

УДК 10.00.00 (10.01.10)  
ББК 83.0

**А.Б. Макушин**

## **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ НОВОСТНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ФОРМАТОВ**

Статья посвящена важному этапу развития телевизионной новостной журналистики. В данной работе анализируется ситуация, сложившаяся в современном телевизионном производстве в связи с бурным развитием «новых» медиа. Предлагается современная трактовка основных принципов визуализации новостного контента в условиях борьбы за аудиторию между телевидением и Интернет-СМИ.

**Ключевые слова:** *телевизионное производство, Интернет-СМИ, информационный формат, информационный контент, новостные технологии, интернет-журналистика, конвергенция.*

**Макушин Александр Борисович** – продюсер, режиссер телевидения, лауреат Национальной премии в области телевидения «ТЭФИ», преподаватель ВШТ МГУ им. М.В.Ломоносова  
Тел.: 8-903-130-99-02  
E-mail: McUchin@mail.ru

© Макушин А. Б., 2014 г.

Долгие годы телевидение было монополистом и непререкаемым лидером в медиасреде. Одна из причин этого – «подлинная заинтересованность самых широких масс, проявляющаяся в потребности немедленной, исчерпывающей и систематической коммуникации» [Борецкий, с. 21]. Это и стало, в определенные моменты времени, причиной если не некоторого застоя, то, как минимум, не максимально интенсивного его развития. Принципиально ситуация изменилась в середине нулевых годов нынешнего века, когда аудитория, имеющая возможность доступа к Интернет-ресурсам, стала сопоставима по количественному показателю с телеаудиторией. «Сегодня ученые активно занимаются концептуализацией новых медиа, в частности Интернета, которые заставляют пересматривать всю систему понятий и дефиниций, сложившуюся при изучении традиционных средств массовой коммуникации» [Бакулев, с. 7]. Информационные Интернет-ресурсы стали настолько популярны, что составили реальную и серьезную конкуренцию традиционным СМИ и, в первую очередь, телевидению. Это стало следствием очевидных преимуществ стремительно развивающейся Интернет-журналистики, основанных на особенностях Интернет-технологий.

Важнейшим преимуществом Интернет-СМИ можно считать предельно высокую скорость доставки контента до аудитории. Если новость не является настолько важной, чтобы телеканал вышел в эфир со специальным информационным выпуском, то в формате

традиционного телевизионного эфира она появится лишь в слоте, предназначенном для выпуска новостей, в соответствии с эфирной сеткой вещания. В то же время Интернет-СМИ может выдать аналогичный контент практически сразу. Таким образом, задержка по времени может быть настолько критичной, что при прочих плюсах традиционного телевизионного производства показ этого контента по ТВ может потерять актуальность.

Вторая важная особенность – использование доступных населению гаджетов: портативных и зачастую достаточно качественных фото, видеокамер, мобильных телефонов. Ни одна из самых богатых телекомпаний не может себе позволить содержать корреспондентскую сеть из миллионов человек, находящихся во всех точках земного шара. Поэтому, если новость возникает внепланово, первая «картинка» часто появляется от случайно оказавшегося на месте события любителя. В качестве ярких примеров последнего времени можно вспомнить репортажи об аварии самолета в аэропорту «Внуково», зафиксированного автомобильным видеорегистратором, о падении метеорита в Челябинской области, снятом на камеру мобильного телефона.

По данным агентства «Gallup Media», количественные показатели телеаудитории в последние годы заметно снизились. Тот же факт косвенно подтверждает очевидное снижение объема денежных средств, выделяемых коммерческими структурами на телевизионную рекламу, и пропорциональное увеличение финансовых вливаний в рекламу Интернет-СМИ. В таких условиях телевизионные каналы вынуждены каким-то образом реагировать на происходящее, чтобы удержать аудиторию.

Эксперты в области масс-медиа выделяют несколько трендов развития российского телевидения, среди которых: переформатирование каналов для получения возможности оперативного размещения информационного контента, переформатирование информационных программ в первую очередь за счет интеграции новостных технологий Интернет-журналистики в телевизионное производство. Но важнейшим шагом для повышения конкурентоспособности современного телевидения должна стать ревизия теоретических и практических наработок в области телевизионного новостного производства как результата богатейшего опыта нескольких поколений специалистов в этой области и адаптации традиционных принципов и законов тележурналистики к современным реалиям.

Основная задача, которую ставит перед собой автор данной статьи, – лаконичное и доступное изложение самых простых, базовых понятий и принципов телевизионного производства, связанных с эффективной визуализацией новостей. Понимание и четкое исполнение этих позиций, безусловно, является гарантом реализации исключительных конкурентных преимуществ телевидения, а именно, производства профессиональной телевизионной «картинки».

