**Содержание:**

**Введение**

Глава 1. Специальные проекты в контексте телевизионного вещания

* 1. Из истории появления специальных проектов на телевидении
	2. Функциональное значение специальных проектов на белорусских телеканалах

Глава 2. Методика работы тележурналиста отдела специальных проектов (на примере дирекции специальных проектов ЗАО «Второй национальный телеканал»)

2.1. Из истории дирекции специальных проектов ЗАО «Второй национальный телеканал»

2.2. Жанрово-тематическая характеристика программ дирекции специальных проектов ОНТ

2.3. Особенности работы тележурналиста в проектах телеканала ОНТ «Академия талантов», «Добро пожаловать в Беларусь», «Один против всех»

**Заключение**

**Список литературы**

**Введение**

Белорусские телеканалы готовы предоставить своему зрителю огромный спектр программ – от новостей и аналитики до совершенно разноплановых развлекательных проектов. Развлекательное вещание телеканалов представлено познавательно-развлекательными, культурно-просветительскими программами, художественными игровыми фильмами, многосерийными фильмами, сериалами и музыкально-развлекательными проектами. Последние не так давно появились на белорусском телевидении, в основном это программы, предназначенные для удовлетворения эстетических потребностей аудитории.

В последнее время именно эта часть телевизионного эфира наиболее востребована. Сейчас все больше и больше ресурсов тратится на создание качественного развлекательного контента, который не будет уступать зарубежным программам. Конечно, телевидение остается в первую очередь поставщиком информации, однако предпочтения аудитории повторяют уже сложившуюся структуру телевизионного вещания, как российского, так и белорусского. 69,2% аудитории привлекают в первую очередь новости, информация о последних событиях, 65.2% – развлекательные программы [13, с. 66].

Специальные проекты зачастую охватывают большую часть развлекательного вещания белорусских телеканалов. Под термином «развлекательное вещание» в данной курсовой работе мы будем понимать блок программ, в первую очередь направленных на достижение зрителем рекреационной (т.е. восстановительной) функции телевидения, но затрагивающих также культурно-просветительскую, интегративную, образовательную и социально-воспитательную функции [см. 23, с. 32-34].

**Актуальность темы** курсовой работы обусловлена возросшим интересом аудитории к такому сегменту телевизионной продукции, как специальные проекты, а также, собственно, развитием этого вида телевизионной журналистики. Практически каждый телевизионный сезон на отечественных телеканалах появляются новые проекты, совершенствуются старые, создаются и покупаются новые форматы.

Автор работы подробно изучила специфику работы дирекции специальных проектов ЗАО «Второй национальный телеканал», что легло в основу эмпирической базы исследования.

**Цель** данной курсовой работы: проанализировать методику работы журналиста в отделе специальных проектов на конкретном примере.

Для достижения данной цели автором поставлены следующие **задачи**:

* Дать историческую справку о появлении специальных проектов на белорусском телевидении;
* обозначить функциональное значение специальных проектов;
* определить наиболее популярные виды и жанры специальных проектов;
* рассмотреть особенности психологического влияния специальных проектов на аудиторию;
* на примере программ «Академия талантов», «Добро пожаловать в Беларусь», «Один против всех» определить методику работы тележурналистов в дирекции специальных проектов телеканала ОНТ;
* выделить основные недостатки и сложности в работе тележурналиста отдела специальных, а также определить пути решения этих проблем;
* рассмотреть перспективные направления работы дирекции специальных проектов телеканала ОНТ.

**Объектом исследования** в работе выступает отдел специальных проектов телеканала ОНТ.

**Предмет исследования**: методика работы тележурналиста в дирекции специальных проектов телеканала ОНТ, в частности, в программах «Академия талантов», «Добро пожаловать в Беларусь», «Один против всех».

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды белорусских, российских и зарубежных ученых по телевизионной журналистике (Р.А. Борецкий, А.С, Вартанов, И.Н. Кемарская, Г.В. Кузнецов, Т.Д. Орлова, Д.Л. Яконюк), а также материалы международных научно-практических конференций.

В курсовой работе были использованы описательный, аналитический и сопоставительный методы.

**Новизна** исследования заключается в том, что автор на собственном опыте описывает методику работы тележурналиста в конкретных программах белорусского телевидения, акцентируя внимание на сложностях, с которыми приходится сталкиваться во время подготовки программ. Также основываясь на собственном исследовании и на исследованиях специалистов в области телевизионной журналистики, автор анализирует перспективные направления развития развлекательного вещания телеканала.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. А так же приложения, в котором можно ознакомиться с фотографиями сосъемочных площадок проектов, о которых говорится в работе.

**Глава 1. Специальные проекты в контексте телевизионного вещания**

* 1. **Из истории появления специальных проектов**

Для более четкого понимания стоит отметить, что отделы специальных проектов на всех белорусских телеканалах в первую очередь занимаются созданием развлекательного контента телеканала. Поэтому, говоря об отделах спецпроектов, в работе будет подразумеваться именно развлекательное вещания телеканалов.

По мнению автора книги «Современные телевизионные зрелища» А. Новиковой истоки развлекательного вещания следует искать в эстрадном искусстве. Ведь эстрадное искусство, отлично чувствовавшее себя в телевизионном эфире в 1950-1960 гг., сегодня не только продолжает занимать значительное место в сетке вещания большинства отечественных телеканалов, но и проникает практически во все жанры и направления вещания. Что касается советской телевизионной эстрады, то она была представлена в эфире трансляцией эстрадных концертов, которые при помощи монтажа адаптировались к специфике телевидения. Особое место занимали телевизионные концерты, состоявшие из записи эстрадных номеров, взятых из контекста других программ, для которых они создавались (музыкальные телефильмы, «Голубые огоньки» и т.д.) [см. 30, с. 14-16].

Что касается белорусского развлекательного вещания, то важно отметить: основное развитие такой тип вещания получил в послевоенные годы. До этого времени телевидение служило, в первую очередь, для информирования населения.

Что касается довоенного телевидения, то основой развлекательных программ были эстрада и фрагменты театральных (по преимуществу оперных и балетных) спектаклей и кинофильмы. Но большая часть вещания была информационной. По телевидению выступали видные государственные деятели, ученые, значимые люди страны. Например, в 1936 году в телепередачах приняли участие известные рабочие – Стаханов, Дюканов, Кандедалов. А в августе этого же года в студию приехали только что вернувшиеся в Москву после перелета на Дальний Восток герои-летчики – Чкалов, Беляков, Байдуков [см. 34, с. 54].

Во время войны передачи были прекращены. Но сразу после победы, особенно во второй половине пятидесятых, телевидение в СССР стало бурно развиваться. Именно 50-60-е гг. были временем возникновения массового ТВ, которое впоследствии станет всесоюзным и многопрограммным.

По мере того, как телевидение из средства трансляции произведений искусства превращалось в средство массовой информации, менялись формы и содержание телепрограмм. Именно в 60-е гг. бурно развивается публицистика, в основном завершается процесс становления телевизионных программ, определяются жанры и формы документального вещания, определяются тенденции вещания развлекательного.

Многие из программ, появившиеся на телеэкране, определяют лицо ТВ на много лет вперед: «КВН» и «Эстафета новостей» (1961), «Рассказы и героизме» С.С, Смирновой и «Голубой огонек» (1962), «Время» (1968). В это же время рождаются телепередачи, которые просуществовали на экранах более 30 лет («Кинопанорама», «Клуб кинопутешественников», «Здоровье», «Музыкальный киоск»).

В развлекательном вещании 60-х гг. на первое место стали выдвигаться так называемые «разговорные жанры» – интервью, дискуссия, выступление, т.е. тележурналистика в целом выявила свое сущностное отличие от печати и радио в процессе персонификации [см. 34, с. 58-59].

