

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Журналистика»

(наименование кафедры)

42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Мультимедийная журналистика

(направленность (профиль))

## МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему «Реалити-шоу «Я смогу» на радио «СПОРТ FM Тольятти» (творческая работа)»

Студент

М.А. Оленев

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

Е.Р. Раскатова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель программы канд. филол. наук, доцент, Л.В.Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия )

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой канд. филол. наук, Н.И. Тараканова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия )

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Тольятти 2018

## Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. РЕАЛИТИ-ШОУ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА .....	9
1.1 Возникновение и развитие формата реалити-шоу .....	9
1.2 Реалити-шоу как формат телепрограммы .....	12
ГЛАВА 2. РАБОТА НАД РЕАЛИТИ-ШОУ «Я СМОГУ» .....	34
2.1 Концепция радиопрограммы «Я СМОГУ» .....	34
2.2 Творческий процесс создания радио-реалити-шоу «Я СМОГУ» .....	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	78
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	84
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	89

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день борьба за аудиторию между радиостанциями заставляет их искать наиболее эффективные способы привлечения и удержания слушателей на своей частоте вещания. Одной из тенденций развития радио является увеличение доли развлекательных программ. Сейчас радиостанции постоянно находятся в поиске новых форматов радиопередач. Связано это так же с развитием главного конкурента и поставщика развлекательного контента – телевидения и регулярным появлением на ТВ новых форм подачи информации, которые привлекают аудиторию, но сложно адаптируются под радиоэфир. Например, одним из таких является формат реалити-шоу.

Реалити-шоу на телевидении успешно существует с 2001 года, неизменно принося телеканалам подъем рейтингов. Реалити-шоу – это модель человеческого поведения в предлагаемых обстоятельствах. Специфика реалити-шоу заключена уже и в его названии. Реалити-шоу должно показывать действие, творящееся без сценария, выявляющее и раскрывающее характер персонажей. Однако этот формат не распространён на радио, а если и встречается, то только с наличием одного из самых важных преимуществ телевидения – видеоизображения.

На данный момент реалити-шоу как формат радио почти никак не представлен в научных работах ни в теоретическом, ни в практическом видах. Исключение составляет выпускная квалификационная работа А.Н. Худотепловой «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире» 2011 года, но в данной работе представлено лишь теоретическое осмысление возможности адаптации формата «реалити-шоу» для радиоэфира, никак не воплощённое в жизнь практически. Формат реалити-шоу не распространён в радиоэфире, малоизучена возможность

адаптации реалити-шоу для радиоэфира. Подробно в научной литературе исследована лишь телевизионная модель реалити-шоу. Также ни в учебных пособиях, ни в научной литературе, ни в научных работах не встречаются выделенные проблемы адаптации формата реалити-шоу и пути их решения. Однако именно этот аспект научного осмысления представляется весьма актуальным, т.к. позволит использовать данный формат в радиовещании и привлечь аудиторию и спонсоров.

Радиовещание ни раз обращалось к форматам телевидения с целью поиска новых форм радиопрограмм. Так в последние десятилетия в эфире появились утреннее шоу и ток-шоу, а на сайтах видеотрансляции и теле-версии радиопрограмм. Среди них можно отметить «Сетевизор» на сайте радио «Эхо Москвы», телеверсия программы «Пижаменная вечеринка» на сайте «Love Radio». Попыткой заимствования формата «реалити-шоу» можно назвать проект «Студия» на «Новом радио». Однако все эти примеры в основе имеют возможность трансляции видеоизображения на сайтах радиостанций. Попыток адаптации реалити-шоу к радиоэфиру на данный момент обнаружено не было.

В марте 2018 года к заведующей кафедрой «Журналистика» ТГУ обратилось руководство радио «СПОРТ FM Тольятти» с просьбой разработать проект спортивного реалити-шоу «Я СМОГУ» для эфира радиостанции. Появилась реальная возможность для выделения проблем адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира, поиска путей их решения и непосредственное практическое применение полученных результатов в работе над проектом для локальной радиостанции. Этим обусловлена **актуальность** данной работы.

**Объект исследования:** новые форматы радиопрограмм.

**Предмет исследования:** реалити-шоу «Я СМОГУ» на радио Спорт FM Тольятти, как пример адаптации формата реалити-шоу к радиоэфиру.

**Цель** работы заключается в разработке и реализации проекта «Я СМОГУ» в эфире радиостанции «СПОРТ FM Тольятти».

Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие **задачи**:

1. Изучить научные работы, описывающие генезис и функционирование реалити-шоу на телевидении.
2. Выделить и описать проблемы, возникающие при адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира, а также необходимые выразительные ресурсы для их решения.
3. Разработать концепцию радиопрограммы «Я СМОГУ» в формате «реалити-шоу» с учетом полученных результатов.
4. Реализовать проект, подготовить и выпустить в эфир радиопрограмму «Я СМОГУ» в формате «реалити-шоу».

**Теоретико-методологическую базу** исследования составили работы по теории радиожурналистики: А.А. Шереля<sup>1</sup>, В.В. Смирнова<sup>2</sup> и др. Так же были изучены труды по теории телевидения Л.П. Шестёркиной<sup>3</sup>, И.Н. Кемарской<sup>4</sup>, С.Н. Акинфиева<sup>5</sup>, С.Н. Аносовой<sup>6</sup> и др. Так же в ходе работы были использованы научные статьи таких исследователей, как Е.А. Гуцал<sup>7</sup>, С.Л. Уразова<sup>8</sup>, и др. посвященные реалити-шоу.

В работе были использованы следующие **методы**: сравнительно-описательный метод, метод моделирования, метод оценочной аргументации, метод критического осмысления источников. Сравнительно-описательный метод применялся для выявления особенности формата реалити-шоу в телевидении. С помощью метода моделирования создавалась концепция радиопрограммы «Я СМОГУ». Сравнительно-сопоставительный метод

---

<sup>1</sup> Шерель А.А. Радиожурналистика. М., 2005. 200с.

<sup>2</sup> Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие для вузов. М., 2002. 300с.

<sup>3</sup> Шестеркина Л.П. Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики: учебное пособие. Челябинск. 2010. 200с.

<sup>4</sup> Кемарская И.Н. Телевизионный редактор – профессионал. М.: Галерея, 2004. 180с.

<sup>5</sup> Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. кандидата филол. наук // Вестник Московского Университета. № 6. 2014. 110 с.

<sup>6</sup> Аносова С.Н. Игровые проявления, как способ подачи теленовостей. М.: Мир, 2015. 230с.

<sup>7</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. 2009. Сер. 1. № 1/2 (62). С.85.

<sup>8</sup> Уразова С.Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. М., 2011. 205с.

позволил определить выразительные средства, методы работы журналиста и формально-содержательные особенности вещательных программ на радио и телевидении. Кроме того, в работе использованы творческие методы работы журналистов при реализации проекта и подготовки выпусков программы в эфир.

**Эмпирическую базу исследования** составили пять выпусков радиопрограммы «Я СМОГУ», которая выходила в эфир радиостанции «СПОРТ FM Тольятти» с 21 марта 2018 года по 25 апреля 2018 года. Общий хронометраж выпусков составил 32 минуты 6 секунд. Кроме того, в ходе исследования были изучены телепрограммы формата «реалити-шоу» «Большой брат», «Последний герой», «Взвешенные люди», «За стеклом» и др. При работе над программой более тщательно изучались спортивные реалити-шоу «24/7», «Hard Knocks», «Бой в большом городе».

**Научная обоснованность и достоверность** исследования обеспечивается применением научной методологии, описанной в методах исследования, а также источниками по тематике исследования, представленным в списке использованной литературы в количестве 69 источников.

**Теоретическая значимость** заключается в том, что в работе были выделены проблемы адаптации телевизионного формата реалити-шоу для радиоэфира, что расширяет границы теоретического осмысления процесса развития новых форматов в радиоэфире.

**Практическая значимость** магистерской диссертации заключается в описании способов адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира, в детальном описании творческого процесса создания радиопрограммы формата реалити-шоу, что, в свою очередь, делает возможным использование полученных результатов в повседневной практике журналистов при создании реалити-шоу на радиостанциях.

**Апробация результатов исследования:** по теме исследования автором была подготовлена и опубликована статья «Трансформация формата реалити-шоу в радиоэфире» в интернет-журнале «Теория и практика современной науки»<sup>9</sup>.

Цели и задачи работы определили её **структуру**. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключений, списка литературы и приложений.

Во введении обосновывается выбор темы и ее актуальность, обозначаются объект и предмет исследования, определяются цели и задачи, стоящие перед исследователем, характеризуется методологическая база и методы исследования, обозначается эмпирическая база исследования, теоретическая и практическая значимость работы.

Основная часть работы состоит из двух глав. Первая глава, «Реалити-шоу в современных медиа», разделена на три части. В первой рассмотрена история становления формата реалити-шоу на телевидении. Во второй выделены особенности формата реалити-шоу. В третьей выделены проблемы адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира. Во второй главе в первой части представлены описание и концепция проекта «Я СМОГУ» для радиостанции «Спорт FM Тольятти». Во второй части второй главы подробно и детально описан весь творческий процесс создания проекта.

В заключении делаются выводы по всей творческой работе, включая решение проблем адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира.

