булкин рассказал всё о схеме этого преступления.

В информационных выпусках телепрограммы «Сегодня» также присутствуют сюжеты, освещающие масштабные чрезвычайные происшествия, стихийные бедствия, катастрофы – события, интересующие широкую общественность. Такие материалы занимают одну из лидирующих позиций в тематической структуре выпуска. Довольно часто, со срочных сообщений о происшествиях и начинаются новости. Так, выпуск программы от 13.06.16 ведущий начинает с информации о трагедии в Орландо, где от пули экстремиста в городском гей-клубе погибли 49 человек, еще 50 - ранены. В материале корреспондента Алексея Веселовского хроника событий, самые последние новости, синхроны очевидцев происшествия.

С вести о крупной техногенной катастрофе на севере Китая начинается выпуск «Сегодня» от 13.08.15. В подводке ведущий сообщает о нескольких взрывах, прогремевших, по неясной пока причине, на одном из складов крупного мегаполиса страны. В сюжете корреспондент программы Алексей Кондулуков сообщил всю известную к тому моменту информацию о случившемся, а также о количестве погибших и раненых людей. Его рассказ сопровождался кадрами взрывов, снятыми жителями города на мобильные телефоны и комментариями пострадавших.

С видеоряда о происшествии, однако уже меньшего масштаба, начинается вечерний выпуск программы от 26.10.15. Ведущий сообщает об упавшем в Омске башенном кране. Многотонная конструкция раздавила два автомобиля. Удар кабины крана пришелся на кроссовер. В салоне иномарки погибли водитель и двое пассажиров — женщина с маленьким ребенком. Еще один ребенок госпитализирован.

Экономические новости России и мира – тема, освещаемая в каждом выпуске новостной программы «Сегодня» в отдельной рубрике «Деловые новости».

В выпуске от 11.12.15, к примеру, ведущая рубрики Юлия Бехтерева сообщила об обсуждении процентной ставки Центробанком: она была снижена с 15% до 11% годовых, рассказала о снижении цен на нефть и курсе валют.

Ведущий рубрики Денис Талалаев в выпуске от 20.04.16 рассказал о трудностях в российской экономике, росте цен на нефть и курсе валют.

Важное место в тематическом плане программы занимают сюжеты, освещающие социальную сферу. Журналисты затрагивают актуальные для жителей нашей страны вопросы: это здравоохранение, образование, вопросы ЖКХ, улучшения качества жизни в регионах и т.п. Сюда же можно отнести и информацию о погоде.

Информации о погоде, как правило, отводится около минуты в завершении информационных выпусков. Ведущие прогноза погоды представляют сведения гидрометцентра о погоде в стране на ближайшие несколько дней. Такие новости могут сопровождаться мерами предосторожности, если речь идет, например, о надвигающихся циклонах.

Не остается без внимания и тема культуры. Основными информационными поводами для создания сюжетов становятся публичные мероприятия в сфере культуры: выставки, фестивали, концерты, театральные постановки и т.д.

Культурной теме, к примеру, посвящен сюжет в выпуске программы «Сегодня» от 04.04.15 О последних приготовлениях к Международному Чеховскому фестивалю, самому большому в России смотрю достижений театрального искусства, идет речь в материале корреспондентки. В репортаже: фрагменты одних из самых интересных и долгожданных театральных постановок, комментарии режисеров, актеров, а также генерального директора фестиваля А.П. Чехова.

Об открывшейся выставке в Третьяковской галерее – репортаж от 23.03.16.

Новостей спорта как отдельной рубрики в программе не существует, однако информация о спортивных достижениях освещается в эфире по мере ее значимости и актуальности: речь идет об играх и победах наших спортсменов на федеральных, мировых турнирах и первенствах, а также о спортивных событиях за рубежом.

В выпуске от 24.03.16 - репортаж Кирила Кикнадзе «Медали ушли» о лишении олимпийских медалей шести российских спортсменов, пойманных на допинге.

Итак, мы выделили основные темы современных отечественных новостных программ: политическая, международные новости, экономическая, тема происшествий, криминальная, социальная, культурная, тема спорта.

Выводы к Главе I

В этой главе, опираясь на мнения исследователей, мы пришли к выводу: каждая новостная программа является прямым реализатором информационной функции телевидения., обладает своими особенностями и характеризуется совокупностью критериев, таких как канал, где выходит новостная программа, жанровые особенности программы, структура и верстка, аудиторный фактор, формат.

После этого, мы выделили три основных стиля новостных программ: *классический, домашний и публицистический*

Классического стиля придерживаются федеральные каналы. Основное внимание уделяется событиям сегодняшнего дня. Строгий стиль ведущего и строгий интерьер студии. К особым приметам «классических» новостей можно отнести некую шаблонность построения всего выпуска.

Основой выпусков *домашнего стиля* станет, вероятнее, социальная тематика, то, что всегда интересует аудиторию, о чем много говорят – споры, скандалы и т.п., Строгий стиль оформления студии здесь уступает место стилю менее официальному.

Публицистический стиль – особая подача информации. Одно событие, один яркий, интересный сюжет оказывается стержневым для всей программы. Драматургия выпуска целиком «завязана» на главной теме.

Также мы коснулись истории возникновения и становления отечественного коммерческого телевидения, рассмотрели историю создания и развития исследуемой программы «Сегодня» и выявили несколько критериев коммерческой модели телевидения, влияющих на репрезентацию новостей современного телеканала.

Помимо этого, на основе анализа эмпирического материала нами был выделен перечень основных тем, освещаемых в новостной программе «Сегодня». Среди них политическая и экономическая тема, международные новости, тема происшествий, криминальная, социальная, культурная тема, тема спорта.

Глава II. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НОВОСТНОЙ ПРОГРАММЫ НА КОММЕРЧЕСКОМ ТЕЛЕКАНАЛЕ

2.1 Современные тенденции организации новостной программы «Сегодня»

Стремительное развитие технического прогресса и совершенствование информационных технологий, начавшееся еще в 90-х годах прошлого века, значительно повлияло на телевидение, трансформируя содержание эфиров, форматы программ, способы их трансляции.

По мере развития технического прогресса, классические приёмы организации программ и традиционные методы подачи информации привлекали аудиторию уже не так, как прежде, что приводило к падению рейтингов новостных и информационно-аналитических телепередач. Кроме того, не прекращающиеся в современном мире ни на минуту процессы подачи информации привели к некоторой «усталости» зрителей от непрерывных потоков сведений. В связи с этим, собой популярностью у аудитории начал пользоваться развлекательный контент.

В результате погони за рейтингами, в сетке вещания практически всех телеканалов стали преобладать программы развлекательного характера. Из этого можно сделать вывод о том, что «с усовершенствованием технических средств, реализация развлекательного продукта, более популярного у аудитории, а значит, более конкурентоспособного, стала привлекательной альтернативой производству сугубо информационного контента» [Драгун 2015, с. 40].

Популярность развлекательных программ вызвала падение зрительского интереса к новостям. Это вынудило журналистов добавить элементы

развлекательности к «серьезным» информационным программам тележурналистики. Изменились методы подачи информации: они стали более оригинальными, привлекательными, и даже забавными; изменились и способы её подачи: к примеру, в репортажах на первый план стали «вытаскиваться» детали, интересные зрителям. Многие телеканалы, в частности коммерческие, были вынуждены изменить стиль подачи информации: сместить акценты в своих новостных программах с политической, официальной информации на освещение острых социальных тем, скандальных и причудливых историй, культурных событий и т.п.