70-е годы вошли в историю телевидения как годы социального застоя. Из эфира были убраны все «живые» передачи: «Эстафета новостей», «КВН» и др. Все было нацелено на то, чтобы не допустить в эфир оригинальных суждений, большая часть передач (90%) начинает выходить в записи.

 В таких условиях успеха добиваются создатели передач, которые носят образовательное направление, – «Очевидное-невероятное», «Клуб кинопутешествий», «В мире животных», «Здоровье».

После августовского путча в 1991 г. для белорусского телевидения начался новый этап. Наступил сложный период становления принципиально новой системы вещания. Белорусским программам было сложно конкурировать с российскими: интерес аудитории стал катастрофически падать (в начале 2000 г. аудитория телезрителей составляла 9% по республике). Была очевидна необходимость дальнейших качественных изменений национального вещания.

В мае 2000 года государственный телеканал Беларуси сменил свое название: на территории нашей страны начал работу Первый национальный телеканал. Существенно изменилась программная политика, часть программ была исключена из эфира.

Трансформация функциональных и структурных особенностей республиканского телевидения получила свое воплощение в создании новых телевизионных каналов, перепрофилировании уже существующих. Так, новым явлением стало появление телеканала СТВ («Столичное телевидение»), эфирный день которого основывался как на собственном контенте, так и на содержании российского канала «РенТВ».

В июне 2002 года был открыт еще один телеканал – ОНТ (ЗАО «Второй национальный телеканал»), который был создан на базе российского ОРТ под девизом «Не вместо, а вместе». И хотя первоначально эфирный день был невелик, сейчас, 11 лет спустя, телеканал ОНТ является одним из основных поставщиков развлекательного вещания в стране [см. 34, с. 60-68].

После окончательного формирования сети телеканалов страны, стали развиваться различные направления, в том числе отделы специальных проектов для производства развлекательных программ.

* 1. **Функциональное значение специальных проектов на белорусских телеканалах**

За время существования белорусского телевидения сложилось представление о его основных видах. В наиболее общей форме весь программный материал подразделяется на две большие сферы: **общественно-политическое вещание и художественное.** Первая сфера охватывает информационное и пропагандистское вещание, а также в своей основной части вещание для детей и молодёжи. Во вторую сферу входят литературно-драматические и музыкальные программы[см. 30, с. 29-31].

Чтобы определить функциональное значение развлекательных программ, разберёмся, что же такое “функция”. Слово это латинского происхождения, “function”означает «обязанность, назначение, исполнение, характер деятельности» [38, с. 36]. Смысл существования средства массовой информации заключается в обязательном выполнении назначенной ему деятельности. Итак, вспомним, какие функции выполняют средства массовой информации.

**Информационная.** Каждый человек имеет право на получение интересующей информации без каких-либо ограничений. Люди хотят знать факты, и журналисты обязаны сообщать им именно факты, а не своё мнение об этих фактах. Но это не значит, что журналистская информация всегда лишена какой-либо тональности и окраски. Всё дело в том, какая задача стоит перед журналистом. В развлекательном телевещании информация редко подается без собственного мнения журналиста (исключение – программы, состоящие на 100 % из лайфов, т. е. видеоряда с интершумом без какого-либо участия журналиста – «Дневники «Мисс Беларусь», «Дневники «Мисс Интерконтиненталь» и т.д.).

* **Коммуникативная** – функция общения, налаживания контакта. В современном обществе, разобщённом государственными границами, национальными особенностями, религиозными пристрастиями и материальным неравенством, ни один идеологический институт не может выполнять той консолидирующей роли, какую играют средства массовой информации. Эта функция – главенствующая в формировании программной и вещательной политики телеканалов. Например, интегративную функцию с успехом выполнил проект «Добро пожаловать в Беларусь», в котором иностранцы получили возможность посмотреть на нашу страну, пообщаться с ее жителями, узнать об истории, культуре и промышленности.
* **Организаторская (сподвижническая, гуманитарная)**. На следующий день после видеосюжетов о теракте в метро 11 апреля 2011 г. во всех медучреждениях столицы стояли огромные очереди добровольцев, желающих сдать кровь. В развлекательных программах организаторская функция проявляется, возможно, не так выразительно, но также имеет своё место. Наиболее ярко организаторская функция проявилась в проекте «Я пою!», когда многие рекламные партнеры добровольно стали помогать детям, давать различные возможности для реализации своих талантов.
* **Культурно-просветительская** – распространение в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитание духовно богатой личности. Наиболее яркие примеры культурно-образовательных (немузыкальных) программ: «Дыхание планеты», «Клуб кинопутешественников». Программа «Добро пожаловать в Беларусь» (ОНТ) рассказывает о самых интересных и красивых местах нашей страны, которыми белорусы могут гордиться. Редакторы программы показали как известные места по-новому, так и никому неизвестные достопримечательности. Кроме этого, документально-исторический цикл «Обратный отсчет» успешно выполняет культурно-просветительскую функцию, рассказывая о неизвестных и малоизвестных фактах белорусской истории.
* **Рекламно-справочная** – удовлетворение запросов в связи с предпочтениями людей (сад, огород, спорт, коллекционирование).
* **Рекреационная** (развлечение, снятие напряжения). Эту функцию выполняет большинство развлекательных проектов вне зависимости от тематики: «Академия талантов», «Я люблю Беларусь», «Я пою!» и др.
* **Идеологическая (пропагандистская, социально-ориентирующая)** − стремление оказать влияние на мировоззрение и ценностные ориентиры аудитории, на самосознание людей, их идеалы, стремления, поведение. Если в информационном вещании она проявляется в донесении до граждан существующих нормативных актов, законов и предписаний, то развлекательное вещание, по мнению многих исследователей, используется, скорее, как способ отвлечения. Идеологическую функцию выполняли гала-концерты телеканала ОНТ «Беларусь в моем сердце», «Беларусь – это мы», проект «Я люблю Беларусь» и проект «Добро пожаловать в Беларусь»[см. 38, с. 40-53].

Таким образом, рассмотрев различные фукнции средств массовой информации, автор приходит к выводу, что отделы специальных проектов реализовывают практически весь спектр функций, но, конечно, наиболее полно выполняют информационную функцию, культурно-просветительскую, рекреативную, рекламную.

*Особенности психологического влияния развлекательного вещания.*

С одной строны, развлекательное вещание помогает зрителю расслабиться, дает повод для беседы и пищу для размышлений. Но кроме положительного эффекта от ТВ, есть и отрицательный, когда человек не может предствить свой день или вечер без традиционного просмотра телевизора.

Телевизор стал членом семьи. Социологи знают, что  традиция  просмотра телевидения настолько сильна, что во многих домах он работает фоном. Во время телефонных вопросов такие  пассивные зрители  честно отвечают, что телевизор включен, но что именно по нему показывают, неизвестно. Споры о дурном влиянии телевидения происходят и вокруг опасных образцов поведения, которые зритель усваивает, просматривая криминальную хронику, скандальные ток-шоу, выпуски новостей. Но с одинаковым успехом усваиваются не только плохие, но и хорошие модели поведения. Работает механизм идентификации с героями программ. Если зритель чувствует сходство, он с внутренним энтузиазмом подражает телевизионному персонажу в реальности.

Психотерапевтическая роль телевидения состоит в том, что оно:

1. в значительной мере решает проблему досуга для большинства населения. Те, кто не может попасть на концерт или пойти в клуб, могут это делать у себя дома.
2. телевизор создает иллюзию общения, спасает от одиночества**.**Зрителю приятно, что рядом с ним кто-то есть, и этот кто-то к нему обращается: «Дорогие телезрители…Хочу вам показать… А как вы считаете? ….». Для людей, прикованных к постели или к инвалидному креслу, телевизор действительно остается едва ли не единственным окном в мир. Для пожилых людей — это тоже спасительное средство от одиночества.
3. телевизор иногда помогает выжить психологически. Показ любовных историй и мелодраматических сериалов помогает человеку пережить катарсис, очищение, которого трудно добиться даже во время психотерапевтических сеансов.