---

<sup>9</sup> Оленев М.А. «Трансформация формата реалити-шоу в радиоэфире» // «Теория и практика современной науки». 2018 – №5(35) URL: [http://modern-j.ru/domains\\_data/files/35/Olenev%20M.A.%20Osnoynoy%20razdel.pdf](http://modern-j.ru/domains_data/files/35/Olenev%20M.A.%20Osnoynoy%20razdel.pdf)

# ГЛАВА 1. РЕАЛИТИ-ШОУ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

## 1.1 Возникновение и развитие формата реалити-шоу

В своей пояснительной записке к работе «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире», которая является наиболее удачным на данный момент теоретическим осмыслением адаптации формата реалити-шоу для радиозэфира, Л.П. Шестёркина подмечает: «Первое в истории телевидения реалити-шоу появилось на экранах американцев в 1948 году. Называлось оно «Скрытая камера» (Candid Camera). Зрителям демонстрировались ролики, отображающие реакции людей на неожиданные ситуации. Это самый старый жанр, теперь он может восприниматься как своего рода классика»<sup>10</sup>.

Девяностые годы стали пиком развития реалити-шоу<sup>11</sup>. Например, Л.П. Шестёркина даёт небольшой исторический «срез» в данном вопросе: ««Реальный мир» стал одной из наиболее популярных программ MTV, и одной из первых, представленных в формате реалити-шоу, который получил широкую популярность. Группу людей, не знакомых друг с другом, высадили на острове со снаряжением и припасами, которые они за две минуты успели унести с корабля. Участники игры, разделившись на две команды, выполняют различные задания на сообразительность или силу и добывают себе пищу. Постепенно из команд удаляется по одному участнику»<sup>12</sup>.

Суть реалити-шоу заключается в отображении поведения индивида в тех условиях, в которые его помещают создатели реалити-шоу. По мнению специалистов, за этим форматом будущее и телевидения и радио, если кто-

<sup>10</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>11</sup> Егошкина В.А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С.61–68.

<sup>12</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». 40 с.

нибудь сумеет трансформировать формат для радиоэфира, «сохраняющих дихотомию»<sup>13</sup>, пока же этого не произошло, получать большие рейтинги и большие дивиденды придётся телевидению. Как отмечает Л.П. Шестёркина, «совершенно очевидно, что это очень рейтинговый жанр, во многом превосходящий и по рейтингам и по технологии производства другие развлекательные жанры, что делает его очень востребованным, и если он правильно сфокусирован, то наиболее точно выбирает, тщательно проверяет и синхронизирует показания, подсчёт, апробацию и корреляцию с современными СМИ»<sup>14</sup>.

«Реалити» - воздействие, совершающееся по незапланированному сценарию, изображающее реальный мир, выявляющее характер персонажей. Создатели реалити-шоу полностью отдаются сценарию, записи звука, монтажом отснятого контента, несмотря на то, что форматом сценарий отодвигается на вторые роли. Однако для создателей реалити-шоу куда важнее вести контроль над героями проекта для выборки наиболее удачных сюжетов, позволяющих раскрывать характер и черты героев проекта. Главная сложность для участников проекта в участии в шоу формата «реалити», позволяющая создать нужную телевизионную драматургию, заключается в том, что, чаще всего, создатели реалити-шоу изолируют участников от социума, и с помощью множества видеокамер ведут непрерывное наблюдение за ними. С помощью интерактивного голосования аудитория реалити-шоу выбирает тех, кто вызывает симпатию, и таким образом реалити-шоу обретает соревновательный элемент. В этом абзаце описан один из самых типичных сюжетов для реалити-шоу, однако совсем необязательно, чтобы любое реалити-шоу шло по такому сценарию, даже необязателен какое-либо вознаграждение в финале проекта.

---

<sup>13</sup> Сладкомедова Ю.Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности. М.: МГУ, 2009. 359 с.

<sup>14</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

На сегодняшний день среди исследователей жанра реалити-шоу нет единого мнения о его типологии. В своей научной статье, опубликованной в вестнике факультета журналистики Пермского государственного университета «Acta Diurna», выделяет следующие типы реалити-шоу А. Абраменко:

1. «Шоу на выживание.

2. Шоу подглядывания.

3. Скрытая камера.

4. Квест. Шоу-приключение, детективная история, головоломка, поиск нестандартных решений. Участники ныряют на дно моря за подсказками, занимаются поисками тотема, залезают на деревья и покоряют горные вершины. Они учатся избегать ловушек и воспитывают волю к победе»<sup>15</sup>.

Помимо перечисленных четырёх классификаций, выделяется и пятая, так называемая «шоу профи». В ней, помимо развлекательной функции, ещё функционирует просветительская миссия, которая выражена в самообразовании зрителей, как подчёркивает А. Абраменко: «в рамках шоу профи игроки осваивают доселе незнакомое ремесло, повышают профессиональный уровень, а зритель наблюдает саму «кухню» либо набирается практических знаний»<sup>16</sup>.

На основе классификации А. Абраменко, Л.П. Шестёркина соглашается, что можно выделить следующие жанрообразующие факторы:

1) «Содержательная часть материала;

2) Способы и методы изображения участников проекта, их характерных черт, описания происходящего;

3) Авторская позиция по поводу отражённого в материале;

4) Изобразительно-выразительные средства;

---

<sup>15</sup> Абраменко А.А. Жанр реалити и его особенности на российском телевидении // Научно-учебный электронный журнал Acta Diurna Вестник Пермского государственного университета. URL: [http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp\\_1/abr\\_real.htm](http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_1/abr_real.htm) (дата обращения 23.05.2018).

<sup>16</sup> Абраменко А.А. Жанр реалити и его особенности на российском телевидении URL: [http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp\\_1/abr\\_real.htm](http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_1/abr_real.htm) (дата обращения 23.05.2018)

- 5) Стилевая манера;
- 6) Характер конфликтов и их развитие в сюжете»<sup>17</sup>.

Согласно А. Тертычному, «эти факторы дают основу любым журналистским произведениям, вне зависимости от канала распространения»<sup>18</sup>. Более детально тема будет раскрыта в следующей подглаве нашей диссертационной работы, в которой мы подробно рассмотрим феномен и сверхкультурные особенности формата, а также доступно и оптимально будем строиться на характеристике перечисленных выше жанрообразующих факторах применительно к реалити-шоу.

## **1.2 Реалити-шоу как формат телепрограммы**

В этой подглаве мы исследуем научные работы, посвящённые описанию и разъяснению особенности каждого из выделенных типов формата реалити-шоу.

Изначально формат реалити-шоу задумывался как содержащий в себе следующие особенности:

- 1) безсценарное действие;
- 2) съёмка происходящего одним дублем;
- 3) отсутствие в проекте актёров, нацеленность на привлечение обычных людей;
- 4) соблюдение реальных, жизненных условий съёмок, иногда даже условий, связанных с экстремальной для участников проекта обстановкой.

---

<sup>17</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>18</sup> Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010. С.182.

Термин реальное телевидение существует только в западной типологии жанров, «в России в том же значении употребляется менее точный - реалити-шоу»<sup>19</sup>.

Со временем форматы реалити-шоу стали развиваться по нескольким направлениям.

**Шоу подглядывания.** Наиболее популярный тип реалити-шоу и наиболее распространённый на телевидении. Его популярность объясняет Л.П. Шестёркина: «Любопытство и стремление к сильным переживаниям, особенно проявляющиеся на фоне монотонной повседневной жизни, привлекают внимание людей к событиям, происходящим с персонажами шоу, вносят свой весомый, хоть и временами спорный высокоинтеллектуальный вклад в медиадискурс»<sup>20</sup>.

Одно из важных требований формата реалити-шоу – подбор типажей, то есть, персонажи, отбираемые для шоу должны быть носителями типичных черт, которые могут вызывать как эмпатичные эмоции у аудитории, так и резко негативные, агрессивные, местами, вышедшими из эпохи «пост-модерн». Для этого необходимо, чтобы в характере участника присутствовали разные, побранные на основе полученных данных нейропсихологии, но в то же время типичные для общества характеры<sup>21</sup>.

Л.П. Шестёркина подробно описывает каждый тип реалити-шоу, выделенный А. Абраменко: «**Шоу-выживание** отличается невыносимыми для нормальной жизни условиями, в которых участники проекта бьются за победу. Именно на чрезвычайных и экстремальных испытаниях проверяется

---

<sup>19</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>20</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». 40 с.

<sup>21</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. 2009. № 1/2 (62). С. 181-185.

выносливость участников»<sup>22</sup>. В нём наиболее сильно проявляются первые две из пяти ступеней потребностей по А. Маслоу, так как индивид вынужден раскрывать свою первобытную натуру, чтобы продолжать осуществлять гомеостазис, а, следовательно, его устойчивость к восприятию неожиданных препятствий и быстрая реакция на их преодоление должна проявляться на высоком уровне, иногда в обход конкуренции и прямом зарядном векторе в двух параллельных уровнях проявления медиаплана. Вот почему отдельное, пристальное внимание уделяется фертильности отдельных индивидов в формате реалити-шоу, но при этом особое внимание уделяется надежности и ответственности участника, ведь если этого не произойдет, то организаторы шоу могут начать сомневаться в его готовности выполнять предъявляемые организаторами шоу требования, и выдвинуть справедливые претензии<sup>23</sup>.

**Шоу-обучение**, по мнению Л.П. Шестёркиной «кроме развлекательной функции, несет в себе практическую выгоду, как для зрителей, так и для участников»<sup>24</sup>. Герои проекта должны овладеть навыком, который заложен в сценарную идею шоу, «а у зрителей появляется возможность получить практические знания в ходе наблюдения за героями проекта»<sup>25</sup>. Именно тип «шоу-обучение» задаёт просветительской функции вектор стремления в две противоположные стороны, сводя вместе просветительство и рекреативность. Л.П. Шестёркина отдельно подчёркивает важность стремления участников шоу к получению знаний и их применению на практике<sup>26</sup>. По идее, она может

---

<sup>22</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>23</sup> Кемарская И.Н. Телевизионный редактор – профессионал. М.: Галерея, 2004; С. 105-107.