Действительно, среди телевизионных профессионалов популярна фраза о том, что «самое главное на телевидении это – "картинка"». В ней заложен глубокий смысл и отражен сам основополагающий принцип донесения информации до аудитории с помощью визуального ряда. Как показывает практика, это достаточно простое правило трактуется творческими специалистами по-разному. Попробуем сформулировать основные требования к визуализации информации средствами телевидения, которые были наработаны не одним поколением специалистов в этой области и без жесткого выполнения которых сложно представить эффективное развитие отрасли, в условиях интеграции теле- и Интернет-технологий.

Самое очевидное требование – «картинка» должна быть качественная. Данное требование подразумевает соответствие нормам всех, прежде всего, технических параметров изображения. Это относится к таким позициям, как правильная цветопередача, фокус, яркость, контрастность, стабилизация и т.д. Чтобы изображение было «в норме» специалист, в данном случае оператор, отвечающий за эти параметры, должен произвести ряд предупреждающих действий. Среди них такие, как сведение камеры при любом изменении характера освещения, работа исключительно с использованием штатива и т.д. Необходимо отметить, что журналисты нередко работают в нештатных условиях, поэтому нельзя назвать браком трясущееся изображение, снятое в обстановке военных действий. Аналогично можно оценить ситуацию, если, например, за те 10 – 15 секунд, которые требуются для установки камеры на штатив, событие может потерять актуальность, или использование штатива в конкретной ситуации по объективным причинам невозможно (например, съемки в купе железнодорожного вагона).

Следующее и самое важное требование – «картинка» должна быть информативной. Она должна включать в себя такие элементы изображения, которые по совокупности должны донести до зрителя всю необходимую информацию без звукового сопровождения. Представьте себе экран телевизора, который состоит из мельчайших пикселей. Качество информативности изображения прямо пропорционально количеству пикселей на телевизионном экране, работающих на раскрытие смыслового содержания, заложенного автором информационного контента. Если все элементы «картинки», все ее детали, соответствуют задуманному содержанию, то уровень качества можно оценить близким к максимальному.

В качестве примера можно проанализировать работу одного известного и достаточно опытного корреспондента, который в сюжете о чемпионате по хоккею использовал фрагмент интервью с хоккеистом Александром Овечкиным, снятое на фоне рейсового автобуса. По большому счету, эта композиция является творческим браком. Очевидная логика построения материала предполагает, что Овечкин должен стоять в хоккейной форме, в руках держать клюшку, возможно шлем. За его спиной зрители должны видеть фрагмент площадки, на которой занимаются его

партнеры по команде, почти пустые трибуны, машину для заливки льда и т.д. То есть «в кадре» могут находиться те, и только те элементы, которые имеют непосредственное отношение к сути события.

Как показывает практика, наибольшее количество «творческого брака», выражающегося в несоответствии «картинки» сути информации, наблюдается при записи элемента, обозначаемого в профессиональной среде, как «синхрон». Иногда по изображению невозможно даже предположить, о чем в данный момент идет речь в сюжете, какую тему хочет раскрыть автор материала. Понимая важность максимальной информативности изображения при записи «синхрона», опытные продюсеры, корреспонденты применяют не сложный, но достаточно эффективный алгоритм подготовки интервью и в первую очередь обращают внимание на следующие позиции:

- кастинг спикера, учитывающий его способность к изложению мысли, внешний вид;
- жесткий выбор места съемки по признакам визуального соответствия логике материала, гармоничности нахождения спикера в данной обстановке.

Важным элементом любого телевизионного формата является «stand-up». Его основное предназначение – показать аудитории эксклюзивность данного материала и повысить уровень доверия к нему. На практике не так уж редки примеры, когда, «stand-up» о повышении пенсий корреспондент произносит на фоне деревьев, парка, улицы, что в корне противоречит самой сути этого элемента и дискредитирует информацию. В зависимости от канала, на котором выходит программа, ее формата, существуют разные подходы, требования, пожелания к технологии исполнения этого компонента сюжета корреспондентом. Это относится к таким параметрам «stand-up», как длительность, место расположения в материале (в начале, в середине, в конце), количество (один, два, больше), композиция (статика, динамика), наличие–отсутствие «театральных» элементов (например, проезд на лошади в шлеме и т.п.).

**«Картинка» должна быть привлекательной.** Другими словами, она должна привлекать внимание зрителя, располагать к себе, не вызывать дискомфорт. Социологи, проводившие исследования в последние годы, утверждают, что алгоритм выбора канала информации на телевизионном приемнике таков, что зрителю для принятия решения – остаться или переключить на другую «кнопку» требуется от трех до шести секунд, что соответствует одному-двум кадрам. И если они, по каким-то причинам его не устраивают, не привлекут, то с большой долей вероятности он остановит свой выбор на другой программе. Привлекательность достигается, прежде всего, правильной композицией кадра, т.е. гармоничным размещением объектов. Композиция – это совершенно специальная тема из области фото-, кино-, телеискусств, для профессионального освоения которой требуется значительное количество теоретических знаний и практического опыта. Но в рамках данной статьи необходимо отметить, что на уровне донесения информации с помощью «живой

картинки» принято использовать такие важные для телевидения параметры, как объем и динамика.