Телевизор сегодня — это тест на интеллект, чувство юмора, личностную зрелость, социальную мобильность, идеологическую ангажированность. Рассказать о том, что смотрит семья по телевизору, это значит рассказать о них все. Их вкусы, привычки, живые спонтанные реакции, ночные кошмары, томительные ожидания и верования. Человек — то, что он смотрит  по телевизору. На самом деле, скрытых психологических эффектов   телевидения, комплексов, которые оно эксплуатирует, очень много. Важно, чтобы они использовались правильно и во благо телезрителю.

**Глава 2. Методика работы тележурналиста отдела специальных проектов (на примере дирекции специальных проектов ЗАО «Второй национальный телеканал»)**

**2.1. Из истории дирекции специальных проектов ЗАО «Второй национальный телеканал»**

ЗАО «Второй национальный телеканал» создано в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 15 февраля 2002 года.ОНТ как аудиовизуальное средство массовой информациизарегистрировано решением Минского горисполкома от 19 марта 2002 года.

С первого дня вещания ОНТ ежедневно, в прямом эфире, выходят «Наши новости», информирующие о важных событиях в жизни нашей страны и за рубежом.Корреспондентские пункты открыты в Могилеве, Витебске, Бресте, Гродно и Гомеле. Также создана корреспондентская сеть в более чем 15 странах дальнего и ближнего зарубежья.

  «Телеканал ОНТ начинал с выпусков «Наших новостей», которые отвечают традициям качественной европейской журналистики; сильными сторонами телеканала стали также документальный кинопоказ, оригинальные телеверсии концертов и праздничные шоу-программы» [18, с. 87] .

Покупка телевизионных «форматов», по мнению Олега Лепешенкова, ведущего новостей телеканала ОНТ, стала причиной того, что за ОНТ закрепился имидж современного телеканала.

В междунароной правовой терминологии «форматом» принято называть совокупность сведений и материалов, определяющих творческую концепцию произведения (телепрограммы, шоу, игры и т.д.) и существенные элементы ее практической реализации. В объем понятия также входят описание сюжетных линий (идей), правил проведения программы, типов ведущего (ведущих) и иных персонажей, манеры их поведения, хронологическая последовательность действий и событий, деталидекораций и сценографии, музыкальное сопровождение, хронометраж и иные творческие и технические элементы телевизионной программы. С практической точки зрения, формат – это уже опробованный в телеэфире проект, обещающий определенные рейтиги и снижающий, таким образом, коммерческие риски для компании-производителя[18, с. 87].Именно поэтому становление развлекательного вещания телеканала ОНТ началось с покупки форматов. Программы с определенным рейтингом и рассчитанные на определенную аудиторию смогли сформировать постоянную аудиторию телеканала.

Одним из первых форматов, появившихся в белорусском телеэфире, стал проект «Звездный цирк». Это был собственный адаптированный телевизионный продукт, произведенный по лицензии с белорусским участием. Кстати, в Беларуси этот проект вышел на телеэкраны раньше, чем в России [18, с. 88].

Плюс разработанных зарубежных форматов еще и в том,что зачастую из десятков запускаемых проектов лишь один становится успешным. А когда выбираешь из известных проектов, нет необходимостии тратить деньги на эксперимент.

Телеканал ОНТ в этом отношении довольно быстро прошел существенную эволюцию от приобретения лицензий и производства до разработки и запуска собственных форматов. Но и купленный формат, например, «Звездного цирка» был существенно переработан творческой группой телеканала. К примеру, в итальянском цирке больше внимания было уделено обсуждениям, у нас – действию, выступлениям артистов. Причем номера, по сравнению с итальянской версией, готовились даже более сложные и экстремальные.

После «Звездного цирка» были проекты «Две звезды», «Великолепная пятерка», «Приданое для невесты». Они, хотя и разрабатывались уже на основе существующих форматов, оказались изменены столь значительно, что превратились в самостоятельные проекты.

Современное телевидение во многом интернационально и готово перенимать мировой опыт. Сотрудничество является коммерчески выгодным: масштабные проекты, которые сложно было бы взять на себя одному телеканалу, готовят сообща. Ярким примером этому служат «Битва титанов» и «Зачистка» (в российской версии «Жестокие игры»).

К проектам, созданным по лицензии, можно отнести следующие: игровое шоу «Я люблю Беларусь» (лицензия и формат принадлежат голландской компании TalpaDistributionB.V.»); интеллектуальную игру «Один против всех» (лицензия и формат принадлежат голландской компании «Endemol»); некоторое время назад в эфире телеканала выходили лицензионные программы «Обмен женами» (созданный по лицензии британской компании «ZODIAK»), «Давай поженимся!» (аналог проекта Первого канала (Россия).

Большую часть развлекательного контента можно отнести к собственным проектам, разработанным творческой группой телеканала ОНТ: режиссёрами, сценаристами, продюсерами и редакторами. К собственным творческим проектам можно отнести развлекательные шоу выходного дня «Эстрадный коктейль», «Академия талантов», «Я пою!», «Музыкальные вечера в Мирском замке», проекты «Твоя территория», «Рыцарский турнир в Мирском замке» и пр.

Особенностью развлекательного вещания ОНТ является организация и трансляция масштабных республиканских и международных проектов, таких как республиканская акция «Беларусь – это мы», «Беларусь в моем сердце», музыкальные проекты «Песня года Беларуси», «Музыкальные вечера в Мирском замке», международные проекты «Мисс Интерконтиненталь», «MissSupranational».

Кроме шоу-жанров, телеканал производит собственные документальные проекты, такие как «Города-герои», «Обратный отсчет», «Кинометры войны», «История победы», «Новейшая история» и т.д. Сейчас в эфирной сетке телеканала присутствуют практически все современные форматы.

На основе эмпирической базы, собранной автором работы, можно сделать выводы о становлении и развитии отдела специальных проектов телеканала ОНТ. В первую очередь необходимо отметить, что вещание ОНТ началось чуть более 10 лет назад, за это время творческая группа телеканала освоила практически все современные телевизионные форматы и жанры. Зрители телеканала знают, что развлекательное вещание ОНТ – это качественный продукт, разнообразный по содержанию и охвату аудитории.

**2.2. Жанрово-тематическая характеристика программ дирекции специальных проектов ОНТ**

В своей книге «Мастацкаевяшчанне на радыёiтэлебачаннi» Д.Л. Яконюк приводит следующие виды художественного вещания. В основе данной классификации лежит разделение искусства на виды. Итак, художественное вещание разделяется на:

* литературно-драматическое (теледраматургия, информация и публицистика на основе драматургии, прозы или поэзии);
* музыкальное (трансляции и ретрансляции, музыкальная информация и публицистика, фольклор);
* художественно-информационное и художественно-публицистическое;
* видеокино (документальные и игровые телесериалы, блокбастеры);
* ретрансляция фильмов;

Отдельными пунктами идут художественно-публицистично-развлекательное вещание (телеигры, конкурсы, клубы знатоков, КВН, комедии ситуаций) и социально-психологическое (коммуникационное) художественное вещание. Под ним подразумевается разговорно-художественное «шоу-калейдоскоп» [см. 42, с. 18-19].

 Также в художественном вещании на телевидении выделяют следующие жанры художественного вещания:

*Группа репродуктивных жанров* (технических «формажанров») – концерт (шоу)-трансляция, репортаж-трансляция, ретрансляция.