<sup>24</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». 40 с.

<sup>25</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». 40 с.

<sup>26</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». 40 с.

транспортироваться из различных системно-коммуникативных каналов и придать омонимичный ответ на ряд ситуативных выходов<sup>27</sup>.

**Шоу игры** Л.П. Шестёркина описывает как «сочетание в себе вышеперечисленных направлений, которое вызывает наибольший интерес у зрителей тем, что невозможно предугадать сюжет и события, которые обычно носят случайный, стихийный характер, который опирается на согласованность и сингулярность событий в определённом временном отрезке, вызывая повышенный интерес у аудитории»<sup>28</sup>. Интерес у аудитории прогрессирует в течение трансляции самого шоу. Нелинейный сюжет, зашифрованные миссии, выходящие из различных исследований препятствий, выраженных в последних кульминационных интригах, являющихся непосредственным и важным элементом формата. Поэтому, тот поиск нестандартных решений, который после долгих дихотомических решений выводит неожиданный результат, даёт положительно-позитивный успех в суждениях аудитории. Участники помещены в нестандартные условия и преодолевают не только физические, но и интеллектуальные препятствия, выраженные ярким вербальным и невербальным диалогичным высказыванием.

Теперь, когда рассмотрены основные типы реалити-шоу на телевидении, можно рассмотреть проблемы адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира.

На сегодняшний день борьба за аудиторию между радиостанциями заставляет их искать наиболее эффективные способы привлечения и удержания слушателей на своей частоте вещания. Одной из тенденций развития радио является увеличение доли развлекательных программ. Сейчас радиостанции постоянно находятся в поиске новых форматов радиопередач. Связано это так же с развитием главного поставщика развлекательного контента – телевидения,

---

<sup>27</sup> Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов. М., 2002. С.34-35.

<sup>28</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

и регулярным появлением на нём новых форм подачи информации, которые привлекают аудиторию, но сложно адаптируются под радиоэфир. Например, одним из таких является формат реалити-шоу.

На данный момент этот формат не распространён на радио, а если и встречается, то только с наличием одного из самых важных преимуществ телевидения – видеоизображения. Например, «Новое Радио» запускало реалити-шоу «Студия», где участник должен был семь дней провести в радиостудии. Аудитория следила за ним через видеотрансляцию на официальном сайте «Нового радио».

Отсутствие видеоизображения – не единственная трудность в процессе адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира<sup>29</sup>. Чтобы выделить все сложные моменты этого процесса, рассмотрим описанную в научной литературе исследователями телевидения типологию и жанрообразующие факторы реалити-шоу.

На сегодняшний день среди исследователей формата реалити-шоу нет единого мнения о его типологии. Однако у некоторых исследователей формата реалити-шоу встречаются попытки рассмотреть типологические особенности данного формата. Наиболее подробно и понятно они представлены у кандидата филологических наук, Е.А. Гуцала. В своей научной «Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии» Е.А. Гуцал выделил четыре типа реалити-шоу:

1. «Программы с использованием скрытой камеры»<sup>30</sup>. Герои реалити-шоу не знают, что за ними ведётся наблюдение, участники ведут себя естественно.

2. «Документальная съёмка»<sup>31</sup>. Здесь Е.А. Гуцал выделяет два подтипа, таких как «подглядывание» за работой профессионалов, (пожарных, полицейских, врачей, спасателей). Вторым подтипом является

---

<sup>29</sup> Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов. М., 2002. С.35-38.

<sup>30</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. 2009. № 1/2 (62). С. 181-185.

<sup>31</sup> Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Наука, 2012. – С. 27.

«подглядывание» за жизнью звёзд. Герои при этом осведомлены о видеонаблюдении.

3. «Студийное видеонаблюдение подразумевает под собой непрерывный процесс документального запечатления какого-либо процесса»<sup>32</sup>.

4. «Студийная съёмка, в которой присутствует непосредственная чистота жанра»<sup>33</sup>. В свою очередь, Гуцал делит студийную съёмку на шесть подтипов:

4.1 «Соревнование

4.2 Телевизионный поиск талантов

4.3 Эксперименты с любовными и семейными отношениями.

4.4 Социальный эксперимент

4.5 Шоу профессий

4.6 Квартирный вопрос»<sup>34</sup>.

Опираясь на выводы исследователей и практиков телевидения, можно выявить проблемы и сложности адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира. Первой и главной из них является проблема замены визуального ряда. Возьмём у четвёртого наиболее распространённого на телевидении типа реалити-шоу первый подтип, а именно «соревнование». Для зрителя в данном типе важно наблюдать за преодолением испытаний героями шоу, то есть, быть свидетелями побед и поражений, видеть эмоции персонажей. Аудитории необходимо следить и за самими испытаниями, заготовленными для участников, для формирования эмоционального сопереживания и отношения к героям. Также для зрителя важно видеть их внешность, вызывающую симпатию или антипатию и в дальнейшем, восхищение, отторжение или безразличие. Другими словами, при работе над реалити-шоу, для радио нужно придумать замену видеоизображению, которое является одним из главных

---

<sup>32</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии. С.183.

<sup>33</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии. С.184.

<sup>34</sup> Гуцал Е. А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. 2009. № 1/2 (62). С. 181-185.

факторов. В принципе, эту проблему можно отнести ко всем остальным типам реалити-шоу.

Второй проблемой является разные требования тексту и к стилевой манере. Для телевидения, из-за добавления видеоизображения, присуща форма текста, не изобилующая описаниями. Строго говоря, при написании телевизионного текста упор делается на повествование, ибо видеоряд покажет все детали. Для радиоэфира стилевая манера связана с диалогичностью, обращенностью, разговорностью и описанием «говорящих» деталей.

Еще одна трудность заключается в разнице среднего хронометража для радио и телепрограмм. Без телевизионного хронометража реалити-шоу (от 50 минут до 1 часа) почти невозможно должным образом раскрыть характер конфликтов и показать их развитие. На радио сменяемость программных элементов гораздо выше. Программа с подобным хронометражем потребует переключения внимания, создания дополнительных блоков информации. Внимание слушателя в силу обилия происходящего в радиопрограмме попросту потеряется. Следовательно, драматургия реалити-шоу для радиоэфира должна строиться с учетом специфики восприятия радиопрограмм.

Так же необходимо отметить, что динамика в телевизионном реалити-шоу происходит за счёт смены планов, движения камеры и монтажных приемов. То есть, видеоизображение здесь играет ключевую роль. Динамика радиоэфира строится на темпо-ритме программы, динамике смены голосов, репортажной манере речи, смены звуковых планов. Применение выразительных средств, которые характерны для радио для задавания ритма и поддержания динамики, не связаны с визуальным рядом.

Можно сделать следующие выводы. Главное преимущество телевидения (видеоизображение) является ключевым для формата реалити-шоу, что делает сложным его адаптацию для радиоэфира. Для разработки радиопрограммы формата реалити-шоу необходимо решить следующие проблемы:

1) Проблема отображения происходящего. Нужно найти замену видеоизображению для точной и красочной передачи происходящего в шоу при помощи доступных радиовещанию средств выразительности.

2) Проблема телевизионной драматургии реалити-шоу. Необходимо разработать «радийную» драматургию, способную раскрывать характер и развитие конфликта, но построенную на диалоге, как наиболее оптимальной форме для радио. При этом диалог должен быть не утомляющим слушателя.

3) Проблема стилевой манеры. Необходимо учесть особенности радиоречи при создании сценария реалити-шоу, найти наиболее адекватную форму передачи эмоций героев, возникающих внутренних и внешних конфликтов, описания деталей.

4) Разработать приемы, позволяющие сохранить динамику и ритм в реалити-шоу на радио.

Согласно утверждению Л.П. Шестёркиной, «развлечение - это, прежде всего, процесс, вид поведения человека, помогающий ему расслабиться и получить удовольствие»<sup>35</sup>.

Так же Л.П. Шестёркина считает, что «передачу можно назвать развлекательной, если она удовлетворяет хотя бы несколько следующих зрительских потребностей в получении удовольствия, позитивных эмоций, снятии напряжения (рекреация и релаксация), редукции тревоги, уходе от реальности (эскапизм), в азарте и эмоциональном осмыслении комического (юмор)»<sup>36</sup>.

При анализе и рефлексии на эту тему, становятся ясными заблуждения и предубеждения аналитиков, настроенных на сложность и неоднозначность исследования, что наталкивает на мысль, что сложность и неоднозначность

---

<sup>35</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>36</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиэфире». 40 с.

являются основными типичные чертами формата. На данный момент, нет единого мнения, которое из определений может представляться исследователям, когда речь идёт об определении термина «развлекательная программа»<sup>37</sup>.

Согласно общепринятой теории жанров журналистики, которая приведена в научной работе Л.П. Шестёркиной, «развлекательная программа на телевидении - это программа, сочетающая в себе признаки азарта, юмора, игры, рассчитанная на эмоциональную реакцию аудитории, связанную с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и релаксации»<sup>38</sup>.

Развлекательная программа на радио – это программа, в которой идёт расчёт на эмоциональную реакцию аудитории, с ориентацией на такие потребности аудитории, как потребность в развлечении, отдыхе или наоборот, азарте, соревновательном элементе.

Развлекательные передачи делятся на реалити-шоу, ток-шоу, викторины и шоу. Модели и теле и радиопрограмм могут создаваться по совершенно разным ключевым характеристикам, к которым можно отнести смысловую, структурную характеристики, а так же выразительные средства, которые скрывают в себе достаточно много идей, возможных к воплощению.