Также, для повышения былого внимания телезрителей к новостям, продюсеры программ стали привлекать к работе специалистов по маркетингу, которые занимались разработкой новых концепций подачи информации с использованием упрощённых историй, «лёгких» тем, большего объёма графики и эмоциональности при передаче материалов. Уделялось внимание и внешнему виду ведущих: на телеэкранах стали активно культивироваться молодость и привлекательные женские образы.

Всё вышеперечисленное значительно повлияло на новостные программы отечественных, в особенности коммерческих телеканалов: изменились приёмы организации программ, стили и методы подачи информации, добавились элементы развлекательности.

Таким образом, в результате больших преобразований в телевизионной индустрии, на стыке двух важнейших сфер современной культуры – информации и развлечения – возникает новый феномен в СМИ – инфотейнмент.

Инфотейнмент – «эстетизированная форма подачи новостных и других видов медиаинформации в развлекательном формате, иногда с элементами театрализации, игрового начала или с различными их оттенками. Инфотейнмент характерен для различных видов СМИ: ТВ, пресса, радио и Интернет, и служит для повышения популярности у аудитории» [Драгун 2015, с. 43].

Этот термин возник в результате аббревиатурного объединения двух слов: информация (information) и развлечение (entertainment). Как правило, он выражает стремление продюсеров представлять новости в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности.

Явление инфотейнмента зародилось в 80-е годы в США. Заметное падение рейтингов новостных программ, начавшееся в тот период, вынудило продюсеров и журналистов изменить формат телевизионных новостей. Среди программ выделилась отдельная категория - информационно-развлекательные. Пионером в этом направлении принято считать еженедельную программу «60 минут» (CBS), в которой ведущие стали активно выражать своё отношение к событиям, а корреспонденты начали появляться в кадре наравне с героями репортажей, что было совершенно нетипично для американского телевидения.

Появление инфотейнмента на российском телевидении связывают, прежде всего, с коммерческим телеканалом «НТВ», в частности, с авторской программой Леонида Парфёнова «Намедни» (именно этот телепроект многие считают первой программой в формате инфотейнмента на отечественном телевидении), вышедшей в эфир в 90-е годы, а также с вечерними выпусками новостей на этом канале [Поцелуев 2008, с. 238].

На сегодняшний день телеканал «НТВ» активно пользуется инфотейнментом как методом подачи журналистской информации. В современном телеэфире канала воплощением телевизионного инфотейнмента являются многие программы, в том числе и вечерняя новостная программа «Сегодня».

При производстве инфотейнмент-продукта продюсеры и журналисты программы «Сегодня» придерживаются нескольких чётких установок, выработанных в медиасфере к настоящему моменту. Данные установки влияют в первую очередь на форму преподнесения того или иного информационного материала.

Ниже мы рассмотрим несколько основных особенностей инфотейнмента, находящих отражение в современной организации новостной программы «Сегодня», а также попытаемся определить каким образом развлекательные элементы вписываются в эту новостную программу.

К особенностям инфотейнмента относятся нижеперечисленные факторы:

1. Эмоциональная наполненность сюжетов. Инфотейнмент – это, прежде всего, эмоционально заряженная информация, поэтому телепрограмма и отдельные её составляющие должны содержать элементы, которые вызывают у аудитории различные эмоции: от проявления бурной радости и восторга до сочувствия или гнева. Этот аспект касается как самого смысла истории, так и формы её подачи – в материале всё должно работать на то, чтобы зритель не остался равнодушным. Таким образом создаётся эффект сопричастности, что в свою очередь больше привлекает и в какой-то степени даже развлекает аудиторию.

В программе «Сегодня» нередко можно встретить сюжеты, вызывающие совершенно разнообразные чувства у аудитории.

Сюжет о кровавой семейной драме с убийством детей, в выпуске от 19.10.15, наверняка, мало кого оставил равнодушным. Убийцей 4-х летнего мальчика и 10-месячной девочки оказался их собственный отец. *«Мой папа самый лучший»*», - написал яркими красками 4-х летний *Илья Дмитриевич. Это будет его последний рисунок. Всего через день, когда Илья будет ложиться спать, тот, чьё отчество он носил, возьмет кухонный нож и несколькими резкими ударами прервёт жизнь сына и второго ребёнка – дочери Ксюши*». Красочные семейные фотографии и видеоролики счастливых детей и их родителей контрастируют в сюжете с окровавленными детскими колясками и легкой ухмылкой на лице отца-убийцы, отвечающего на вопросы следователей. Этот репортаж вызывает бурю эмоций: от сочувствия и непонимания до возмущения и негодования.

Выпуск от 31.07.15 начался с новости о краже собаки-поводыря у незрячей певицы Юлии Дьяковой. Всё случилось возле входа в метро. В какой-то момент девушка почувствовала, что её лабрадора Дианы нет рядом. Новость о несчастье мгновенно распространилась в социальных сетях. *«Сотни людей пытаются помочь в поисках. Юлия уже неоднократно выезжала туда, где якобы видели Диану, но каждый раз информация была ошибочной».* Слепая девушка, потерявшая не просто собаку, а свои «глаза» и друга, с которым до сих пор она была неразлучна - от этой печальной истории у многих зрителей навернутся слёзы на глаза.

Но несмотря на то, что криминальные истории, скандалы, чужие переживания и слёзы притягивают внимание людей и являются одними из самых популярных тем журналистики, исключительно негативные новости не смогут полностью удовлетворить потребностей аудитории. Транслируемый материал порой должен быть немного забавным, развлекательным, способствующим релаксации человека, ведь одной из самых важных функций инфотейнмента является гедонистическая (она подразумевает наличие определённого удовольствия от полученной информации). Такие сюжеты также присутствуют в программе «Сегодня».

К примеру, в конце выпуска от 15.03.16 вниманию зрителей был представлен видеоряд под названием *«Рыбный день»*, главным героем которого стал тюлень из Ирландии по кличке Сэмми. Он *«регулярно выбирается на набережную и направляется к ресторану. Поскольку пешеходного перехода в этом месте нет, он в соответствии с правилами пропускает автомобили. Попытки сотрудников ресторана загнать его обратно в воду — во избежание ДТП — абсолютно бесполезны. Сэмми остается на проезжей части, пока ему не вынесут рыбу».* Материал получился очень забавным. Закадровый текст сопровождается видеороликом, на котором несколько раз выпрыгивающий из воды тюлень неуклюже передвигается по проезжей части. Такой сюжет вызовет улыбку и положительные эмоции у телезрителей.

В выпуске от 10.03.16 в рамках рубрики «Деловые новости» был представлен сюжет, посвященный покупке Facebook-ом белорусской компании, которая является разработчиком популярного мобильного приложения «Masquerade». *«Эта программа позволяет накладывать на своё изображение веселые маски-фильтры — например, Леонардо Ди Каприо с «Оскарами», Джокера из «Бэтмена» или просто собаки».* Все эти маски повторяют мимику пользователя и разговаривают его голосом. Видеоряд был составлен из подборки забавных роликов, в которых люди «примеряли на себя» разнообразные маски из этого приложения. В завершении сюжета на одном из телеэкранов в студии появилась большая голова ведущего рубрики Дениса Талалаева, на которую, с помощью того самого приложения, была наложена маска собаки. С веселой маской на лице он завершил рубрику, обратившись к ведущим выпуска со словами *«Лиля, Вася, об экономике пока всё».* Такая концовка их развеселила. Наверняка, улыбнулись и зрители программы.