*Группа жанров художественной публицистики* (публицистики в соответствии с видами искусства):

1. очерковая группа (зарисовка, эссе, документально-художественная теледрама, телеочерк), например, истории детей в шоу «Я пою!» (ОНТ) – это художественные зарисовки или очерки;
2. художественно-публицистические типы репортажей (с концерта, с фестиваля, с акции об искусстве), например, дневники проекта «Мисс Беларусь» (ОНТ);
3. художественно-публицистические типы интервью, например, интервью с продюсерами проекта «Академия талантов» (ОНТ) или с очевидцами событий в документальном проекте «Обратный отсчет» (ОНТ);
4. ток-шоу, например, «Давай поженимся!» (ОНТ);
5. документально-художественные телефильмы, например, практически каждая серия «Обратного отсчета» (ОНТ);
6. документальный телесериал;
7. художественный телемарафон;
8. авторская цикловая художественная программа;
9. развлекательно-художественная телепрограмма, например, «Я люблю Беларусь», «Добро пожаловать в Беларусь», «Академия талантов» (ОНТ).

*Группа жанров телеискусства:*

1. жанры теледраматургии – телеспектакль, телеопера, телебалет, телесериал (игровое телекино или телефильм);
2. телекомпозиция (синтез картинки, музыки и слов);
3. видеоклип;
4. видеозарисовка, например, визитки в проекте «Обмен женами» или «Добро пожаловать в Беларусь» (ОНТ);
5. электронное эссе (компьютерный синтез графики, цвета, звука) [см. 42, с. 18-19].

Для более предметного анализа программ развлекательного вещания телеканала ОНТ, рассмотрим их в видовом и жанровом аспекте. Проекты условно можно разделить на музыкальные, развлекательные, интеллектуальные, социальные, документальные. Среди жанров автор выделяет ток-шоу, реалити-шоу, телевикторина, конкурс, телеигра, документальный проект и др. Разумеется, не все проекты можно разделить по этим критериям, так же как и в жанровом отношении на телевидении не часто можно встретить проект, обладающий признаками лишь одного жанра. Чаще всего мы сталкиваемся с совокупностью жанров, видов и тематик в одном проекте.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Название проекта  | Время выхода в эфир/ Описание проекта | Жанрово-тематическая характеристика |
| 1 | «Академия талантов-2» | Суббота, 18:55 / Продюсерское шоу, которое помогает молодым людям попробовать себя на большой сцене. | Музыкальное шоу; |
| 2 | «Я люблю Беларусь» | Воскресенье, 18:50 / Телевикторина, основанная на вопросах, песнях, сюжетах и шутках о Беларуси. | Развлекательная телевикторина о Беларуси; |
| 3 | «Один против всех» | Суббота, 18:00 / Интеллектуальная игра, в которой главный игрок вступает в противоборство с залом. | Интеллектуальная игра; |
| 4 | «Что? Где? Когда?» вБеларуси». | Пятница, 22:45 / Интеллектуальный конкурс знатоков, где они отвечают на вопросы телезрителей. | Интеллектуальная игра; |
| 5 | «Брэйн-ринг» | Воскресенье, 11:25 / Интеллектуальная командная игра. | Интеллектуальная командная игра; |
| 6 | «Я пою-3» | Суббота, 18:30 / Программа, которая дает возможность детям из неполных и многодетных семей заниматься музыкой и выступать на большой сцене со звездами мировой и белорусской сцены. | Социальное музыкальное телевизионное шоу; |
| 7 | «Эстрадный коктейль» | Снимается / Развлекательная музыкальная программа, в которой представлены все интересные и качественные музыкальные проекты нашей страны всех направлений (фольк, рок, альтернатива, поп, каверы, инструментальная музыка и др.). | Музыкальное шоу-концерт; |
| 8 | «Добро пожаловать в Беларусь» | Сентябрь-декабрь 2012 / Проект о путешествии иностранных семей по белорусским областям, помогает белорусам посмотреть на свою страну глазами гостей. | Документально-познавательный проект о Беларуси; |
| 9 | «Обмен женами» | 2011-2012 гг. / Реалити-шоу о семейной жизни, в котором женщины на неделю переезжают в другую семью и пытаются жить там по правилам чужого дома. | Документальное реалити-шоу; |
| 10 | «Песнiмаёйкраiны» | Декабрь-февраль 2012-2013 гг. / Музыкальный конкурс среди народных коллективов всей страны. | Музыкальный конкурс; |
| 11 | «Музыкальные вечера в Мирском замке» | Раз в год / Серия концертов различных направлений у стен древнего Мирского замка. | Музыкальное шоу-концерт; |
| 12 | «Рыцарский турнир в Мирском замке» | Сентябрь 2012 / Документально-познавательное телешоу о рыцарском движении и истории рыцарских турниров, основанное на ежегодном международном рыцарском турнире, который проходит в Мирском замке. | Документально-познавательный проект; |
| 13 | «Твоя территория» | 2011 г. / Городские игры, снятые в формате телешоу. Две команды выполняют определенные миссии. Побеждает та, которая быстрее выполнит все задания. | Квест-шоу; |
| 14 | «Мисс Беларусь» | Раз в 2 года / Национальный конкурс красоты. | Конкурс; |
| 15 | «Песня года в Беларуси» | Ежегодно /Ежегодное подведение итогов музыкальной жизни страны; | Концерт; |
| 16 | «Мисс Интеркон-тиненталь» | Разовый проект / Международный конкурс красоты. | Конкурс красоты; |
| 17 | «MissSupra-national»  | 2013 г. / Международный конкурс красоты. | Конкурс красоты; |
| 18 | «Гордость нации» | 2011-2012 гг./ Проект о белорусах, которые совершили подвиг, поступок и стали гордостью нации. | Социальный телевизионный проект; |
| 19 | «Битва титанов» | Готовится к выходу/ Экстремальная телеигра, в которой соревнования проходят от 4 до 12 стран. Непременный атрибут «Битвы титанов»– конкурсы с быками. | Телеигра; |
| 20 | «Давай поженимся!» | 2009-2010гг./ Ток-шоу, в котором люди пытаются найти свою вторую половинку прямо в студии телеканала ОНТ. | Ток-шоу; |

На основании данных таблицы автор исследования может сделать выводы о жанрово-тематической наполненности развлекательного вещания телеканала ОНТ.

На основании диаграммы видно, что в сетке вещания телеканала представлены или были представлены практически все современные форматы и жанры, особое внимание телеканал ОНТ уделяет музыкальным проектам, поскольку они занимают лидирующее место среди всего контента, далее по популярности следуют телеигры различных форматов. Надо сказать, что многие форматы телеигр выходят на телеканале ОНТ уже продолжительный период времени («Один против всех», «Что? Где? Когда?» в Беларуси»), что свидетельствует о популярности этого направления развлекательного вещания.

Отдельно нужно сказать про наиболее удачные собственные проекты телеканала. Таким можно назвать проект «Я пою!», который получил Гран-при на Национальном телевизионной конкурсе «Телевершина». Три сезона удачно стартовали, и сейчас четвертый готовится к выходу в эфир.Творческая группа ОНТ не боится заниматься сложными форматами, такими как реалити-шоу и городские игры. Примерами стали проекты «Обмен женами» и «Твоя территория».