Некоторые исследователи утверждают, что зрелищно-представленная ориентация семантического толка и есть форма эмоционально-эстетического, идейно-эмоционального общения. Однако, нельзя не учитывать эмерджентную реакцию аудитории, которая при нарушении пространственно-временного континуума может создать информационный вакуум, невозможный к восполнению с помощью фидбэков или любых других методов современной журналистики. Следовательно, изучение специфики зрелищности в шоу не

---

<sup>37</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>38</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». 40 с.

может идти в разрез с созданием декодируемой функции рекреативных полях медиатекстов, что, само собой, предполагает пониженное влияние на слушателя<sup>39</sup>.

В своей научной работе Л.П. Шестёркина отмечает, что «очень важно при создании развлекательной программы учитывать композиционное построение»<sup>40</sup>. Отдельное внимание уделено этому фрагменту неслучайно. Очевидно, что нарушение стабильного, наработанного ритма влечёт за собой образование нескольких доминирующих центров, что в свою очередь, как подчёркивает Л.П. Шестёркина, «разрывает единую линию внимания, приводит к появлению несогласованных ритмов внимания»<sup>41</sup>. А это влечёт за собой дробление образа и разрушение его художественной целостности в сознании слушателя.

В своей научной работе Л.П. Шестёркина также выделяет такие свойства, которые уже могут быть причислены к практически-реализуемым в радиозфире: «ввод в ситуацию, обозначение проблемы, предъявление оценок и аргументов, практическая постановка вопроса. Вероятностное мышление в процессе журналистской деятельности воплощается в образном ориентире»<sup>42</sup>.

Практические интересы аудитории развлекательных телерадиопрограмм определяют особые логико-композиционные выразительные средства журналистики, выраженные коннотационно и нейролингвистически. Во-первых, структура должна быть упрощена до трёх-четырёх составных частей. Во-вторых, составление композиции и структуры в обратном порядке, заключающих результаты медиа исследований для всеобщего пользования метаязыком и диахронических отношений внутри текста, ведь их

---

<sup>39</sup> Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010. С.182.

<sup>40</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». 40 с.

<sup>41</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». 40 с.

<sup>42</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиозфире». 40 с.

последовательность определяется исключительно не классическими требованиями гармонии или любыми другими требованиями, которые предъявляются к медиапродукту, а потребностью в наиболее сильном эмоциональном окрасе.

Наиболее популярна структура инверсивной пирамиды, когда самые важные сведения размещены в начале, создавая в новостной журналистике, например, «мягкую новость», в формате реалити-шоу выраженную, как и все остальные, в логическом следовании далее, по степени убывания значимости<sup>43</sup> ..

Внутри структурного построения материал может формироваться разнопланово:

- главное и вместе с тем, интересное, раскрытие подробностей, бэкграунд;
- главное, где все события следуют в исключительно хронологическом порядке;

- с применением аналитики (поставлена проблема, собраны мнения, дан исчерпывающий комментарий). Поэтому, крайне важен первый абзац текста. Начинать сюжет можно в доступном разнообразии:

- например, ёмко изложить событие, зарезюмировать его
- выделить наиболее важный аспект
- соблюсти драматичность повествования
- один из самых популярных стартов, это цитирование
- приводя эмпирический способ познания информации
- с помощью аналитики
- задав риторический вопрос
- воспользовавшись лаконичной формой изложения.

Так же Л.П. Шестёркина определяет «необходимость определить общий тон материала, который должен соответствовать содержанию, а главными

---

<sup>43</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». 40 с.

признаками хорошего стиля в случае с развлекательной программой являются точность, краткость и ясность»<sup>44</sup>.

В тексте лучше, по рекомендациям Л.П. Шестёркиной:

- «использовать действенную часть речи в определённом падеже,
- выражаться лаконично,
- следить за словами-паразитами в речи, следить за сором в речи,
- всегда проверять, согласовано ли стилистически предложение, согласно представлениям филологических наук,
- создавать «эффект присутствия» у слушателя,
- делать акценты при написании текста в «заходе» и в «финале» текста,
- заняться саморедактурой,
- выступить в роли режиссёра и максимально «сжать», «спрессовать» материал,
- не выполнять текст в стиле «журналистики 60-ых» или «провинциальной журналистики»,
- следовать радийным установкам в работе с текстом<sup>45</sup>.

Проявление авторской позиции в тексте может быть выявлено за счёт скрупулёзного получения сингулярных познаний в отдельных, специализированных, глубоких научных трудах, осмысление которых обязательно проявляется в тексте. Утверждает в своём научном труде Л.П. Шестёркина: «Однако, в некоторых случаях оно может отображаться явно (в форме развернутого оценочного постулата) или скрыто (проявляется через употребление образов и символов, через язык и стиль изложения, расстановку акцентов и отбор деталей)»<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>45</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

<sup>46</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». 40 с.

Она так же выделяет способы, которыми может пользоваться автор для передачи фактуры слушателю. Вот какие выделила Л.П. Шестёркина:

- «фиксирование - используется для изложения события;
- изложение - используется при представлении обстановки на месте события;
- наделение предмета чертами - используется при представлении действующих лиц события;
- просвещение - необходимо при изложении аргументации;
- умозаключение - используется для сравнения аргументов;

Следовательно, характеристика и изложения у авторского стиля вытекает из предъявления образов:

- отсылка - изложение чужого высказывания в прямой речи;
- прямая ссылка на источник образа;
- реверсивная метафоричность - «воспоминание» о подобном в прошлом;
- цитированное описание - изложение чужого высказывания своими словами;
- культурная интертекстуальность - «вплетение словосочетания или выражения из цитаты в структуру текста»<sup>47</sup>.

Интернет вносит свой вклад в трансформацию телевизионных форматов, в особенно построении композиционных особенностей и структурно-выразительных черт у телепрограмм. Во время процесса создания авторской радиопрограммы, например, немаловажно вычитывать, скрупулёзно искать и познавать исследования, труды, материалы других исследователей, всегда стараться быть открытым новым идеям, согласно характеристике современного учёного.

---

<sup>47</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

Л.П. Шестёркина полагает: «Только пристальный подробный анализ чужого и собственного опыта приведет к выработке устойчивого умения правильно сочетать все элементы комплекса выразительных средств»<sup>48</sup>. И действительно, во второй главе данной магистерской работы будет наглядно показана возможность выработки твёрдых и жизнеспособных принципов адаптации телеформатов для радио.

Журналистика это и сбор и обработка, и передача данных. Стало быть, теми же алгоритмичными чертами обладает журналист. Цели и задачи, преследуемые журналистом, обусловлены, в первую очередь, в каком жанре предстоит работать журналисту, какие цели обозначил для него заказчик, редакция или он сам, и, самое главное, как он видит свою работу, в каком формате и т.д.

Возможность свободно проявлять своё творчество удовлетворяет одну из главных для осуществления гомеостаза потребностей, а именно – глорическую. Когда автор перестаёт быть скованным редакционной политикой или любым другим внешним воздействием, начинает проявляться, по идее, если мы говорим о профессиональном журналисте, вся широта его университетских познаний, широта его воображения, сопряжённая с возможностями, талантом и т.д. Журналист становится способен самовыражаться и, следовательно, повышается коэффициент его продуктивности.

К тому же, создание журналистского продукта довольно часто связано с коллективной работой редакционного состава, однако в случае, о котором мы говорим, журналист действует автономно от редакционного коллектива, и, следовательно, есть несколько аспектов, которые необходимо осветить в данной работе.

---

<sup>48</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». 40 с.

Например, ключевую роль в создании любых программ, теле или радио, играет ведущий. В нашем случае ведущий выступает и как редактор и как журналист. Однако, в случае формата реалити-шоу, у ведущего есть несколько особенных ролей, в которых ему приходится выступать. Например, в случае, если назреет в ходе реалити-шоу психологический тренинг, то роль психолога на себя возьмёт именно ведущий. При этом, ведущий должен сохранять в себе журналистское кредо, оставаясь «над схватакой», в нейтральном положении и реализуя миссию журналистики.

Некоторые из них дает В. Шестаков: «Идеальный ведущий должен отвечать самым разнообразным требованиям. Он должен быть красив, вернее, привлекателен, симпатичен, но в тоже время внешность его должна совпадать с представлениями о некоем «среднем» типе, приемлемом для массового зрителя.

Что же касается поведения ведущего, то он должен держаться свободно, смело, но не впадать в крайности и не выглядеть развязным; он должен излучать уверенность и достоинство, но не создавать впечатления самодовольства. Он - не всезнайка, но эрудит, он разбирается в предмете, о котором пойдет речь, даже если это будут валютный кризис или проблема демографического взрыва, угроза загрязнения среды или реформа школьного образования. У него, наконец, должен быть приятный голос и четкая, ясная дикция; он должен уметь владеть своим голосом; его интонации должны быть выразительными, а их диапазон - широким (от суровой сдержанности до мягкой иронии и сарказма). Он не должен заигрывать с телезрителем, но уметь играть на его воображении, его чувствах - главная задача ведущего программы»<sup>49</sup>.

Но основной профессией на радио и телевидении является профессия корреспондента. Отдельное внимание этому вопросу уделила И.Н. Кемарская:

---

<sup>49</sup> Гуцал Е.А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Известия Уральского государственного университета. 2009. № 1/2 (62). С. 181-185.

«При создании развлекательной программы, основное требование к корреспонденту - умение найти интересную, занимательную, необычную информацию, по-новому взглянуть на происходящее. Он выезжает на место событий, знает, как вместе с оператором выбрать, отснять и затем выстроить ряд кадров, которые дадут достаточное представление о происходящем, умеет сопроводить эти кадры текстом. Особое внимание уделяется умению найти интересные детали»<sup>50</sup>.