Подобные элементы юмора, несущие в себе нотки развлечения, придают инфотейнменту привлекательность и заманчивость, благодаря которым он так популярен у зрителей.

Помимо сюжетов, на эмоции зрителей могут влиять и отдельные телевизионные элементы, такие как закадровый текст корреспондента, синхрон, стендап.

Если говорить о синхронах, то они чаще всего выглядят привлекательно именно будучи эмоциональными. Такие синхроны «способны удерживать внимание зрителей, легче сочетаются с другими элементами, так как сами по себе являются самодостаточными» [Ершов 2000, [http](http://)].

В выпуске от 04.02.15 вышел репортаж корреспондента Михаила Чебоненко, посвященный событиям, происходящим в Украине. В этот день Донецк подвергся мощному артиллерийскому обстрелу. *«Первый снаряд упал около 11 утра в 10 метрах от городской поликлиники. Взрывной волной выбило окна и двери».*

В репортаже присутствуют два эмоциональных синхрона жителей города. В одном из них пожилая женщина плача рассказывает о том, как во время сеанса массажа в поликлинике на её спину упала оконная рама, и вся кожа оказалась в осколках стекла.

Другой синхрон – это слова женщины, семья которой совсем недавно вернулась в Донецк. Они уезжали к родственникам и, когда наступило затишье, решили снова приехать в родной город. Сквозь слёзы женщина произнесла: *«Я прокляла день, когда вернулась сюда. Думала, нормально будет, а оно еще хуже стало. А этот январь вообще...они как озверели. Они лупят, это просто ужас».*

2. *Персонификация.* Приём персонификации в определённой степени «оживляет» информацию, придаёт ей некую черту «реальности», которая подчёркивает «прямую» передачу сведений. В предыдущей главе мы уже говорили об этом приёме на телеканале «НТВ». Ещё раз отметим, что служба информации данного телеканала одной из первых внедрила понятие персонификации в практику отечественного телевидения. К формальным признакам этого приёма можно отнести стендапы, а также настойчивое «рекламирование» собственных репортёров. Характерным примером персонификации на «НТВ» можно считать анонсы (шпигели) новостных выпусков программы «Сегодня», выводящие на авансцену корреспондентов, а также многочисленные и продолжительные стендапы журналистов.

Многие корреспонденты «Сегодня» стали, в некотором смысле, частью выпусков новостей наряду непосредственно с информацией. Постоянные зрители программы знают репортёров в лицо, узнают по голосам, и даже по творческому почерку. Некоторые темы, освещаемые в программе «Сегодня», ассоциируются у аудитории с конкретными журналистами. Одними из самых ярких и узнаваемых можно назвать Вадима Глускера, занимающегося, как правило, освещением международной и отечественной политической жизни, политического обозревателя Владимира Кондратьева,

Кирилла Кикнадзе, освещающего новости спорта, ведущих экономической рубрики «Деловые новости» Дениса Талалаева и Юлию Бехтереву. Самым узнаваемым ведущим выпусков «Прогноза погоды» на протяжении многих лет остаётся Александр Беляев.

3. *«Живой» эфир.* Данный аспект характерен, как правило, именно для новостей формата инфотейнмента, хотя в последние годы прямые включения, сначала выглядевшие экзотикой, потом украшением эфиров, стали обычным явлением и для новостных программ государственных телеканалов.

Выпуски программы «Сегодня» нередко наполняют срочной информацией, иллюстрированной трансляцией прямого включения и «живой» съёмкой с места событий. Корреспонденты «Сегодня» почти в каждом выпуске из разных уголков России и мира выходят на прямую связь с ведущими новостей. Прямые включения представляют собой рассказ корреспондента с места события — по следам события или в преддверии его. Аудитория видит журналиста на экране, материал, передаваемый им в эфир, превращается в продолжительный стендап либо в интервью ведущего с корреспондентом [Цвик 2002, с. 132].

К примеру, в выпуске от 22.09.15 корреспондент Вадим Глускер вышел в прямой эфир из Брюсселя, чтобы сообщить об итогах только что завершённой экстренной встречи министров внутренних дел стран Евросоюза, которые в очередной раз пытались разобраться, что делать с огромными потоками беженцев.

В начале выпуска от 21.01.16 в прямой эфир вышел обозреватель Владимир Чернышев, следящий за политическом кризисом в Молдавии. Журналист рассказал о только что произошедших стычках митингующих с полицией.

В выпуске от 26.01.16 – срочная новость из Калифорнии. В городе Сан-Диего в военно-морском медицинском центре слышна стрельба. Кадры происходящего, снятые с воздуха, студия получает в прямом эфире.

Ведущие сообщают о том, что персонал госпиталя и всех пациентов спешно эвакуировали.

«Представленная срочность новости или её имитация, создаёт впечатление неподготовленного материала, его прямой передачи в эфир, что способствует усилению авторитета телепрограммы за счёт предлагаемого зрителю непосредственного допуска к освещаемым событиям...» [Драгун 2015, с. 101].

Во время эфира программы «Сегодня» в верхнем правом углу экрана периодически всплывает красная надпись «Прямой эфир», которая напоминает зрителям о том, что программа идёт в режиме реального времени.

4. Компьютерная графика, яркие элементы, звуковые эффекты. Сегодня телевидение обладает большими возможностями в работе со звуком и изображением, что позволяет создавать интересный для зрителей контент.

Современную компьютерную графику можно назвать новым языком медиа, ведь без неё невозможно было бы достичь тех визуальных эффектов, которые уже стали привычными для аудитории: возникающие окна на телеэкране, выплывающие движущиеся баннеры-анонсы, надписи, титры, субтитры, иллюстрации, заставки и другое.

Сегодня одним из универсальных средств визуализации информации, способствующих её скорейшему восприятию и пониманию, является инфографика [Симакова 2012, с. 221].

С каждым годом в сфере телевидения всё более популярной становится видеоинфографика. Лёгкая для восприятия, интересная и притягательная она активно используется на телеканалах, репрезентующих экономическую информацию, в новостных телевизионных СМИ, на спортивных каналах и т.д. Главными принципами телевизионной видеоинфографики можно назвать наглядность, понятность, сочетание с закадровым текстом, визуальную привлекательность, динамику [Кондратьев 2008, с. 6].

Новостная программа «Сегодня» активно использует видеоинфографику в своих эфирах. Но не только ради украшения журналистских материалов. Этот способ подачи информации помогает раскрыть суть темы или проблемы.