**2.3. Особенности работы тележурналиста в проектах телеканала ОНТ «Академия талантов», «Добро пожаловать в Беларусь», «Один против всех»**

**Проект «Добро пожаловать в Беларусь».** Осенью 2012 года телеканал ОНТ начал показ абсолютно нового оригинального проекта «Добро пожаловать в Беларусь», главными героями которого стали зарубежные гости. Суть проекта заключается в том, чтобы познакомить граждан иностранных государств с культурой и достопримечательностями Беларуси. В проекте приняли участие семьи из США, Германии, Франции, Южной Кореи, Китая и Испании. Перед каждой из них была поставлена задача как можно подробнее изучить достопримечательности одной из областей нашей страны. Этот проект рассчитан в первую очередь на граждан Беларуси, которые смогут больше узнать о стране, совершить виртуальное путешествие по самым отдаленным ее уголкам.

В распоряжении каждой семьи было четыре дня, в течение которых организаторы представили Беларусь во всей красе. Так, гости не только дегустировали блюда национальной белорусской кухни, но и смогли посетить такие объекты, как спортивный комплекс «Минск-Арена» и Национальную библиотеку, спуститься в солигорские шахты и даже встретиться с белорусским сообществом байкеров.

Главная задача проекта – посмотреть на Беларусь глазами иностранных гостей и в очередной раз убедиться в её удивительной многогранности. Работу журналиста в проекте «Добро пожаловать в Беларусь» можно разделить на несколько этапов: разработка и формирование концепции проекта, подготовительный период, съемочный период, пост-продакшн.

*Разработка и формирование концепции проекта.* Проект «Добро пожаловать в Беларусь» – собственный творческий проект телеканала ОНТ. Его идею разрабатывали редакторы, режиссеры, сценаристы и продюсеры проекта. Первоначально задумывалось снять реалити-шоу о путешествии иностранцев по белорусским городам.

Что касается структуры программы, то она проста и логична. Съемка начинается прямо с трапа самолета, на котором прилетают гости. Их встречает ведущий (это либо Валерий Кащеев, либо Иван Подрез). После короткого интервью, о том, как прошел перелет, начинается визитка. В ней дается краткая информация об иностранцах. Каждый день гости получают задание от ведущего, в котором написано, какую достопримечательность той или иной области им необходимо посетить. Кроме этого они самостоятельно могут менять маршрут, заходить в музеи и любые другие места (магазины, кафе). Все путешествие длится 4 дня. У каждой программы есть лейтмотив.

Например, американцы, отец и сын – заядлые рыбаки, следовательно, они не только путешествуют по стране, но и отправляются на рыбалку в один из дней. Корейцы пропагандируют здоровый образ жизни, поэтому для них приготовлен чай на травах, мед и баня.

*Подготовительный период.* После того, как концепция проекта была готова и полностью одобрена, редакторско-режиссерская группа приступила к подготовительной части. Во-первых, необходимо было найти героев. В ход пошли и личные контакты, и информация из посольств. Кроме этого, очень помогла анкета на сайте телеканала ОНТ. Для шоу было важно, чтобы семьи никогда ранее не были ни в Беларуси, ни в русскоговорящих странах или на постсоветском пространстве.

Следующий этап подготовки – *написание сценария для съемок.* Редакторам необходимо было выбрать точки съемок для каждой области. Во всех сценариях редакторы отталкивались от анкеты, которую заполняли герои. В Брестскую область отправилась семья из Южной Кореи, которая мечтала познакомиться с белорусской природой, ведь она сильно отличается от корейской.

*Съемочный период.* Съемки – это ключевой момент работы всей телевизионной группы. От них зависит конечный успех и качество продукции. Если сумели взять материал – есть из чего складывать передачу, не сумели – монтаж может лишь приуменьшить провал, но полностью исправить все не может. На проекте «Добро пожаловать в Беларусь» в задачу редактора входило подготовить группу к съемкам. В состав группы входило 10 человек – режиссер, редактор, 2 оператора, 2 водителя, осветитель, звукорежиссер, переводчик и ведущий.

В принципе, при хорошей предварительной подготовке и наличии режиссера, съемочный процесс проходит гладко. Единственная проблема, с которой съемочная группа столкнулась, – это чересчур плотный график. В своем стремлении за 4 дня показать все достопримечательности Брестской области, редакторы не рассчитали время. Кроме этого каждый день нужно было еще записать интервью. Поэтому каждый съемочный день заканчивался не раньше полуночи. Самое сложное – получить живые эмоции на интервью у очень уставших героев. Но в большинстве случаев редактору это удавалось. После окончания съемок можно сделать следующие выводы о работе телевизионного редактора на выездных съемках. Журналист в отделе специальных проектов должен:

1. уметь поддерживать в героях программы рабочий настрой пока группа готовится к съемке; примером этому может служить ситуация на съемках программы от 22.09.12, когда гости выехали из Минска в 7 утра, посетили Музей истории железнодорожной техники в Барановичах, приехали в Брест, осмотрели Брестскую крепость. В этот момент их силы были на исходе, и единственным желанием было отправиться в гостиницу. Но съемочной группе удалось приободрить гостей и они с удовольствием посетили церемонию зажжения уличных фонарей. Это нашло свое отражение в программе: *«Это был очень счастливый момент. Когда посреди мрака зажигаешь фонарь, все вокруг освещается, осознаешь, сколько всего ты можешь сделать для этого мира. Когда у кого-то тяжело на душе, я могу зажечь фонарь и передать частицу света, радости этому человеку. Зажигая фонарь, мне пришла мысль о том, что для этого мира можно и нужно сделать много хороших дел»* (программа «Добро пожаловать в Беларусь» от 22.09.12 г.).
2. быть готовым помочь герою в выборе костюма для съемки;
3. в форс-мажорных ситуациях быть готовым, не впадая в панику, переснять бракованный материал заново.

*Постпродакшн.* После каждых успешных съемок есть период сбора программы в готовый телевизионный продукт. Каждая съемочная группа телепроекта «Добро пожаловать в Беларусь» привезла с собой примерно 15 часов чернового материала. Все это необходимо было отсмотреть, проанализировать, отдать переводчикам и написать сценарий. Именно этим занимается редактор-сценарист отдела специальных проектов.

Есть некоторые особенности работы со сценарием такого рода программ.

1) работа с переводным материалом. Сценаристу нужно не только компилировать материал, но и редактировать переводный текст, чтобы он звучал литературно, но при этом у каждого героя оставалась своя лексика.

2) проверка информации. Некоторые факты, которые хотелось услышать в закадровом тексте, добыть не так просто, как кажется на первый взгляд. Необходимо было связаться с директорами таких предприятий как «МАЗ», «БелАЗ», «Беларуськалий»; например, в программе за 06.10.12 было много информации о предприятиях, которая была необходима в сценарии. *«Открытие минского метрополитена состоялось в 1984 году. Строительство началось со станции «Парк Челюскинцев». Сегодня минский метрополитен занимает четвертое место в СНГ по количеству перевозимых людей. За год минское метро перевозит почти триста тысяч человек!Средняя скорость, с которой движутся поезда в минском метро, 40 км в час»* или *«Сегодня в Солигорске выпускается каждая шестая тонна калийных удобрений на земном шаре. Продукция "Беларуськалия" поставляется в Европу, Восточную Азию, Южную Африку, Индию, Китай, Южную и Северную Америку»*.

3) соотношение частей сценария. Важно было пропорционально совместить как малые элементы (лайфы, синхроны, закадровый текст), так и большие (дни в программе). Для этого приходилось перебрасывать события со дня в день. Например, если второй день перегружен, то события переходили на третий; с такой проблемой мы столкнулись в программе за 22.09.12, когда события третьего дня меняли местами.

4) работа над стилем закадрового текста. Так как сценаристы осваивали новый формат, примеров, как писать закадровый текст, не было. Первоначально в проект не собирались включать познавательную информацию, но в процессе работы над сценарием первой программы концепция была пересмотрена.