Съемка телевизионного новостного контента имеет определенную специфику. Это, как правило, работа «под эфир», и, следовательно, ведется в условиях жестких временных ограничений. В отличие от производства художественной программы, операторам службы новостей не всегда удается идеально выставить световое оборудование для достижения объемного изображения. Поэтому им приходится пользоваться приемами, практически не влияющими на длительность съемки. К таким приемам, например, относится создание композиции с ярко выраженными передним и задним планом. Если очевидна разница между объектами первого и второго плана – «картинка» автоматически становится объемной. Телеоператоры, если это не противоречит стилистике материала, всегда отдают предпочтение кадрам со 100-процентной динамикой, т.е. кадрам в которых все 100% элементов изображения движутся. Это по умолчанию происходит при съемке в режимах: «отъезд», «наезд», «панорама». Но, по разным причинам, в новостных сюжетах такие приемы используются с ограничениями, а фактура с абсолютной динамикой встречается не часто (поток воды, огонь, дым, толпа людей и т.д.). При незначительной активности объектов съемки, для увеличения показателя динамики, принято использовать более крупный план.

Что касается таких приемов, как «отъезд», «наезд», «панорама», то их применение в последнее время жестко не регламентируется. Как правило, оператор и затем режиссер монтажа принимают решение об использовании в сюжете, например, «панорамы» или двух-трех статичных планов по совокупности показателей информативности, динамики, возможно специальных для конкретного материала критериев. Не стоит забывать и о том, что любой подобный прием в силу более сложного характера исполнения, в отличие от статичной «картинки», можно отнести к художественным средствам, помогающим создать некий художественный образ. Уместность или неуместность присутствия элементов образа в различных информационных форматах также является одним из критериев использования этих приемов.

Еще одна важная позиция: **«картинка» должна содержать максимальное количество деталей.** Телевизионное производство – сложный механизм, в работе которого принимают участие сотни, тысячи специалистов. Глядя на экран телевизора, зритель, как правило, не задумывается, какие непростые технологические, организационные процессы предваряют появление на экране телевизора, например, программы с участием его любимого артиста. В этом и состоит одна из причин интереса аудитории к СМИ, использующих видеоконтент: телезритель видит на экране то, что в жизни ему чаще всего не доступно. Если потенциальный представитель зрительской телеаудитории все же лично присутствует на событии (например, на футбольном матче), то в отличие от телезрителя он не имеет возможности воспользоваться теми бонусами, которые предлагает телевизионная трансляция. В данном

случае основное преимущество телевидения – возможность показывать детали события, которые «не видит человеческий глаз». Безусловно, сидя на трибуне стадиона невозможно порой определить автора забитого гола. В то время как оптика телекамеры способна передать зрителю у экрана телевизора такие эксклюзивные факты, как цвет глаз, выражение лица при травме футболиста и т.д. Это неоспоримое преимущество детализации характерно именно для традиционного телевизионного показа, обусловленное использованием профессиональных камер с профессиональной оптикой.

Необходимо еще раз обратить внимание на то, что одним из главных аргументов в условиях жесткой борьбы за аудиторию между Интернет-ресурсами и телевидением, является качественная профессиональная телевизионная «картинка». Логично, что это очевидное конкурентное преимущество должно использоваться с максимальной отдачей и приносить телевизионной журналистике заслуженные дивиденды.

### Литература

- Бакулев Г.П.* Новые медиа: теория и практика. М., 2005.  
*Борецкий Р.А.* Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. М., 1998.

### References

- Bakulev G.P.* Novye media: teoriya i praktika. M., 2005.  
*Boretskii R.A* Televizionnaya programma: Ocherk teorii propagandy. M., 1998.

Makushin A. B. (Moscow, Russian Federation)

### BASIC PRINCIPLES OF NEWS TELEVISION FORMATS VISUALIZATION

**Key words:** *television production, Internet mass-media, information format, information content, news technologies, Internet journalism, convergence.*

The article is devoted to an important stage of development of television news journalism. In this work the situation which has developed in modern television production, in connection with rapid development of “new” media is analyzed. The modern treatment of the basic principles of visualization of news content in the conditions of fight for audience between television and Internet mass-media is offered.

**Makushin Alexander Borisovich** – producer, director of television, laureate of National television award “TEFI”, Moscow state university of M.V. Lomonosov.  
E-mail: McUchin@mail.ru