В новостях «Сегодня» на «НТВ» используются такие инфографические приёмы, как:

- 1) Трёхмерные города (выпуск от 23.03.16) (Приложение 1, Рис.1);
- 2) Картография (выпуск от 19.05.16) (Приложение 1, Рис. 2);
- 3) Живые титры (приходят на помощь тогда, когда событие трудно проиллюстрировать видеорядом):
 - портреты – состоят из анимированного фона, фотографии, имени, должности (выпуск от 24.03.16) (Приложение 1, Рис. 4);
 - цитаты – состоят из портрета и цитируемого текста (выпуск от 05.05.16) (Приложение 1, Рис. 5);
- 4) Графики и диаграммы (выпуск от 06.02.15) (Приложение 1, Рис. 6), (выпуск от 08.06.16) (Приложение 1, Рис. 7), (выпуск от 12.11.15) (Приложение 1, Рис. 8);
- 5) Перебивки:
 - Между сюжетами (выпуск от 12.11.15) (Приложение 1, Рис. 9);
 - Рубрика «Деловые новости» (выпуск от 12.11.15) (Приложение 1, Рис. 10);

Все графические элементы очень компьютеризированные, яркие и современные.

Если говорить о звуковых эффектах, то можно отметить, что они приятные на слух и запоминающиеся. Музыкальное сопровождение присутствует в заставке программы, в анонсах, а также в перебивках.

5. Лексические игры. Наполнение новостных программ коммерческого телеканала должно быть привлекательным, ярким, вызывающим эмоции не только с точки зрения тематического содержания и компьютерной графики, но точки зрения языка. Одной из популярных тенденций являются

лексические игры. Этот фактор позволяет журналисту проявить своё остроумие и хорошее владение русским языком, что, несомненно, повышает его авторитет в глазах аудитории.

Корреспонденты программы «Сегодня» чаще всего «играют» с лексикой анонсируя сюжеты в начале эфира. Каждый журналист самостоятельно подготавливает подводки для своего материала, используя различные приёмы: трансформацию известных поговорок, пословиц, словосочетаний, применение разнообразных средств выразительности и т.д.

- *«Не сыпь мне соль на трассу. В Санкт-Петербурге жители потребовали очистить город от пыли и грязи, скопившейся за зиму»* (выпуск от 20.03.15);

- *«Будь ГТО-ов. В России применяют на себя новую норму готовых к труду и обороне»* (выпуск от 26.05.15);

- *«Наломали стульев. УЕФА грозит принять меры против обезумевших футбольных фанатов»* (выпуск от 13.06.16);

- *«С теми, кто разводит тучи руками, пообщался Сергей Сыркин»* (выпуск от 06.05.16).

Проявляются лексические игры и в заголовочной сегментации. Отличительными чертами современной заголовочной сегментации на коммерческом телевидении «является языковая игра на фонетическом, словообразовательном, морфологическом и лексическом уровнях, использование трансформированных цитат, прецедентных феноменов» [Кузьмина 2011, с. 174].

Например: «Марс-бросок» (выпуск от 14.03.16), *«Ангел-хоронитель»* (выпуск от 10.07.15), *«Поматросил, но не бросил»* (выпуск от 13.08.15), *«Нескорая скорая»* (выпуск от 18.02.16), *«Роскошная нищета»* (выпуск от 11.03.16), *«Обратный подсчет»*, *«Сказки на новый приклад»* (выпуск от 05.05.16), *«Скорая беспомощность»* (выпуск от 01.06.16), *«Фонтануло»* (выпуск от 20.05.16).

Помимо основных рассмотренных особенностей инфотейнмента, следует уделить внимание и такому фактору, как поведение ведущих.

Несмотря на классический стиль программы «Сегодня», ведущие новостей ведут себя более раскрепощённо, чем их коллеги на других федеральных телеканалах. Они могут позволить себе прокомментировать какой-либо сюжет, проявить эмоции, пошутить в эфире обменяться несколькими фразами друг с другом или с корреспондентами на прямой связи.

Например, в завершении сюжета о выпускном бале московских школьников, в выпуске от 19.06.15, корреспондент, будучи в прямом эфире, обратился к ведущей программы Ольге Беловой с вопросом: *«Оль, а ты как гуляла на выпускном?»*. Ведущая рассмеялась и ответила: *«Ну это было уже давно. В моём советском детстве всё было гораздо скромнее, таких нарядов точно не было»*.

В выпуске от 18.09.15 ведущие программы прямо в студии преподнесли неожиданный подарок экономическому обозревателю Юлии Бехтеревой, которая уже совсем скоро готовилась стать мамой, а также обменялись с ней несколькими непринуждёнными фразами.

Иногда ведущие встают и передвигаются по студии, подходят к большим телеэкранам для того, чтобы продемонстрировать что-либо телезрителям.

Некоторые их действия призваны развлечь аудиторию. Так, в середине выпуска от 26.01.16 в студию программы был приглашен спортивный обозреватель Кирилл Кикнадзе для того, чтобы рассказать о результатах матча Серены Уильямс и Марии Шараповой. После прочтения подводки и представления журналиста, ведущий программы Василий Максименко достал две теннисные ракетки, подошел к Кириллу Кикнадзе и попросил его показать «пару приёмов». Между мужчинами состоялся следующий диалог:

Ведущий: *«Я в теннисе полный ноль, но мне сегодня принесли пару чемпионских ракеток. Правда мне не дали мячик, побоялись, что я что-нибудь здесь расшибу. Я первый раз в жизни беру в руки ракетку. Может быть ты мне покажешь, какими супер приёмами владеет госпожа Уильямс?»*

Корреспондент: *«Василий, неожиданное предложение. Но ты попал не на профессионала. Ракетка у меня в руках третий раз в жизни».*

После этого разговора ведущий занял своё место за столом, а Кирилл Кикнадзе рассказал о теннисном матче.

Проанализировав рассмотренные выше факторы: эмоциональную наполненность, использование юмора, компьютерной графики, лексических игр, персонификацию телепрограмм, «живой эфир», приходим к выводу: они призваны развлечь зрителя и вызвать у него какие-либо эмоции. Материал, сопровождаемый проявлением какой-либо эмоции, лучше фиксируется в памяти, что, возможно, заставит потребителя вернуться к данной передаче, каналу в поисках новых впечатлений, что, в свою очередь, является желаемым результатом для работников медиа. «Наличие возможностей технического прогресса позволяют ему выдавать готовый материал теперь с большей скоростью, чем это было раньше. В сочетании с «эмоциональным» материалом это выводит СМИ на другой уровень | появляется телевидение нового типа, идущее в ногу со временем и отражающее происходящие в развитии культуры процессы, отвечающее на запросы общества» [Драгун 2015, с. 115].

2.2 Принципы и функции верстки новостной программы

«Сегодня»

Верстка является одной из важнейших составляющих выпуска новостей, решающим этапом создания программы. «Это процесс, состоящий из

отбора материалов и структурирования выпуска, то есть расстановки экранных сообщений в определённой последовательности» [Цвик 2002, с. 141].

Любой телеканал, любая телепередача стремятся удерживать постоянный зрительский интерес, и в этом непростом деле главным инструментом и незаменимым помощником является верстка.

От чего же зависит верстка новостной программы? По мнению Н.В. Зверевой верстка зависит от:

- Концепции и стиля программы;
- Художественных и политических предпочтений шефредактора (руководителя программы), согласованных с учредителями;
- Качества подготовленных к эфиру сюжетов;
- Оперативности подготовленного материала и возможности сыграть на опережение конкурентов;
- Драматизма события: стихийные бедствия, катастрофы, война, политические катаклизмы (новые назначения или снятия с должности, арест крупного олигарха или чиновника, принятие закона или указа) и т. д.;
- Субъективного фактора в лице бригады выпуска новостей, вкусов и предпочтений режиссера, редактора.