Кроме этого, автору хотелось бы отметить некоторые тонкости при работе редактора-сценариста над текстом будущей программы:

1. уметь отстраняться от результатов монтажа и воспринимать их как исходный материал;
2. четко предствлять себе информацию, которую он хочет вложить в программу или в фильм;
3. уметь строить текст логично, не перегружая его без нужды определениями;
4. владеть приемами словесной инверсии перестановок слов в тексте с целью достижения точного совпадения с действием на экране;
5. прикладывать текст к изображению и вносить в него правки как минимум три раза;
6. не пугаться переделок непосредственно во время записи – уметь взглянуть на текст «свежим взглядом»[см. 20, стр. 172-173].

Работа редактора в данном проекте предполагает некоторые обладание знаниями и умениями по некоторым позициям. Первое: редактор в проекте «Добро пожаловать в Беларусь» должен уметь писать и быть литературно одаренным человеком; второе: обладать широким кругом знаний или (что еще важнее) знать, как получить необходимые сведения и, третье: у редактора должен быть хороший вкус, чтобы впрограмме соблюдался стиль и имели место современные телевизионные тенденции.

**Проект «Академия талантов».** «Академия талантов» – это музыкальное продюсерское шоу, в котором принимают участие значимые личности белорусского шоу-бизнеса. Во втором сезоне ими стали Владимир Кубышкин, Леонид Ширин и Макс Алейников. Каждый из них добился серьезных результатов на эстрадном поприще. Так, наиболее успешные продюсерские проекты Владимира Кубышкина– это Аня Шаркунова и Герман, Макса Алейникова– группа "Топлесс" и певица E.V.A, а Леонида Ширина – группа «ДаВинчи».

После каждого тематического шоу «Академию талантов» будут покидать три участника, а в финале на сцену выйдут лишь три [исполнителя](http://www.video.moyby.com/wiki/%D0%B8%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8F/) – по одному от каждого продюсера. Кто из финалистов одержит победу, определят зрители путем интерактивного телефонного голосования. Лидер получит контракт со своим продюсером, а также клип на премьерную песню и ротацию в теле- и радиоэфире от телеканала ОНТ.

*Особенности работы редактора в проекте «Академия талантов».*

Редактор на проекте работает с участниками и продюсерами. *Первый этап работы* – съемки отборов, т.е. момент, когда продюсеры набирают свои классы. Для каждого участника необходимо сделать своего рода визитку, для этого редактор берет у него интервью и составляет небольшую анкету. На этом этапе важно выделить интересных личностей и тех людей, которые будут создавать атмосферу всего шоу.

*Второй этап* работы наступает после того, как продюсеры набрали свои команды. Это период съемок дневников, конкурсанты учатся, занимаются с профессионалами. Что-то получается, что-то нет, очень важны комментарии, за которыми «охотится» редактор. Очень важно быть с участниками на короткой ноге, иначе они могут закрыться в себе и давать однотипные и скучные комментарии.

*Третий этап* – это непосредственно съемки шоу. После каждого этапа журналист берет интервью у участников и продюсеров. Эти интервью очень важны для эфирной версии, ведь в них продюсер как будто секретничает со зрителем, почему он принял свое решение.

«Ведение крупных интервью – дело настолько личностное, что категоричные рекомендации тут едва ли уместны: что «к лицу» одному интервьюеру, то вызовет раздражение в адрес другого. Ларри Кинг, этот «обыватель на экране», исповедует правило: никогда не задавать вопросов, на которые он заранее знает ответ. Другие интервьюеры, наоборот, сознательно «наводят» собеседника на интересный ответ, содержание которого им в общих чертах известно» [38, с. 233].

Разработка оригинальных вопросов – важнейший этап в работе каждого журналиста, даже если он сохраняет имидж «неподготовленного» интервьюера. Главная заповедь интервьюера формулируется так: «Хотите получить интересный ответ – поломайте голову над интересным вопросом». И, наконец, еще одно замечание (по Б. Льюису): «Интервьюер должен быть умным человеком, хорошо понимающим людей... Первоклассные интервьюеры исключительно редки» [38, с. 235].

Важная часть работы редактора проекта «Академия талантов» – обработка материала перед началом монтажа программы. Структурно готовое шоу состоит из непосредственно песенного этапа и этапа подготовки участника – так называемых «дневников». После нескольких месяцев подготовки проекта у редактора оказывается около 120 часов отснятого материала. И.Н.Кемарская в книге «Телевизионный редактор» дает следующие рекомендации по подготовке к монтажу:

1. телевизионному редактору желательно отсмотреть все кассеты с исходным материалом до начала монтажа;
2. расписать содержание важнейших кусков материала;
3. проставить тайм-коды начала и окончания каждой части;
4. отобрать нужные синхроны и натуральные планы;
5. прослушать места входов и выходов из выбранных синхронов, а также места их внутренних склеек по нескольку раз, найти наилучшие варианты;
6. расположить все выбранные куски последовательно на бумаге в виде схемы;
7. подсчитать приблизительный хронометраж;
8. выявить пробелы и при нехватке материала срочно добрать его [20, стр. 147] .

**Проект «Один против всех»** – это белорусский аналог всемирно известной программы «1 против 100», разработанной компанией «Endemol». Это уже второй опыт сотрудничества телеканала ОНТ с компанией «Endemol». Первым проектом стало реалити-шоу «Звездный цирк», с успехом прошедшее в Беларуси, а также немного позже в России.

Игра «Один против всех» с успехом идет в 28 странах. В ней принимают участие 50 человек. В начале каждого раунда компьютер выбирает из 50 участников одного – главного игрока. Именно он борется за денежный приз. Главный игрок должен отвечать на вопросы, выбирая правильный ответ из трех вариантов. Правильно ответив на вопрос, игрок получает определенную сумму денег, причем ее величина зависит от сложности вопроса и количества игроков зала, ответивших неправильно.

В работе редакторской группы проекта есть два основных направления: отбор участников и написание вопросов и комментариев. Их подготовка проходит параллельно. Самая большая сложность для редакторов – объем работы, так как в одну съемочную сессию может сниматься до 30 программ. Например, во время седьмой съемочной сессии снимали 30 программ. К началу съемочного периода необходимо было подготовить 68 комплектов вопросов по 16 уровней сложности. Итого: 1088 вопросов. А также отобрать 1800 человек для участия в съемках.

*Особенности отбора участников для проекта «Один против всех».*

Чтобы интеллектуальная игра была интересной, очень важно подобрать участников, которые смогут достойно отвечать на вопросы. Поэтому попасть в эфирную версию программы непросто. После того, как участник прошел отбор на сайте, ему предоставляется анкета, в которой он указывает свои контакты, профессию, город, в котором он проживает, увлечения. Дальше редакторы просматривают сайт, отбирают интересных игроков и приглашают их на второй отборочный тур. Он проходит в Минске в редакции проекта. Участнику предоставляется анкета, где он указывает свои паспортные данные, рассказывает о своих увлечениях, семейном положении, профессии. Также в анкете просят указать, на что игрок потратит предполагаемый выигрыш, а в конце редакторы просят написать свой любимый анекдот.

Далее игроку предоставляется тест из 80 вопросов из различных сфер жизни: история, искусство, наука, техника, окружающий мир, спорт и др. Каждый сезон этот опросник меняется.

Чтобы стать игроком, необходимо ответить более чем на 40 вопросов. Большинство игроков без проблем справляются с этой задачей. Кроме того, каждого участника снимают на видео по 30-40 секунд, чтобы определить, как он будет смотреться в кадре.

После этого формируются команды игроков в зале на каждый съемочный день (50 основных игроков и 10 игроков запаса). Важно, чтобы в каждый из дней попадали люди из разных сфер деятельности, с разным количеством баллов, чтобы зал был одинаково сильным соперником главному игроку.