Исследователи выделили очень много обязанностей для журналиста, работающего в развлекательных теле-форматах. Логично предположить, что при попытке трансформации и попытке адаптации любого телевизионного развлекательного формата для радио, все особенности и обязанности журналиста, как и его коэффициент значимости для проекта сохранятся, если не умножатся.

В этом случае немаловажно ознакомиться с этими обязанностями, для дальнейшего рассмотрения и применения в практической работе.

Некоторые исследователи отдельно выделяют некоторые особенности профессионального поведения журналиста в формате реалити-шоу, например, если приходится воспользоваться методом сбора комментариев, то некоторые исследователи подчёркивают особенности профессионального поведения, такие как 1) умение собраться и, представляя будущий материал, подобрать необходимые типажи для дачи комментариев; 2) соблюсти драматургий и ярко-выраженные особенности метода комментирования.

Кроме того, корреспондент заботится о композиции материала и элементах драматургии. Он является руководителем съёмочной группы, ему приходится решать режиссерские задачи по работе с оператором»<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> Кемарская И.Н. Телевизионный редактор – профессионал. М.: Галерея, 2004; С. 17.

<sup>51</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

Логично предположить, что журналист может выступать в качестве автора, редактора и организатора. Если только разобраться, журналист может являться создателем оригинальной идеи, скомпоновать свой продукт так, что он был максимально лаконичен и максимально при этом работал на те функции, которые были в него заложены на сценарном уровне. И, наконец, распространять свой продукт по доступным средствам массовых коммуникаций.

Если журналист выступает и в роли автора идеи, и в роли автор текста, и в роли оператора/звукорежиссёра, и в роли распространителя эмерджентных волн сквозь червоточину, то журналист выполняет и многие другие функции, намного глубже чем тем, что были представлены.

Отдельно отмечают, что журналисту не лишним является свойство видеть конечную цель материала, и обратить свою работоспособность исключительно на достижение конечного результата. Другими словами, некоторые исследователи предлагают журналистов ещё до написания текста видеть весь выпуск целиком, что заставит журналиста всего лишь заполнить недостающие звенья в своём материале.

И.Н. Кемарская рассмотрела организаторскую деятельность журналиста: «Журналист как организатор развлекательной программы выполняет ряд следующих задач: привлечение к сотрудничеству представителей различных областей общественной деятельности, а в развлекательных программах это зачастую звезды эстрады, кино, моды. В этом случае журналист должен суметь найти к ним подход, уговорить принять участие в программе, заинтересовать и подготовить к эфиру»<sup>52</sup>.

Теоретические исследования приведены и у С.Н. Акинфиева: «Журналист как участник информационного производственного процесса является творцом информационного продукта - автором сюжетов (текстов), редактором и

---

<sup>52</sup> Кемарская И.Н. Телевизионный редактор – профессионал. М.: Галерея, 2004; С. 17.

организатором производства по выпуску массовых информационных потоков в эфир. Но журналистская деятельность не всегда является авторской. Журналист нередко принимает участие в организации информационных потоков. Очень часто ему приходится работать с представителями различных профессий. Журналист привлекает их к обсуждению интересных зрителям тем и ситуаций. В редакции приходят письма, на сайте зрители и слушатели пишут отзывы и задают вопросы. В этом случае журналист выступает в качестве модератора (направляет ход беседы, следит за временем), редактора»<sup>53</sup>.

Выбирая себе роль, определяясь с мировоззрением, вырабатывая собственный почерк, стиль работы, методы и другое, журналист создаёт свой авторский образ.

Особенно необходимы журналисту, который работает над развлекательными программами, методы психологии и социологии. Это связано с очевидным большим количеством общения с массами аудитории, так же учитывая их особенности, предпочтения, соблюдать плодотворные взаимоотношения и с аудиторией, и с заказчиком.

«Авторская программа в теории журналистики - это передача, автор которой одновременно выступает в роли ее создателя и ведущего, режиссера, литературного и музыкального редактора, корректора, а иногда и продюсера»<sup>54</sup>. Другими словами, если внимательно прочитать вторую главу данной диссертационной работы, то можно заметить следующее. Проект «Я СМОГУ» был разработан «Европейской медиагруппой». Идея проекта принадлежит этому холдингу радиостанций, но этот холдинг поручил одному своему работнику разработать радиовersion реалити-шоу «Я СМОГУ». И в описываемом случае журналист выступал как создатель радиопрограммы, как

---

<sup>53</sup> Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. кандидата филол. наук // Вестник Московского Университета. № 6. 2014. С. 21–25.

<sup>54</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

её редактор, ведущий, непосредственный исполнитель, звукорежиссёр и корреспондент.

Сравнивает автора развлекательной программы телевидения с автором развлекательной программы на радио Л.П. Шестёркина: «Автор развлекательной программы, например, на радио, с одной стороны, находится в более простой ситуации в отличие от ведущего эфира: он ограничен темой своей передачи, ему не надо знать обо всем понемногу, нужно разбираться только в своем вопросе»<sup>55</sup>.

Л.П. Шестёркина считает журналиста, работающего над развлекательными теле- и радиопрограммами почти полностью автономным от заказчика и возможного трудового партнёрства. Исследователь Л.П. Шестёркина утверждает «автор сам подбирает и музыкальный материал (который также должен легко восприниматься), договаривается с гостями, если это ток-шоу, обсуждает с ними тему предстоящего разговора, желательные и нежелательные вопросы и т.д. Иногда необходимо пообщаться и с постоянными слушателями, узнать, что им нравится, а что нет, что они хотели бы услышать в будущем - какую музыку, с какими людьми встретиться в эфире»<sup>56</sup>.

На основе прочитанных исследований, можно вывести некоторые собственные дополнения к образу ведущего в развлекательной радиопрограмме. Немаловажным будет «фирменный знак» автора, собственные выражения и подобранные слова для приветствия и прощания со слушателями. Так же автору стоит уделить особое внимание музыкальному сопровождению. Музыкальные подложки должны быть стильными, ритмичными, отвечать настроению передаваемого автором контента, так же соответствовать тематике

---

<sup>55</sup> Шестеркина Л.П. Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики: учебное пособие. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010 – С. 6.

<sup>56</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

выпуска, тематики повествуемого события. Музыкальные подложки могут влиять на сопереживание слушателя, провоцировать его на возвышенно-пафосные или меланхолично-грустные эмоции.

Так же ведущему следует уделять большое внимание наиболее важному аспекту на радио, а именно – общению. Под этим подразумевается, в первую очередь общение со слушателями, своеобразное эмпанирование им, умение оценивать обстановку в городе, погодные условия, события в социальной, политической или медийной действительности. От ориентации ведущего в указанных и других возможных сферах зависит синхрония между автором радио-теле программ и его аудиторией. И, разумеется, ведущему следует уделять внимание в общении с гостем или гостями, если они подразумеваются концепцией шоу.

Некоторые из исследователей полагают, что на локальной информационно-музыкальной радиостанции авторская программа может выходить только с наличием ведущего непосредственно в прямом эфире, а на государственной радиостанции, в большинстве случаев превалирует выход в записи. Однако, это не совсем так. Ведущий может транслировать свою радиопрограмму хоть на локальной, хоть на государственной радиостанции в том формате, который он решит верным использовать.

Журналист всегда находится в состоянии полного погружения в массовый информационный поток. Большое количество информации, с которой приходится работать ведущему, само обуславливает особенности рабочей вовлечённости при контакте с ними. При этом, С.Н. Акинфиев отдельно отмечает, что «специфику журналистской деятельности в создании развлекательной программы определяют ее жанр и формат, требования аудитории, необходимость быть интересным, новым и необычным. Журналист

должен постоянно придумывать новые ходы, совершенствовать свое мастерство и удерживать аудиторию»<sup>57</sup>.

Ввиду достаточности исследованной научной литературы, можно ознакомиться с последними выводами в этой главе, которые помогут подытожить и закрепить наше понимание работы над адаптацией формата реалити-шоу для радиоэфира.

Л.П. Шестёркина выделила условия при трансформации телепрограммы для радиоэфира:

- «сокращение текста;
- композиционное перемещение фрагментов;
- уплотнение времени;
- использование звуковых выразительных средств в виде фона, декорации согласно замыслу автора и характеру материала;
- создание различных временных и пространственных планов, характеристика через них времени и места действия, показа событий с разных точек звуковой записи;
- использование контраста разных выразительных средств, как приема сталкивания различных смысловых, психологических ситуаций, сцен, планов;
- создание целостной композиции радиопроизведения»<sup>58</sup>.

Таким образом, изученные нами аспекты функционирования реалити-шоу на телевидении позволяют определить основные проблемы, с которыми сталкиваются радиожурналисты в процессе адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира. Главное преимущество телевидения (видеоизображение) является ключевым для формата реалити-шоу, что делает сложным его

---

<sup>57</sup> Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. кандидата филол. наук // Вестник Московского Университета. № 6. 2014. С. 21–25.

<sup>58</sup> Шестёркина Л.П. Пояснительная записка к ВКР «Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире». Челябинск: ЮУрГУ. 2011. 40 с.

адаптацию для радиоэфира. Для разработки радиопрограммы формата реалити-шоу необходимо решить следующие проблемы:

- 1) Проблема отображения происходящего. Нужно найти замену видеоизображению для точной и красочной передачи происходящего в шоу при помощи доступных радиовещанию средств выразительности.
- 2) Проблема телевизионной драматургии реалити-шоу. Необходимо разработать «радийную» драматургию, способную раскрывать характер и развитие конфликта, но построенную на диалоге, как наиболее оптимальной форме для радио. При этом диалог должен быть не утомляющим слушателя.
- 3) Проблема стилевой манеры. Необходимо учесть особенности радиоречи при создании сценария реалити-шоу, найти наиболее адекватную форму передачи эмоций героев, возникающих внутренних и внешних конфликтов, описания деталей.
- 4) Проблема сохранения динамичности программы. Разработать приемы, позволяющие сохранить динамику и ритм в реалити-шоу на радио.