Сегодня для одного выпуска новостей в среднем подготавливается около 10 -13 сюжетов. Формула первого сюжета – это важность и оперативность, умноженные на качество материала. Всегда важно, насколько хорошо это снято и прокомментировано.

Однако все сюжеты программы не могут быть наивысшего качества, поэтому многие телеканалы выстраивают верстку своих новостных программ не по принципу «сверху вниз», от самого интересного и качественного к самому скучному и «слепленному на скорую руку», а по принципу «волны», то есть с пиками самых интересных материалов через определенные временные промежутки. Такими «пиковыми» сюжетами, к примеру, могут стать первый, четвертый, восьмой (или девятый), в

зависимости от длины сюжетов и от их общего количества [Зверева 2009, с. 94].

Редакторы новостей «Сегодня» на «НТВ», как правило, верстают программу, опираясь на стратегию снижения градуса напряжения: сюжеты, в рамках информационных блоков, располагаются в логизированной последовательности - от главных, «жестких новостей» к «мягким новостям».

Для подтверждения этого принципа верстки рассмотрим несколько выпусков программы «Сегодня».

Выпуск от 13.05.16:

1. Всемирное антидопинговое агентство займётся проверкой новой информации о применении запрещенных препаратов российскими спортсменами;
2. Размещение элементов американской системы противоракетной обороны в Румынии и Польше;
3. Управление верховного комиссара ООН по правам человека направит в Турцию миссию по расследованию нарушений прав человека в Курдистане;
4. В Архангельске несколько домов затопило канализационными стоками;
5. Экономическая рубрика «Деловые новости»;
6. Поздравление ВГТРК с 25-летием;
7. В Британии широкую поддержку получила законодательная инициатива с требованием запретить работодателям прописывать в дресс-коде для женщин высоту каблука. Автором петиции против шпильек стала молодая англичанка, которую уволили за то, что она явилась на работу в балетках;
8. Актриса Джулия Робертс на фестивале в Каннах нарушила дресс-код кинофорума, сняв на ковровой дорожке свои туфли на шпильках;

9. Кирилл Серебренников представляет в Каннах новый фильм «Ученик»;

10. Прогноз погоды;

11. Байкеры из клуба «Ночные волки» подвели итоги мотопробега «Дорогами победы», который прошел по маршруту наступления советских войск в 1945.

Выпуск от 05.04.16:

1. Владимир Путин объявил о кардинальных решениях в сфере обеспечения государственной безопасности: в России будет создана национальная гвардия;

2. В России прошёл масштабный рейд против тоталитарной секты «Аум Сенрикё». По десятке адресов, где проживали adeпты секты, проведены обыски, изъяты гигабайты информации, несколько человек задержаны;

3. Владимир Путин призвал президентов Азербайджана и Армении в срочном порядке обеспечить полное прекращение боевых действий в зоне Карабахского конфликта;

4. Встреча оргкомитета «Победа» с Владимиром Путиным;

5. В рижском административном суде поговорили о целостности и безопасности Украины;

6. Экономическая рубрика «Деловые новости»;

7. Новый громкий скандал, связанный с деятельностью коллекторов: в Новосибирской области четырёх «выбивателей» долгов подозревают в разбое и сексуальном насилии в отношении должника;

8. Подтвердились слухи о романе знаменитых биатлонистов Уле-Эйнара Бьёрндалена и Дарьи Домрачевой. Спортсмен собрал пресс-конференцию и объявил, что они, с его белорусской избранницей, ждут ребенка;

9. Прогноз погоды;

10. Жители Владивостока могут впервые заглянуть внутрь самого красивого местного долгостроя: по приморскому океанариуму начали водить тестовые экскурсии.

Выпуск от 29.09.15:

1. Борьба с террористической организацией «Исламское государство» главной темой на встрече Владимира Путина и Барака Обамы;
2. Совет Федерации одобрил использование российских войск за рубежом;
3. Москва призвала мировое сообщество объединить усилия против боевиков ИГИЛ;
4. Новости из Донбасса: руководители самопровозглашённых республик подписали соглашение об отводе легкой бронетехники, артиллерии и миномётов;
5. Экономическая рубрика «Деловые новости»;
6. Новый поворот в деле бывшей чиновницы минобороны Евгении Васильевой, отбывшей наказание за многомиллионные махинации;
7. Прогноз погоды;
8. Ученые из аэрокосмического агентства NASA объявили о важном открытии: они утверждают, что нашли доказательства существования на Марсе воды в жидком состоянии;
9. Неделя моды В Милане.

Из рассмотренной верстки можно сделать вывод: снижение градуса напряжения в новостных выпусках начинается приблизительно на 7 – 8 по счету сюжете. «Мягкими новостями», функцией которых является снятие информационного напряжения и драматизма, а также развлечение, становятся материалы о спорте, каких-либо праздниках, забавные истории о животных, людях, прогноз погоды, светская хроника и т.д.

Помимо этого, проанализированные выпуски наглядно продемонстрировали - «соседство» материалов редко бывает случайным. Они либо дополняют друг друга, либо создают определённый информационный контраст.

Говоря о принципах верстки программы «Сегодня», необходимо отметить, что порой редакторы руководствуются информационной

политикой телеканала «НТВ», основой которой является криминальный контент, столь популярный у целевой аудитории. Нередко на первых местах в выпусках программы оказываются зрелищные и драматичные материалы криминальной тематики: ограбления, изнасилования, убийства и т.д.

Верстка выпусков может выглядеть следующим образом:

Выпуск от 19.10.15:

1. В Красногорском районе Подмосковья полиция ищет человека, подозреваемого в убийствах, *«в худших традициях лихих 90-х»*. Местный предприниматель пришёл в управу и завел беседу с первым главой районной администрации. Вышел посетить, оставив в управе двух убитых;

2. Федеральная служба безопасности сообщила о предотвращении теракта в общественном транспорте;

3. На заседании президиума гос. совета Владимир Путин поставил задачи: наполнить российский рынок необходимо качественной и доступной по цене отечественной продукцией;

4. В российский МИД был вызван посол Франции для дачи разъяснений относительно опасного сближения самолёта ВВС Франции в национальном воздушном пространстве с авиалайнером, на котором в Женеву летела российская парламентская делегация.

Выпуск от 15.01.16:

1. В Петербурге ищут грабителей, «обчистивших» сейфы одного из отделений Промсвязьбанка. Злоумышленники вынесли из банковских ячеек около 1 млрд. рублей;

2. В Москве задержан электромеханик, который работал с рухнувшим лифтом в элитном жилом комплексе «Алые паруса»;

3. Вступили в силу поправки в закон «Об исполнительном производстве»;

4. Владимир Путин одобрил предложение Дмитрия Медведева о создании единой системы, через которую будут проходить налоги и неналоговые платежи.

Выпуск от 25.01.16:

1. В Красноярке выясняют обстоятельства жуткой трагедии, которая потрясла небольшой город Артёмовск. Занимавшийся лесозаготовками предприниматель застрелил двоих детей и беременную жену, после чего покончил с собой;

2. Грипп на пороге. На следующую неделю прогнозируется пик заболеваемости. Почти в половине случаев речь идет о смертельно опасной форме – свином гриппе;

3. Владимир Путин выступил на межрегиональном форуме Общероссийского Народного Фронта;

4. Во Франции несколько тысяч человек вышли на митинг, требуя от властей оперативного решения проблемы беженцев.