*Второй этап подготовки: составление вопросов.* Есть несколько принципов написания вопросов:

* Вопрос должен быть интересен. Вопрос должен не только проверять интеллектуальный уровень игрока, но и быть интересным для зрителя. К таким можно отнести вопрос:

*Что делают с хоккейной шайбой перед матчем?*

*Замораживают*

*Разогревают*

*Натирают воском*

На самом деле, шайбу замораживают, чтобы она медленнее нагревалась и не растапливала лёд во время игры.

* Вопрос должен иметь четко сформулированный и единственно верный ответ. Порой редакторам приходится очень постараться, чтобы избежать неточных формулировок, например, в вопросе «Какова ширина футбольных ворот?», если разобраться, то требуемое нам расстояние в геометрии называют длиной. Поэтому пришлось заменить формулировку на более понятную *«Какова ширина между штангами футбольных ворот?»*.
* В вопросе не должна содержаться частица «не». Вопросы типа «*Кто из перечисленных не является…»* отбрасывались сразу. Например, если бы вопрос: *«Как правильно пишется слово…*

*На взничь*

***Навзничь***

*На в зничь»* был сформулирован как *«Какое слово написано неверно?»*, то в комплект бы он не вошел.

* Желательно, чтобы вопросы были связаны с окружающей действительностью. Так в программе появились вопросы про чемпионат мира по футболу, грядущую олимпиаду в Сочи и конкурс «Евровидение». Примерами «актуальных» вопросов могут служить следующие.

*Президентом какого государства был Лоран КудуГбагбо?*

*Сьерра-Леоне*

*Буркина Фасо*

***Кот-д’Ивуар***

*Как называется Национальный телевизионный конкурс Республики Беларусь?*

*«ТЭФИ»*

***«Телевершина»***

*«Ника»*

* Вопрос должен быть проверен как минимум в двух достоверных источниках. Для редакторов интеллектуального проекта достоверными источниками считаются: «Большая советская энциклопедия» издания Академии наук, министерства и ведомства, официальные сайты организаций. За уточнением вопросов редакторы обращаются в организации, министерства и посольства (например, в итальянском посольстве мы уточняли, с какой скоростью можно ездить моторным лодкам по рекам и каналам Венеции).
* Варианты ответов на вопрос должны быть одинаково вероятны, например, *«Что в старину на территории Украины называли «кучма»?*

*Кожаную кепку*

*Соломенную шляпу*

***Меховую шапку***

*Как во французском языке называется картофель?*

*Земляные орехи*

***Земляные яблоки***

*Земляные сливы*

*Какое слово является антонимом слова априори?*

*Антиаприори*

***Апостериори***

*Афтеприори*

* Правильный ответ должен быть единственно верным.
* Вопросы с первого по пятый уровень должны быть общего школьного уровня, например, в одном из комплектов первый аудио-вопрос *«Что, по мнению Короля, поможет Принцессе от «истерического состояния»?, второй уровень: «Какая часть речи обозначает свойство предмета и отвечает на вопрос «Какой?»? и т.д.* Таким образом, первые 5 вопросов не должны составить серьезного затруднения для игрока.
* Каждый вопрос должен предполагать беседу с игроком, например, вопрос *«С какой максимальной скоростью можно двигаться по рекам и каналам Венеции?»* может предполагать следующие вопросы: «Были ли вы в Венеции?», «На чем можно передвигаться по каналам Венеции?», «Есть ли правила дорожного движения для речного транспорта?» и т.д.
* Аудио- и фото-вопросы должны быть общеизвестны и интересны, например, аудио-вопрос:*«Куда советуют обращаться герои мультфильма, если Вы что-то потеряли?* (первые две строчки песни - «Не волнуйтесь понапрасну…»)
* Вопросы не должны повторяться с вопросами из предыдущих сессий, которых снято уже 8.

Работа в интеллектуальной игре предполагает широкий кругозор редактора, пытливость ума, критичное отношение к информации. Сложнее всего проверять самостоятельно составленные вопросы, для успешной и качественной работы редактор должен стать для себя самым жестким критиком. Кроме этого, редактору нужно разбираться, каким источникам информации можно доверять, а каких стоит опасаться. Подводным камнем проекта могут стать всевозможные псевдонаучные исследования и «энциклопедии» с непроверенными фактами. К такому типу изданий можно отнести детские энциклопедии из серии «Я познаю мир».

Особенную сложность представляет собой отбор участников, ведь от того, кто стоит рядом с ведущим, напрямую зависит успех программы. Умение поддерживать беседу, задавать вопросы, рассуждать вслух – вот черты идеального главного игрока.

Проанализировав жанрово-тематическую структуру дирекции специальных проектов телеканала ОНТ можно предложить следующие перспективные направления развития сетки вещания телеканала ОНТ.

1. создание большего количества программ молодежной направленности, т.к. на данный момент развлекательное вещание для молодежи представлено минимальным количеством программ;
2. анализируя современные тенденции развлекательного ТВ (на примере телеканала ОРТ (Россия), увеличить количество музыкально-развлекательных проектов;
3. развлекательное вещание ОНТ выгодно отличается наличием интеллектуальных и познавательно-развлекательных проектов, для полноты картины необходимы познавательные программы культурологической направленности (о других странах, путешествиях и пр.);
4. по возможности возобновить работу над международными проектами, такими как «Битва титанов», «Зачистка» и др. , т.к. они имеют высокие рейтинги;
5. покупка большего количества успешных зарубежных форматов телепроектов;
6. увеличение количества собственных творческих проектов социальной направленности (удачным примером этого может служить проект «Я пою!»).

Рассмотрев указанные проекты, можно сделать выводы о специфике работы журналиста в отделе специальных проектов. Он должен уметь:

1. формулировать идею будущей программы;
2. писать яркую эмоциональную заявку размером не более полутора страниц;
3. хотя бы в общих чертах представлять себе бюджет и общую структуру программы;
4. ориентироваться во всех этапах создания программы, быть в курсе технических и творческих нюансов;
5. в сценарии, написанном редактором, всегда должно оставаться место для импровизации героев программы и режиссёра;
6. редактор обязан строить драматургическую структуру программы с учетом выходов на рекламу;
7. редактор должен закладывать драматургические «крючки», чтобы вернуть зрителей к просмотру после рекламы;
8. редактор должен уметь конструировать модульный сценарий, который можно заполнить реальными фактами действительности; также в задачи редактора входит донесение содержания такого сценария до всех членов съемочной группы;
9. желательно, чтобы редактор мог сочинять тексты для стендапов ведущего, а также быть готовым переделывать тексты непосредственно во время съемок шоу;
10. телевизионный редактор на съемках реалити-шоу должен обладать безграничным терпением, иметь навыки работы в программах разных форматов и жанров;
11. уметь использовать досье на участников для разработки новых эпизодов прямо во время съемок;
12. быть готовым отсматривать кассеты с материалом программ, давать операторам указания по поводу недостающих эпизодов или необходимых синхронов героев;
13. уметь работать в тесном контакте с другими членами съемочной группы, особенно с операторами, экономя свое и их время.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Как правило, отделы специальных проектов телеканалов занимаются созданием программ социальной, культурологической и развлекательной направленности. Именно поэтому большинством исследователей, от Г.В. Кузнецова до А.Е. Роднянского, почти всегда преподносятся как противопоставление информационно-аналитическому телевидению. И на это есть ряд объективных причин. Если информации и аналитике присуще, прежде всего, простое следование фактам и глубокое осмысление проблем, то, за исключением ток-шоу, развлекательным программам не присущи аналитичность и стремление смотреть вглубь, поскольку это противоречит таким ее признакам, как «легкость», «снятие напряжения», «отдых».