Основными направлениями трансформации формата реалити-шоу станет поиск выразительных ресурсов радиовещания, восполняющих отсутствие видеоряда.

## ГЛАВА 2. РАБОТА НАД РЕАЛИТИ-ШОУ «Я СМОГУ»

### 2.1 Концепция радиопрограммы «Я СМОГУ»

Заказчик предоставил краткое описание проекта «Я СМОГУ». Так же стали известны спортивные и информационные партнёры проекта, обязательные для упоминания. Выяснилось, что «Я СМОГУ» - совместный проект Спорт FM Тольятти с телекомпанией «Лада Медиа» и спортивным клубом «Спорт Таун», а также с школой бега «Run TLT». Это телерадиопроект, направленный на популяризацию занятия физической культурой и спортом, здорового образа жизни. Спорт FM Тольятти выступает в роли инициатора проекта. Радиостанция Спорт FM Тольятти обязуется подготовить и транслировать в эфире специальные программы. Партнёр «Лада Медиа» будет подготавливать еженедельные телепрограммы - отчеты о подготовке участников к полумарафону. Крайне важно для автора радиоверсии проекта «Я СМОГУ» просмотреть хотя бы видео-отчёт партнёра «Лада Медиа». Ведь именно на телевидении успешно реализуется формат «реалити-шоу». Внимательный, глубокий анализ хотя бы одного выпуска видео-отчёта позволит выделить черты и свойства, которыми мог бы воспользоваться автор телепрограммы, чтобы приблизить свои сюжеты к формату «реалити-шоу». Подмеченные автором радиопрограммы черты и свойства, в дальнейшем помогут составить структуру каждого выпуска радиопрограммы, цикл выпусков которой и будут являться форматом «реалити-шоу» на радио. Другими словами, подметив возможности дополнения телевыпусков несколькими характерными чертами формата «реалити-шоу», автор радиоверсии реализовал их в своей радиопрограмме.

План проекта заказчик СПОРТ FM Тольятти описал так: «Мы подготовим 5 тольяттинцев, к преодолению полумарафонской дистанции (21 км 100

метров). В социальных сетях, будет создана специальная группа от Спорт FM, в которой будет подробно рассказываться об участниках проекта и их подготовке к забегу. Так же 2 раза в неделю на Спорт FM будут выходить программы-анонсы. Еженедельно на телеканале «Тольятти 24» будет программа – отчет. Финал проекта - 22 апреля в рамках мероприятия «Тольяттинский легкоатлетический марафон», а также итоговые программы на радио и на ТВ». Это важные аспекты, обязательно должны быть учтены автором при подготовке радиопрограммы. Заказчик разделил проект на три этапа.

I этап: Через радиостанцию Спорт FM Тольятти собирает 5 участников, которые примут участие в проекте.

II этап.

Подготовка участников к соревнованиям. Съемка тренировок, тестирований, медицинских наблюдений. Раскрытие характеров участников через их отношение к спорту и здоровому образу жизни, рассказов друзей и родственников о них. Возможно привлечение в программу психологов, диетологов, фитнес тренеров и т.д. Тренировки будут проводиться под руководством тренера.

III этап (финальный этап).

Это последний эпизод реалити-шоу, где мы показываем, как преодолели (или нет) дистанцию марафона наши участники. Их ощущения, эмоции их друзей родственников.

Этапы также обязательно должны быть учтены автором при исполнении заказа от СПОРТ FM Тольятти.

*Описание радиостанции «СПОРТ FM Тольятти»*

На официальном сайте Европейской Медиагруппы дано следующее описание радиостанции: «Спорт FM - единственная федеральная спортивная радиостанция России. Основная аудитория слушателей – мужчины 30-40 лет, среди которых преобладают руководители, люди с высоким и средним

доходом. Ежедневно на волну «Спорт FM» настраивается около 1,3 млн. человек более чем в 500 городах России. Объем еженедельной аудитории составляет 3,3 миллиона слушателей. Сеть национального спортивного вещания была запущена в 2014 году, накануне Олимпиады в Сочи»<sup>59</sup>.

«Формат вещания «Спорт FM» - sport/news/talk (спорт/новости/дискуссии), с 2017 года 10% эфирного времени занимает музыка. «Спорт FM» - это самая оперативная информация о спорте 24 часа в сутки, онлайн-трансляции спортивных событий, комментарии экспертов, интервью со спортсменами, тренерами и спортивными функционерами. Спортивные и общественно-политические новости звучат в эфире каждые 30 минут»<sup>60</sup>.

«Спорт FM» поддерживает все крупнейшие спортивные события как в России, так и за рубежом. Станция является информационным партнером Чемпионата России по футболу, КХЛ, Единой лиги ВТБ, Ночной Хоккейной Лиги и других соревнований. Кроме того, «Спорт FM» поддерживает многие социальные проекты: «Подари тепло», «Олимпийский патруль», «Футбол для дружбы», футбольный турнир для детей-сирот «Будущее зависит от тебя» и другие»<sup>61</sup>.

На основе представленных требований заказчика и на основе опыта и знаний, полученных автором радиопрограммы в ходе университетского обучения, была составлена следующая концепция радиопрограммы.

#### *Концепция радиопрограммы «Я СМОГУ»*

**Название:** «Я СМОГУ». Название придумано руководством СПОРТ FM Москва на правах франшизодержателя. Оно является единым для всех радиостанций-ретрансляторов на территории РФ, которые захотят воплотить проект в жизнь в своих городах вещания.

<sup>59</sup> URL: <http://1region.ru/adv/radiostation/sport-fm.html> (дата обращения 01.05.2018)

<sup>60</sup> URL: <http://1region.ru/adv/radiostation/sport-fm.html> (дата обращения 01.05.2018)

<sup>61</sup> URL: <http://1region.ru/adv/radiostation/sport-fm.html> (дата обращения 01.05.2018)

**Цель программы:** Через радиотрансляцию проекта познакомить аудиторию с культурой спортивного бега и приобщить аудиторию к бегу и здоровому образу жизни, к занятию спортом. Цель сформулировал заказчик.

Для достижения цели, были сформулированы следующие задачи:

- 1) В каждом выпуске знакомить слушателя с историей марафонской.
- 2) Для соответствия формату «реалити-шоу», акцентировать внимание на участниках проекта через присущие формату способы.
- 3) В предпоследнем, предшествующем репортажу с марафона выпуске, дать слушателю информацию о месте проведения тольяттинского марафона и возможностях регистрации.

**Целевая аудитория** соответствует аудитории радиостанции-заказчика. То есть, это преимущественно образованная мужская аудитория (70%), в возрасте 25-55 лет.

**Авторский состав:** единственным постоянным автором, журналистом, ведущим радиопрограммы, будет выступать сам создатель радиопрограммы. Так как заказчик поручил создание радиопрограммы только ему, предоставив полную свободу действий, то логично предположить, что только создателю принадлежит полное видение проекта.

**Продолжительность:** Заказчиком был установлен хронометраж 5-8 минут. 5 минут – минимум, требуемый и заказчиком, и форматом, 8 минут – максимум эфирного времени, которое мог предложить заказчик, так как радиопрограмма выходила в рамках локальной программы «ПИТ-СТОП ШОУ».

**Форма выхода программы:** прямой эфир, подкаст.

**Структура выпуска:** Целями первого выпуска являлись 1) знакомство слушателя с идеями и сутью проекта; 2) а также представление слушателю участников проекта. Исходя из этих целей, первый выпуск имел следующую структуру:

- 1) «Заход» - подробно излагалась суть реалити-шоу, а также описывались испытания, которые предстояло преодолеть участникам проекта.
- 2) Один смысловой блок. «Интервьюирование» - автор знакомил слушателей с участниками проекта.

Со второго по четвёртый выпуск, структура радиопрограммы изменилась вследствие того, что изменились цели каждого конкретного выпуска:

- 1) «Заход» - в течение 30 секунд пересказывалась суть реалити-шоу
- 2) Анонс выпуска – так как выпуск делился на три смысловых блока, то и анонсировалось краткое содержание каждого блока
- 3) Три смысловых блока – содержание и темы блоков менялись в зависимости от цели повествования каждого отдельного выпуска.

В пятом выпуске, ввиду особенностей финального выпуска, «анонс» был исключён из структуры, а содержание «захода» немного видоизменено.

Все обоснования изменений в выпусках подробно представлены в подглаве «Творческий процесс создания радио-реалити-шоу «Я СМОГУ»».

**Музыкальное оформление:** Начальная заставка. Произносится текст «Это испытание - для сильных! Готовых к новым вызовам! Тех, кто не боится трудностей! Реалити-шоу «Я СМОГУ»!» мужским басом с натужно-пафосной интонацией. Длительность – 10 секунд. Начальная заставка была создана самим заказчиком.

*Подложки.* Музыкальные подложки соответствуют музыкальному контенту радиостанции «СПОРТ FM». Это преимущественно классический рок, рок-фолк, альтернативный рок. С помощью энергии и стилевых особенностей данных музыкальных жанров удаётся создавать нужное настроение программы. Так же заказчиком предоставлены подложки от разнообразных других шоу радиостанции, которые изредка использовал автор.

Необходимо отметить, что звуковые элементы от заказчика, (за исключением заставки реалити-шоу «Я СМОГУ»), были не созданы специально

для проекта, а заимствованы из разных старых, не выходивших уже в эфир радиопрограмм радиостанции СПОРТ FM. Другими словами, музыкальное оформление целиком и полностью зависело от автора.