Просмотрев верстку первых нескольких сюжетов новостных выпусков «Сегодня», можно сделать вывод о том, что при наличии в информационной картине дня криминальных происшествий, они, скорее всего, будут занимать лидирующие позиции, отодвигая на второй план политические, международные, социальные новости. Функцией этого принципа верстки можно считать стремление угодить интересам целевой аудитории телеканала.

Используется при верстке новостных эфиров и принцип оперативности.

Корреспонденты «НТВ» умеют первыми оказаться на местах событий и сообщить оперативную информацию. Свежие репортажи с прямыми включениями часто бывают на первых местах в программе «Сегодня», отодвигая на второй план другие события. И даже несмотря на то, что информационные поводы для таких сюжетов не всегда имеют первостепенную значимость, функция оперативного информирования аудитории о чем-либо стоит во главе всего.

2.3. Принципы структурирования новостной программы «Сегодня»

Структура новостной программы – понятие широкое. Она зависит от множества факторов, среди которых менталитет зрителей, размер аудитории, формат программы, творческий потенциал команды телеканала, модные течения современного телевидения и многое другое.

«НТВ» – относительно молодая телекомпания, «Сегодня» - молодая программа, не столь отягощенная правилами, нормами, традициями. Структура здесь динамично меняется и приводится в соответствии с возникающей необходимостью.

Ниже мы рассмотрим основные структурные элементы программы «Сегодня».

1. Хронометраж. Вечерняя новостная программа «Сегодня» выходит по будням в 19:00. Хронометраж программы варьируется от 20-25 минут (по пятницам) до 50-55 минут в информационно насыщенные дни. Средний хронометраж: 30-35 минут.

2. «Упаковка». «Упаковка» - это всё то, что презентует потребителю новостную программу. В данное понятие входят логотип, заставка новостей, цветовая гамма, дизайн студии, компьютерная графика и т.п.

Логотип программы остаётся неизменным уже несколько лет: слово «Сегодня» белым цветом на сине-голубом фоне. А вот заставка новостей и дизайн студии подверглись изменениям: преобладающие в оформлении программы на протяжении долгих лет яркие сине-зелёные цвета, в начале сентября 2015 года уступили место новому цветовому решению - нежным оранжево-кремовым и насыщенным, но «мягким» небесно-голубым и синим оттенкам (Приложение 2).

Заставка полностью гармонирует с цветовым оформлением студии. Декорации стали более современными: яркий насыщенный цвет молодой травы заменился на более спокойный синий (Приложение 3).

Новое цветовое решение нужно признать очень удачным. Сочетание цветов создает позитивную атмосферу, не подавляет, не утомляет, тонизирует и одновременно расслабляет зрителя. Оттенки голубого и синего символизируют внутреннюю силу и гармонию. Свежесть этих цветов в сочетании с их успокоительным влиянием помещает их в ряд желательных, поскольку они снимают стресс. Наличие синего и голубого в цветовом оформлении студии, заставках и логотипах новостных программ приветствуется психологами.

Оттенки оранжевого несут теплоту и стимулируют мозг. «Оранжевый: жизнерадостный, учащает пульс, создаёт чувство благополучия, свидетельствует о реализме. Его теплота, часто в сочетании с синим как дополнительным цветом, делает его желательной фоновой деталью» [Цвик 2007, 53].

Компьютерная графика «Сегодня» – на хорошем уровне. В программе активно используют инфографику: карты, графики и диаграммы, живые титры, перебивки и т.д.

3. Ведущие. Как правило, ведущие программы «Сегодня» работают в парах: Лилия Гильдеева и Василий Максименко, Ольга Белова и Игорь Политаев, Елена Спиридонова и Игорь Политаев. Стиль одежды – официальный. У мужчин – костюм, у женщин – платье, джемпер или пиджак. Темп речи – ритмичный, умеренно быстрый. Мимика яркая. Приветствия-прощания ведущих эмоциональны. Они настраивают зрителя на позитивный лад и создают необходимый баланс между «положительным зарядом» обстановки студии и поведения ведущих в кадре и часто отрицательным зарядом новостных «жестких новостей».

4. Анонсы (шпигели). Новостная программа «Сегодня» начинается со шпигелей - анонсов содержания выпуска. В шпигеле используется сжатая

подача основных тезисов сюжетов, обозначаются временные рамки события, их главные герои. Цель шпигелей – облегчить восприятие «путём раздробления информации и привлечения внимания зрителей к передаче» [Кузьмина 2011, с. 173].

Стиль анонсов «Сегодня» - музыкальный фон с ритмичным частым битом. Сюжеты анонсируются корреспондентами программы в быстром темпе, голоса за кадром сдержанны, но эмоциональны.

5. подача информации. Зрителям программы «Сегодня» новости преподносятся персонифицировано, эмоционально, но не предвзято. В программе достаточно эмоциональности, проявлений личностей ведущих и корреспондентов. «Единственный значительный недостаток «Сегодня», отмечаемый экспертами, – недостаточное внимание к регионам, «московский взгляд на провинцию» [Цвик 2007, с. 54].

Краткие, но точные подводки, текстовые «связки» между сюжетами делают восприятие новостей «НТВ» не только более глубоко усваиваемыми, но и комфортным для зрителя.

6. Новостные блоки. Количество сюжетов в вечерней программе «Сегодня», а также получасовой формат выпусков новостей позволяют систематизировать сообщения, сгруппировать их по так называемым блокам, для удобства восприятия телезрителей и для лучшей ориентации аудитории внутри потока информации.

Содержание программы «Сегодня» условно разделяется рекламной паузой на два блока. В первый блок входят так называемые «жёсткие новости» - важная информация, касающаяся всей аудитории. Чаще всего сюда относятся сюжеты, связанные с политикой, экономикой, войнами и конфликтами, острыми социальными вопросами, криминалом.

Во второй блок входят «мягкие новости». Здесь освещаются несколько тем, «которые, как считают социологи, изучавшие аудиторию, интересуют подавляющее большинство телезрителей» [Ершов 2000, [http](#)]. Речь идёт о сюжетах, призванных снять эмоциональное напряжение, которое обычно

остаётся после «жёстких новостей»: материалы о спорте, каких-либо праздниках, забавные истории о животных, людях, прогноз погоды, светская хроника и т.д.

Стоит отметить, что выпуск телевизионных новостей представляет собой открытую, незавершённую структуру, имеющую выход в другие «тексты». Как мы убедились в ходе анализа новостного материала, многие новостные выпуски «Сегодня» содержат множество отсылок к предыдущим или к последующим выпускам.

Кроме того, в новостях «Сегодня» периодически анонсируют другие программы телевизионного канала «НТВ». В студию «Сегодня» приглашаются ведущие таких программ, как «Итоги дня», «Анатомия дня», «Чудо техники», «Большинство», которые интригуют аудиторию темами, освещаемыми в их передачах. Таким образом программа «Сегодня» привлекает внимание к контенту телеканала «НТВ», другим программам в сетке его вещания, стремясь привлечь как можно больше телезрителей, что, в свою очередь, является желаемым результатом для работников медиа.