В отличие от информационной и аналитической подачи материала, развлекательному телевидению свойственна эмоциональность, образность, часто игра на инстинктах. Развлечение самодостаточно и может не нести какой-либо утилитарной нагрузки.

Проанализировав работу дирекции специальных проектов телеканала ОНТ на примере программ «Добро пожаловать в Беларусь», «Академия талантов» и «Один против всех», автор работы приходит к выводам, которые позволяют охарактеризовать сильные и слабые стороны организации работы развлекательного вещания телеканала ОНТ.

Сильные стороны развлекательного вещания телеканала ОНТ:

1. наличие международных проектов, которые имеют высокие рейтинги («Мисс Интерконтиненталь», «Битва титанов»);
2. покупка и разработка популярных иностранных форматов, которые позволяют повышать качество контента белорусского ТВ. Таким образом, телеканал перенимает опыт работы других телевизионных структур;
3. широкая жанрово-тематическая палитра, в развлекательном вещании телеканала присутствуют практически все современные жанры.

Слабыми сторонами организации работы развлекательного вещания являются:

1. не всегда рейтинги проекта влияют на выход программы в эфир, зачастую роль играет наличие или отсутствие материальных средств;
2. часть проектов («Обмен женами», «Леди Х», «Фактор смеха») создаются частными телекомпаниями, которые не заинтересованы во вкладывании денег в телепроекты, что существенно сказывается на телевизионной картинке и качестве продукта;
3. малое количество профессиональных пишущих журналистов в дирекции специальных проектов. Дирекция обладает сильным административным потенциалом, но в ней практически отсутствуют редакторы, поэтому для создания проектов приходится искать редакторов, режиссеров и сценаристов со стороны, что не всегда играет на пользу готовому продукту.

Кроме этого в работе были проанализированные основные особенности специфики работы телевизионного журналиста в отделе специальных проектов. Особенность работы журналиста-редактора в том, что он должен уметь производить штучные вещи в больших количествах на протяжении долгого периода времени, быстро изобретать новые творческие ходы и варианты развития событий в программе.

Телевизионный редактор в дирекции специальных проектов ОНТ должен уметь:

1) Быть частью большой команды (в отличие от корреспондентов, которые чаще всего работают лишь с оператором), уметь находить общий язык не только с героями программ, но и с творческой командой (режиссером, сценаристом, режиссером-постановщиком, шефом-оператором и пр.)

2) Уметь сформулировать идею программы, кратко и эмоционально изложить материал;

3) Представлять себе не только творческую часть работы, но и оценивать бюджет, общую структуру, ориентироваться в технических нюансах;

4) Редактор обязан строить драматургическую структуру программы с учетом выходов на рекламу, а так же оставлять в сценарии место для импровизации;

5) Желательно, чтобы редактор мог сочинять тексты для стендапов ведущего, а также быть готовым переделывать тексты непосредственно во время съемок шоу;

6) Телевизионный редактор на съемках реалити-шоу должен обладать безграничным терпением, иметь навыки работы в программах разных форматов и жанров; быть готовым отсматривать кассеты с материалом программ, давать операторам указания по поводу недостающих эпизодов или необходимых синхронов героев.

Главной особенностью развлекательных программ является ориентация их на выполнение узкого круга специфических функций. Работа журналиста отдела специальных проектов разнообразна и разнопланова. Именно к этому и необходимо быть готовым, поскольку круг обязанностей, особенности и специфика работы будет меняться от проекта к проекту, что мы четко увидели на примерах проектов «Добро пожаловать в Беларусь», «Один против всех» и «Академия талантов».

**БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Багиров, Э. Г. Основы телевизионной журналистики / Э. Г. Багиров, Р. А. Борецкий, А. Я. Юровский. – М., 1987.
2. Борецкий, Р. А. Осторожно, телевидение! / Р. А. Борецкий. – М., 2002.
3. Вакурова, Н. В. Типология жанров современной экранной продукции / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М., 1997.
4. Вартанов, А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: Учебное пособие / А. С. Вартанов. – М., 2003.
5. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб.пособие / Е. Л. Вартанова. – М., 2003.
6. Гаспарян, В. В. Тележурналистика: вчера, сегодня, завтра / В. В. Гаспарян. – М.,1995.
7. Голядкин, Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения / Н. А. Голядкин. – М., 1996.
8. Егоров, В. В. Телевидение между прошлым и будущим / В. В. Егоров. – М., 1999.
9. Ефимова, Н. Н. Музыка в структуре художественных телепередач \ Н. Н. Ефимова. – М., 1997.
10. Журналістыка – 2001. Матэрыялы 3-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі, прасвечанай 80-годдзю БДУ. Рэдкал.: В. П. Вараб’еў (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2001.
11. Журналістыка – 2003. Матэрыялы 5-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: В. П. Вараб’еў (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2003.
12. Журналістыка – 2004. Матэрыялы 6-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: В. П. Вараб’еў (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2004.
13. Журналістыка – 2005. Матэрыялы 7-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі, прасвечанай 80-годдзю Беларускага радыё і 50-годдзю Беларускага тэлебачання. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2005.
14. Журналістыка – 2006. Матэрыялы 8-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі, прасвечанай 85-годдзю БДУ. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2006.
15. Журналістыка – 2007. Матэрыялы 9-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2007.
16. Журналістыка – 2008. Матэрыялы 10-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2008.
17. Журналістыка – 2009. Матэрыялы 11-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 2009.
18. Журналістыка – 2010. Матэрыялы 12-й Міжнароднай навук.-практ. канферэнцыі. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, 20010.
19. Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста: Учебное пособие для студентов вузов / Н.В. Зверева. – М., 2004.
20. Кемарская, И. Н. Телевизионный редактор: Учебное пособие для студентов вузов / И. Н. Кемарская. – М., 2007.
21. Корнилов, Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов. – Ростов-на-Дону, 1999.
22. Кузнецов, Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов. – М., 2000.
23. Кузнецов, Г. В. ТВ-журналистика: Критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. – М., 2002.
24. Курков, И. Мир живого эфира / И. Курков. – Минск, 2007.
25. Кэллисон, К. Продюсирование на телевидении. Практический подход К. Кэллисон. – Минск, 2008
26. Лукина, М. Технология интервью: Учебное пособие для вузов / М. Лукина. – М., 2003
27. Муратов, С. А. Пристрастная камера / С. А. Муратов. – М., 2004.
28. Муратов, С. А. Телевидение в поисках телевидения / С. А. Муратов. – М., 2001.
29. Муратов, С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром / С. А. Муратов. – М., 2003.
30. Новикова, А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия / А. Новикова. – Минск, 1999.
31. Орлова, Т.Д. Музыкальная журналистика: учеб.пособие. – Минск: Современные знания, 2007. – 132 с.
32. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера / Под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – М., 2003.
33. Падейский, В. В. Проектирование телепрограмм / В. В. Падейский. – М., 2004.
34. Плавник, А.А. Основные этапы развития аудиовизуальных СМИ / А.А. Плавник. – Мн., 2003.

Розенталь, А. Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес / А. Розенталь. – М., 2000.

1. Саппак, В. Телевидение и мы / В. Саппак. – М., 1963.
2. Страдов, Г. Продюсерство на ТВ / Г. Страдов. – Минск, 2007.
3. Телевизионная журналистика: Учебник / Редакционная коллегия: Г. В.Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М., 2003.
4. Федотова, Н. Развлекай и властвуй/Материалы научно-практических конференций/БГУ. – Минск, 2010.
5. Цвик, В. Л. Телевидение: системные характеристики / В. Л. Цвик – М., 1998.
6. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика / В. Л. Цвик. – М., 2004.
7. Яканюк, Д.Л. Мастацкае вяшчанне на радыё i тэлебачаннi/ Д.Л. Яканюк. – Мн., 2003.