*Перебивки.* В качестве перебивок использовались интертекстуальные включения в виде вырезок из популярных советских фильмов и песен, а так же отдельные музыкальные фрагменты из подложек.

**Образ ведущего:** Ведущий должен являть собой «проводника» в мир тольяттинского марафонского движения, и марафонского движения в принципе. Ведущий должен производить впечатление образованного, эрудированного человека, так как этого условия требует целевая аудитория программы. Начитка текста - размеренная. Так как спортивной культуре присущи статистика, множество цифр и «сухих» фактов, то образ ведущего можно дополнить небольшой ироничностью, юмором, чтобы удерживать внимание слушателей и выполнять развлекательную функцию.

**Периодичность:** Раз в неделю (среда) в рамках локальной программы «ПИТ-СТОП ШОУ» на протяжении 1,5 месяца.

**Объём вещания:** один выпуск – 5-8 минут.

**Платформы распространения:** Заказчик транслирует в радиоэфире на своей частоте 95,5 FM в рамках «ПИТ-СТОП ШОУ» (локальная программа) раз в неделю. А также заказчик размещает уже вышедший в эфир выпуск в своей официальной группе «СПОРТ FM Тольятти» в социальной сети «ВКонтакте».

**Территория распространения** совпадает с территорией вещания заказчика, ею являются городской округ Тольятти и городской округ Жигулёвск.

## 2.2 Творческий процесс создания радио-реалити-шоу «Я СМОГУ»

Творческий процесс создания радиопрограммы «Я СМОГУ» состоит из пяти этапов:

- 1) Подготовительный. В этом процессе разрабатывается и утверждается тема выпуска, собирается необходимая информация, которая может пригодиться в качестве фактуры при написании текста.
- 2) Сбор комментариев (при необходимости, интервьюирование, запись интершумов). Наиболее ответственный и важный этап работы. На ответах участников, ответах интервьюируемых будет строиться основная часть будущего текста. Важно помнить, что часть комментариев уйдёт в анонсы выпусков. Немалую роль сыграет и качество записанных интершумов, их звуковая насыщенность и полное отображение происходящего.
- 3) Написание текста. Соединение всего имеющегося материала в единую текстовую композицию.
- 4) Запись.
- 5) Монтаж.

Повторимся, что у каждого выпуска имелась своя цель, своя тема, предназначенные для полного раскрытия сути проекта, соответствия формату «реалити-шоу» и достижения главной цели и задач, поставленных заказчиком. И так как в данной научной работе объясняется, как адаптировать формат реалити-шоу для радиоэфира, то будут подробно рассмотрены все вышедшие в эфир СПОРТ FM Тольятти выпуски проекта «Я СМОГУ».

1 выпуск. «Знакомство».

*Подготовительный этап.* Автор согласовывал тему с заказчиком. Для первого выпуска, так как тренировки ещё не начались, а участники только-только были выбраны, имело смысл ввести слушателя в курс дела. Автор

предложил познакомить слушателя с 1) таким явлением в городе, как марафонское движение; 2) познакомить слушателя с участниками. Также было важно продемонстрировать слушателю масштаб грядущих тренировок, в который входили не только тренировки в спортзале несколько раз в неделю, но и индивидуальные «домашние задания», раздаваемые специально приглашёнными тренерами из клубов спортивных партнёров проекта. После недолгого обсуждения тема «Знакомство» для первого выпуска была утверждена заказчиком. В процессе подготовки автор собрал необходимую информацию с помощью Интернет-ресурсов и публикаций из Интернет-СМИ на тему истории тольяттинского марафона и прошедших марафонов в городе. Собранная информация послужила фактической базой в будущем тексте.

*Сбор комментариев.* В первом выпуске сбор комментариев участников проекта происходил через специальный стационарный записывающий переговоры телефон в операторском отделе АО «Медиа Плюс» (ЕМГ Тольятти). Это было обусловлено расположением участников проекта в разных точках города, и, следовательно, трудностью в личном посещении фактического места пребывания каждого участника.

На каждого из комментаторов уделялось 5-6 минут разговора. Автор составил список приблизительных вопросов. В основном в ходе переговоров автор импровизировал, используя список только как ориентир, позволяющий не отклоняться от темы. Вопросы были связаны с 1) причиной, по которой участник решил принять участие в проекте; 2) родом деятельности участника; 3) что он ожидает от проекта. Второй пункт, а именно «род деятельности участника» в дальнейшем, при написании текста, был превращён в непрямую цитату, звучащую как информация/справка, добытая самим автором. Другими словами, что и как сами сказали о своём роде деятельности участники, такими же словами, но от своего имени и сказал о них автор. Примеры из сценария:

<...> Знакомимся с Анной Кожокар. Говорит, что по профессии маркетолог, а по призванию – мама. Казалось бы, в жизни уже всё устроено, зачем ещё и бежать куда-то? Вот что она на это возразила:

«Ни разу, ни разу не бегала марафон! Даже папа говорит – «Не пробежишь!» А я ему пробегу! Давай поспорим! Я смооогу!» <...>

<...> Рекомендую вам Михаила Носорева. Он организатор и ведущий торжественных мероприятий, а ещё защищает зверушек от жесткого обращения! Вроде, сейчас бы свадьбами-юбилеями заниматься, да животных спасать, но Михаил движем собственной жизненной позицией:

«Нуу, вообще, я убеждён, что надо пробовать новое...» <...>

<...> С удовольствием знакомимся с Ольгой Жирновой. Красивая, весёлая, активная девушка. И именно потому, что активная, поставила себе цель преодолеть себя:

«От себя я ожидаю просто пробежать» <...>

<...> Не побоялся трудностей Никита Сенин, серьёзный молодой человек, по профессии закупщик запасных частей для наших лучших отечественных машин:

«Я давно хотел пробежать много, но один бы я никогда не пробежал» <...>

<...> В ряды бегунов затесался и творческий человек, Мария Абрамова. Вот уже 16 лет как она дизайнер, визуальный ряд мероприятий, реклама где хочешь, даже дома работа её не оставляет, потому что дизайн – её всё. Но следующие полтора месяца Мария добровольно проведёт в обнимку с кроссовками:

«Хочу показать своим детям, насколько я ещё...могу» <...>

При сборе комментариев очень важно было учитывать примерный хронометраж каждого из них. В данном случае было рассчитано, что приблизительный хронометраж от каждого участника будет составлять 30 секунд.

*Написание текста.* Текст писался с учётом того, что комментарии участников были предварительно прослушаны, в них были выделены те места, которые будут включены в выпуск, и каждый комментарий был расшифрован и прописан в самом сценарии. Это необходимо для точного стилистического и смыслового подбора слов, подбора подводок к комментариям при написании текста.

В первом абзаце первого выпуска была реализована одна из задач выпуска. А именно знакомство слушателя с тольяттинским марафонским движением. В силу небольшого эфирного времени, предоставленного заказчиком, а также для сохранения динамики, информация была подана кратко, ёмко и уже на этапе написания текста были внесены такие стилистические приёмы, как ирония: «... не щадя своих ног и лёгких...». Пример первого абзаца: «Вот уже семь лет тольяттинцы, не щадя своих ног и лёгких, пробегают Тольяттинский марафон. В этом году он приурочен к 281-летию Ставрополя-на-Волге. Разумеется, энтузиасты-легкоатлеты долго к этому готовятся. Еженедельные пробежки, правильное питание целый год не отпускают спортсменов-любителей. Ведь им нужно будет преодолеть 22 километра или 42 километра бегом!».

Далее автор решил использовать интертекстуальное включение, которое служило и как перебивка между абзацами и служило развлекательным элементом:

(интертекстуальное включение из х/ф «Джентльмены удачи»): «Это тебе не мелочь по карманам ... !».

Во втором абзаце вкратце рассказывался замысел проекта, также для выполнения одной из задач выпуска:

«Но Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт. И всё для того, чтобы за полтора месяца эти пять смельчаков накачали

икры. Развили дыхание. Преодолели боль, изнеможение. И 22 апреля взяли и покорили 22 марафонских километра. Скучно не будет. Будет трудно. Будет жёстко. Но эти смельчаки просто сказали себе – «Я смогу!».

При этом, по предложению автора, фрагмент фразы «просто скажи себе – «Я смогу!» стал слоганом проекта в целом. Заказчик одобрил эту идею, попросив из выпуска в выпуск повторять этот слоган, а также использовал его в рекламных промо-роликах проекта и при продвижении проекта в официальной группе социальной сети «ВКонтакте», СПОРТ FM Тольятти. В следующих выпусках этот абзац будет повторяться, как «заход», т.е. обязательная вводная часть выпуска. Видоизменится абзац в финальном выпуске.

Следующий абзац текста совмещал в себе обязательное произношение спортивных партнёров проекта, знакомство слушателя с тренерами, которые будут обязательно в дальнейшем фигурировать в проекте и небольшое описание контроля тренерами хода физической подготовки участников за пределами спортивного зала:

«Не давать сломаться легкоатлетам в гражданском будут Эдуард Жигунов, тренер по бегу от школы бега Run TLT и Мария Тараканова, тренер по ОФП от «СпортТауна». Они не только проводят тренировки, но и раздают домашние задания подопечным и следят за их прогрессом. Новый век – новые возможности. Каждый день 5 наших славных бегунов отсылают своим тренерам скриншоты преодолённых километров и селфи с пробежек».

В следующем абзаце автор подходит к знакомству слушателя с участниками проекта: «Ну а теперь пришло время услышать, наконец, кто эти 5 новобранцев лёгкой атлетики...».