Выводы к Главе II

В данной главе мы рассмотрели особенности организации новостной программы «Сегодня» на коммерческом телеканале «НТВ». Изучая современные тенденции организации новостной программы, мы пришли к выводу о том, что на сегодняшний день телеканал «НТВ» активно пользуется таким методом подачи журналистской информации и такой формой организации новостных эфиров, как инфотейнмент.

При производстве инфотейнмент-продукта продюсеры и журналисты программы «Сегодня» придерживаются нескольких чётких установок, выработанных в медиасфере к настоящему моменту. Нами было рассмотрено несколько основных особенностей инфотейнмента, находящихся

отражение в современной организации новостной программы «Сегодня», среди них эмоциональная наполненность сюжетов, использование юмора, компьютерной графики, лексических игр, «живой эфир», персонификация, поведение ведущих программы.

Проанализировав эти особенности мы пришли к выводу: они призваны развлечь зрителя и вызвать у него какие-либо эмоции. Материал, сопровождающийся проявлением какой-либо эмоции, лучше фиксируется в памяти, что, возможно, заставит потребителя вернуться к данной программе, каналу в поисках новых впечатлений, что, в свою очередь, является желаемым результатом для работников медиа.

В ходе исследования нами также были изучены принципы и функции верстки новостной программы «Сегодня». Опираясь на проанализированный материал, мы обозначили основные принципы и вытекающие из них функции верстки новостной программы «Сегодня»:

1. Принцип снижения градуса напряжения. Функция - снятие информационного напряжения и драматизма;

2. Принцип ориентации на информационную политику телеканала. Функция – удовлетворение потребностей целевой аудитории;

3. Принцип оперативности. Функция - оперативное информирование аудитории.

В ходе исследования нами также была рассмотрена современная структура вечерних новостей «Сегодня». Особое внимание мы обратили на перемены в компьютерной графике и изменения студийного оформления, поговорили о ведущих, анонсах и принципе подачи информации в новостях. Помимо этого, мы условно разделили содержание программы «Сегодня» на два новостных блока: блок «жестких новостей» и блок «мягких новостей».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Телевизионные новости были и по-прежнему остаются одной из самых эффективных, действенных и социально значимых форм представления и распространения информации. Основная функция новостных программ - превращение фактического материала в информацию о событиях. Достоверность, объективность и оперативность информации, транслируемой с экранов телевизоров – важный фактор получения доверия у аудитории.

Новостные программы чрезвычайно важны для деятельности телеканалов, так как они являются основой телевизионного эфира. Новости стали неотъемлемой частью жизни как самого канала, и так жизни телезрителей, которые получают оперативную и зрелищную информационную сводку посредством новостей.

В 90-е годы XX века отечественное телевидение превратилось в товар. Владельцы многих российских телекомпаний избрали в качестве образца для подражания модель коммерческого телевидения США.

Одной из первых и самых успешных коммерческих телекомпаний в нашей стране стала телекомпания «НТВ». Избранный руководством «НТВ» слоган «Новости — наша профессия», стал отражением довольно простой концепции вещания негосударственной телекомпании: предоставлять аудитории качественные информационные программы.

Начав своё вещание в 90-е годы с новостной программы «Сегодня», «НТВ» очень скоро утвердило себя как лучшая в России информационная телекомпания, а программа «Сегодня» в скором времени стала визитной карточкой канала.

Коммерческая природа «НТВ» не могла не отразиться на новостных программах канала. Стилевое единство, оперативность, стремление к

полноте и объективности освещения событий, соблюдение принципа отделения фактов от мнений – всё это стало отличительным качеством новостных программ «НТВ» и слилось в целостную, единую, принципиально новую для российского телевидения концепцию вещания.

Несмотря на зависимость коммерческих компаний от диктата владельца или корпорации, которой принадлежит СМИ, предпочтений аудитории и рекламодателей, по мнению многих экспертов, модель коммерческого телевидения, ориентированного на запросы и потребности массовой аудитории, является единственной на сегодняшний день приемлемой формой функционирования отечественных телеканалов.

Стремительное развитие технического прогресса, совершенствование информационных технологий, популярность развлекательного контента, вызванная некоторой «усталостью» зрителей от непрерывных потоков информации - всё это значительно повлияло на новостные программы отечественных, в особенности коммерческих телеканалов: изменились приёмы организации программ, стили и методы подачи информации, добавились элементы развлекательности. В результате больших преобразований в телевизионной индустрии возникает новый феномен в СМИ – инфотейнмент, который постепенно находит отражение сразу в нескольких программах телеканала «НТВ», в том числе и в вечерней новостной программе «Сегодня».

Проанализировав несколько основных особенностей инфотейнмента, находящих отражение в современной организации новостной программы «Сегодня» - эмоциональную наполненность, использование юмора, компьютерной графики, лексических игр, персонификацию телепрограмм, «живой эфир» - мы пришли к выводу: они призваны развлечь зрителя и вызвать у него какие-либо эмоции.

В ходе нашего исследования мы изучили принципы и функции верстки новостной программы «Сегодня». Опираясь на

проанализированный материал, мы обозначили основные принципы и функции верстки программы «Сегодня»:

- Принцип снижения градуса напряжения, выполняющий функцию снятия информационного напряжения и драматизма;
- Принцип ориентации на информационную политику телеканала, выполняющий функцию удовлетворения потребностей целевой аудитории;
- Принцип оперативности, выполняющий функцию оперативного информирования аудитории.

Также мы уделили внимание современной структуре вечерних новостей «Сегодня». Особое внимание мы обратили на перемены в компьютерной графике и изменения студийного оформления, поговорили о ведущих, анонсах и принципе подачи информации в новостях. Помимо этого, мы условно разделили содержание программы «Сегодня» на два новостных блока: блок «жестких новостей» (сюжеты, связанные с политикой, экономикой, войнами и конфликтами, острыми социальными вопросами, криминалом) и блок «мягких новостей» (материалы о спорте, каких-либо праздниках, забавные истории о животных, людях, прогноз погоды, светская хроника).

Закончить хотелось бы цитатой В.Л. Цвика: «как бы ни сложилась дальнейшая судьба медиахолдинга, в который входит «НТВ», процесс становления информационной службы канала [...] навсегда останется яркой страницей отечественной телевизионной истории, а «планка» профессионального мастерства, поднятая журналистами «НТВ», будет ориентиром для новых репортеров, берущих в руки микрофон и встающих перед камерой, чтобы рассказать зрителям о новостях дня точно, лаконично, ярко и по-своему.

В этом удивительном сочетании внешней беспристрастности, объективности — именно точности и лаконичности — и глубоко индивидуализированной манеры изложения, по-своему, и кроется, притягательность новостей в интерпретации «НТВ»» [Цвик 2002, 108].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Программа «Сегодня» 2015 год:

1. Выпуск от 04.02.15;
2. Выпуск от 06.02.15;
3. Выпуск от 25.02.15;
4. Выпуск от 20.03.15;
5. Выпуск от 04.04.15;
6. Выпуск от 17.04.15;
7. Выпуск от 03.05.15;
8. Выпуск от 26.05.15;
9. Выпуск от 19.06.15;
10. Выпуск от 09.07.15;
11. Выпуск от 10.07.15;
12. Выпуск от 31.07.15;
13. Выпуск от 04.08.15;
14. Выпуск от 13.08.15;
15. Выпуск от 15.09.15;
16. Выпуск от 18.09.15;
17. Выпуск от 22.09.15;
18. Выпуск от 29.09.15;
19. Выпуск от 19.10.15;
20. Выпуск от 26.10.15;
21. Выпуск от 12.11.15;
22. Выпуск от 11.12.15;

Программа «Сегодня» 2016 год:

23. Выпуск от 15.01.16;
24. Выпуск от 21.01.16;

25. Выпуск от 25.01.16;
26. Выпуск от 26.01.16;
27. Выпуск от 18.02.16;
28. Выпуск от 10.03.16;
29. Выпуск от 11.03.16;
30. Выпуск от 14.03.16;
31. Выпуск от 15.03.16;
32. Выпуск от 23.03.16;
33. Выпуск от 24.03.16;
34. Выпуск от 05.04.16;
35. Выпуск от 20.04.16;
36. Выпуск от 05.05.16;
37. Выпуск от 06.05.16;
38. Выпуск от 12.05.16;
39. Выпуск от 13.05.16;
40. Выпуск от 19.05.16;
41. Выпуск от 20.05.16;
42. Выпуск от 25.05.16;
43. Выпуск от 01.06.16;
44. Выпуск от 08.06.16;
45. Выпуск от 13.06.16.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беспалова А. Г. История мировой журналистики [Текст] / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский, Ю. В. Лучинский, А. И. Станько. Москва – Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. - 432 с.
2. Борецкий Р.А. Телевизионная программа [Текст] / Р.А. Борецкий - М.:НМОГКРТ, 1967. – 214 с.
3. Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках [Электронный ресурс] / А. С. Вартанов. - М.: КДУ; Высшая школа, 2003. - Режим доступа: http://www.studmed.ru/view/vartanov-as-aktualnye-problemy-televizionnogo-tvorchestva-na-televizionnyh-podmostkah_bd4dd7f4815.html
4. Васильева Л. А. Делаем новости! [Текст] / Л. А. Васильева. - М.: Аспект Пресс, 2003. – 188 с.
5. Драгун Е.М. Инфотейнмент как влияние современной медиакультуры [Текст] / дис. ...канд. культ. наук / Е.М. Драгун. – Москва, 2015. – 175 с.
6. Ершов Ю., Бевз Д. Телевизионное производство новостей [Электронный ресурс] / Ю. Ершов, Д. Бевз. – Томск, 2000. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/6226776/>
7. Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ [Электронный ресурс] / Я.Н. Засурский // Национальные модели информационного общества. М., 2004. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/8237275cd12d039fc32568b10037d11e>
8. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России [Электронный ресурс] / Я.Н. Засурский. - М.: Аспект Пресс, 2001. - Режим досутпа: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm>
9. Зверева Н.В. Школа тележурналиста [Текст] / Н.В. Зверева. - Нижний

Новгород: Издательский дом Минакова, 2009. – 272 с.

10. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика [Текст]/ А. В. Колесниченко - М.: «Издательство Московского университета», 2008. – 179 с.

11. Коломиец В.П. Российское телевидение: индустрия и бизнес [Текст] / В.П.Коломиец, И.А.Полуэхтова // Аналитический центр «Видео Интернешнл». - М., 2010. - 304 с.

12. Кондратьев Г. Приемы телевизионной инфографики [Текст] / Г. Кондратьев, А. Скворцов, О. Соловьев. – М.: Группа «Меркатор», 2008. – 38 с.

13. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика [Текст] / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Ю. Юровский – М.: «Высшая школа», 2002. – 304 с.

14. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ [Текст] / Г.В. Кузнецов – М.: «Издательство Московского университета», 2004. – 400 с.

15. Кузнецов Г. В. ТВ журналистика: критерии профессионализма [Текст] / Г. В. Кузнецов. – М.: Высшая школа, 2002. – 220 с.

16. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка [Текст] / С.А. Кузнецов. - СПб.: Норинт, 1998. – 509 с.

17. Кузьмина Н. А. Современный медиатекст [Текст] / Н. А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

18. Лазарева Э.А. Речь журналиста на телевидении [Текст] / Э.А. Лазарева. – Екатеринбург: Изд- во «Уральский университет», 2000. – 82 с.

19. Лазутина Г.В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики [Текст] / Г.В. Лазутина// Вестн. Моск. ун-та, Серия 10, Журналистика, (6), 2010.

20. Михалкович, В. И. О сущности телевидения [Текст] / В. И. Михалкович. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1998. – 27с.

21. Новикова, А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки,

формы и методы воздействия [Текст] / А. А. Новикова – СПб.: Алетейя, 2008. – 208 с.

22. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны [Электронный ресурс] / И.Н. Панарин. - М.: Поколение, 2012. – Режим доступа: <http://www.x-libri.ru:8005/elib/panrn001/index.htm>

23. Попа Е.И. Информация в структуре республиканского вещания [Текст] / Е.И. Попа. - Кишинев, "Штиинца", 1989г. – 119 с.

24. Поцелуев С. П. Политические парадialogи. Монография [Текст] / С. П. Поцелуев. - Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. - 392 с.

25. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е. П. Прохоров - 8-е изд. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 351 с.

26. Саруханов В. А. Азбука телевидения [Текст] / В. А. Саруханов - М.: Аспект-Пресс, 2003. - 320 с.

27. Симакова С.И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов [Текст] / С.И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение – 2015. – с. 163–169.

28. Симакова С.И. Инфографика: визуализация цифрового контента [Текст] / С.И. Симакова // Вестн. Волжск. ун-та им. В.Н. Татищева. – 2012. – No 3. – с. 219 – 226.

29. Солганик Г.Я. Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ [Электронный ресурс] / Г.Я. Солганик. - Медиаскоп. М.: 2009. – Режим доступа: <http://otherreferats.allbest.ru/journalism/00516864.html>

30. Холл С. Мир наедине с собой: Производство новостей, 1972.

31. Цвик В. Л. Реклама как вид журналистики [Текст] / В. Л. Цвик. - Институт современного искусства. М., 2000. – 135 с.

32. Цвик В.Л. Мир новостей: новости мира [Текст] / В.Л. Цвик. - М., 2007. - 102 с.

33. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика [Текст] / В.Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.

34. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России [Текст]

/ В.Л. Цвик, Я.В. Назарова. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 176 с.

35. Черных А.И. Мир современных медиа [Электронный ресурс] / А.И. Черных. - М.: Либерия, 2002. - Режим доступа: <http://unotices.com/book.php?id=136889&page=1>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Видеоинфографика в программе «Сегодня»



Рис 1.1 Трёхмерные города



Рис 1.2. Картография



Рис. 1.3 Картография



Рис. 1.4 Живые титры



Рис. 1.5 Живые титры



Рис. 1.6 Графики и диаграммы



Рис. 1.7 Графики и диаграммы



Рис. 1.8 Графики и диаграммы



Рис.1.9 Перебивки



Рис. 1.10 Перебивки

Оформление заставки новостной программы «Сегодня»



Рис. 2.1 2015 год (январь - сентябрь)



Рис. 2.2. 2016 год (с сентября по настоящее время)

Приложение 3

Оформление студии новостной программы «Сегодня»



Рис. 3.1. 2015 год (январь - сентябрь)



Рис. 3.2. 2016 год (с сентября по настоящее время)