И, наконец, завершающий абзац, в котором автор даёт слушателю ссылки на ресурсы, через которые он может следить за проектом. Среди них упоминается информационный партнёр проекта, телеканал «ГУБЕРНИЯ»:

«Теперь ты знаешь этих людей. Увидишь в городе человека, бегущего в снег, дождь, град, по проталинам. Глаза у него горят, он на бегу делает селфи – знай, это один из тех, кто просто сказал себе – «Я смогу»!

Видео-дневник проекта «Я смогу» можно посмотреть на телеканале Губерния каждый вторник в 21:05. И следи за проектом на Спорт ФМ в эфире и в группе в Контакте, Спорт ФМ Тольятти».

Абзац видоизменится в последнем выпуске.

*Запись.* Создатель программы предусмотрительно сделал запись, в которой идёт короткое представление его как автора: «Программу подготовил Максим Котерман». Запись была сделана с помощью ведущего новостей ЕМГ Тольятти Михаила Вольных.

При разработке первого и всех последующих выпусков запись текста ведущего производилась с помощью студийного микрофона в монтажной студии АО «Медиа Плюс» (ЕМГ Тольятти), в программе Audacity.

При записи необходимо несколько раз перечитать текст, отметить трудные места. Необходимо сделать запись с минимальными повторами для удобства монтажа. Также это поможет сэкономить время для записи второй версии прочтения текста. Две версии прочтения текста позволят выбирать лучший вариант произношения той или иной фразы с большим удобством и меньшей затратой времени, чем при перезаписывании фразы несколькими способами в одном и том же фрагменте. Запись первого выпуска делалась с предварительным повторным прослушиванием полученных комментариев для грамотной интонационной расстановки при начитке текста.

Также после завершения записи, получившейся трэк можно сохранить, по своему предпочтению и с учётом особенностей звучания программы в радиоэфире, в двух видах – «сыром», т.е., необработанном и с использованием «компрессии».

*Монтаж.* При разработке первого выпуска и всех последующих выпусков монтаж производился в программе Adobe Audition.

В первую очередь при монтаже «чистится» запись текста автора. Если условия записи, упомянутые выше, были соблюдены, то на «чистку» уйдёт немного времени. Под «чисткой» подразумевается не только устранение дефектов вроде вдохов и т.п., но и удаление неудачных дублей, которых, опять-таки, если запись была сделана по вышепредставленному совету, должно быть немного. Далее следует разделить запись текста автора по таким же абзацам, как те, что представлены в озвученном тексте. Таким образом, мы получаем «звуковые блоки», между которых, сверяясь со сценарием, можно вставлять комментарии.

Записанные комментарии мы урезаем до необходимых 30 секунд, оставляя только то, что было предусмотрено сценарием. Никакой звуковой обработки, кроме нормализации звука в некоторых местах комментариев, не потребовалось. Возникновение трудностей при монтаже комментариев зависит от наличия или отсутствия грамотно поставленной речи у респондента. Наконец, можно примерно «набивать», расставлять комментарии на следующей после записанного текста дорожке, в том порядке и в тех местах, какие им предусмотрены сценарием. Теперь можно отключить звук у обеих дорожек: и с текстом, и с комментариями.

Самый трудоёмкий этап – подборка музыки и монтаж подложек. По идее, музыка должна быть подобрана ещё на этапе подготовительном или при написании сценария. Однако случаются моменты, когда выбор приходится делать прямо во время монтажа. Такие случаи будут рассмотрены в следующих выпусках, в первом же, можно было использовать те три подложки, которые предоставил сам заказчик. Они обладают подходящей для темы и цели выпуска динамикой. Однако в дальнейшем частота их использования сведётся к нулю, так как для остальных выпусков требовалось больше динамики и энергии и

ярко-выраженных экспрессивных черт, которыми представленные заказчиком подложки не обладали.

Звуковые элементы, разумеется, уже являясь подложками, «резались» и «сводились» без особенных трудностей. После размещения подложек на третьей дорожке под нужными местами (под дорожками с текстом и комментариями), можно отжать кнопку «Mute» на первых двух дорожках, и подровнять подложки под звуковые дорожки текста и комментариев, не оставляя мест с тишиной. Осталось отрегулировать уровни звука на каждой из дорожек и вставить в специально отделённые в начале сессии 10 секунд тишины предоставленную заказчиком заставку, после которой, вставляется заранее записанное представление автора и ведущего программы.

Теперь вся сессия экспортируется в формате mp3. с частотой 44100 Hz, с битрейтом в 320 Kb/s, для достижения наивысшего качества, доступного в формате mp3.

2 выпуск. «Тренировки».

*Подготовительный этап.* Автор согласовал тему второго выпуска с заказчиком. Во втором выпуске было необходимо показать процесс тренировки участников, их изнуряющую подготовку с комментариями от специально приглашённого тренера, но при этом, само описание изнуряющих тренировок должно было не утомить слушателя. Так же второй задачей выпуска являлась демонстрация обязательности тренировок. Автор понимал, что в радиоэфире отсутствует видеоизображение, и поэтому внушительные дистанции, количество подходов во время выполнения тренировочных упражнений, всё, что выражается в тексте в виде цифр, не будет производить достаточного впечатления на слушателя. Чтобы сформировать у слушателя достаточно полное представление о физической сложности и прохождения грядущего полумарафона и тренировочного процесса, автор заранее подготовил вопросы для тренера, ведущего занятия с участниками проекта. Через ответы на эти

вопросы, слушатель сможет осознать в достаточной степени всю сложность и необходимость физической подготовки. Отдельно следует отметить, что для выполнения задач выпуска требовалось не столько чёткое планирование действий журналиста на месте тренировки, сколько импровизация автора в ходе их проведения.

*Сбор комментариев.* 70% наполнения выпуска составляли комментарии. Как в виде конкретных звуковых элементов, так и в виде информации, которую автор перерабатывал и форматировал, и вносил в закадровый текст. В первую очередь, необходимы были «живые» комментарии от участников реалити-шоу. Ещё до начала тренировки, автор встретил женскую часть участников у входа к спортивной арене, и включил диктофон в тот момент, когда они обсуждали свои ощущения после первых двух недель беговой подготовки. По комментариям можно услышать, что запись представляет собой исключительно живую беседу между группой лиц, комментарии предназначались не для микрофона. Таким образом, через «подслушивание», автор получил живые и эмоционально-яркие комментарии.

В сбор комментариев так можно включить и запись окружающих шумов, комментарии тренера по подготовленным автором темам, а также «случайные комментарии». Имеются в виду комментарии, изначально не предусмотренные по плану. Участники тренировались на площадке среди профессиональных спортсменов, одна из которых после тренировки решила поделиться с легкоатлетами своими впечатлениями от марафона в Сан-Диего, на котором она успешно финишировала. Автор не предполагал изначально, что это произойдёт, однако в нужный момент включил запись на диктофоне и получил материал на следующий выпуск. Подробнее об этом будет рассказано в описании третьего выпуска.

Часть комментариев, наиболее удачная часть, впоследствии были включены в одну из важных составляющих выпуска – в анонсы. Примеры из сценария:

<...> В этом выпуске – Что происходит с теми, в ком есть отвага, но нет подготовки? – Комментарий тренера о случае, когда человек побежал без подготовки

Изнуряющие тренировки дают о себе знать – Комментарий – «Я сейчас сдохну!!!»

И откуда у Тольяттинского марафона ноги растут? – «Комментарий тренера об истории марафона» <...>

<...> И так как тренировки идут всю неделю, то первое, что ты слышишь от «смогунов» у входа в «Ладу-Арену», это: (лайв с экспрессивно-окрашенным выражением в стиле «У меня ноги отваливаются» +10 секунд). <...>

<...> Пока начинающие легкоатлеты приводят себя в спортивный вид, я расспрошу Эдуарда о том, откуда повелось в Тольятти вообще бежать? Эдуард сейчас расскажет: «Комментарий тренера об истории Тольяттинского марафона +30 секунд. Заканчивается словами «...было когда-то что-то в 70-ых, 80-ых, 90ых...» <...>

<...> Был такой случай в тольяттинской истории об отважном, но недалёковидном товарище, побежавшем без подготовки:

(30 секунд + с комментарием от тренера о случае, когда человек побежал без подготовки). <...>

<...> Более того, за преодоление себя смельчаки ничего не просят взамен – (комментарий о наградах, где участники говорят, что им не нужны медали, им нужны достижения, +40 секунд, комментарий заканчивается мечтами о Казанском марафоне). <...>

*Написание текста.* Текст писался с учётом того, что комментарии участников были предварительно прослушаны, в них были выделены те места,

которые будут включены в выпуск, и каждый комментарий был расшифрован и прописан в самом сценарии. Это необходимо для точного стилистического и смыслового подбора слов, подбора подводок к комментариям при написании текста. Текст начинается с обязательных к произношению партнёров, которые упоминаются в общей, краткой концепции реалити-шоу специально таким образом, чтобы слушатель не воспринимал их как прямую рекламу:

«Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт.»

Так же излагается вкратце суть реалити-шоу, с помощью «заходного абзаца»:

«За полтора месяца эти пять смельчаков должны накачать икры. Развить дыхание. Преодолеть боль. И 22 апреля взять и покорить Тольяттинский полумарафон. Всё дело в том, что эти смельчаки просто сказали себе – «Я смогу!».

Далее текст строился в том хронологическом порядке, в котором проходил сам день тренировки. Для автора важно было поставить слушателя на место тренирующихся, поэтому было придумано следующее предложение:

«Утро субботы. Город отдыхает после долгой трудовой недели. Не валяются в кровати подолгу лишь те пятеро, кому без движения вперёд жизнь не мила.»

После, автор решил дать краткое описание физических подготовок, которые останутся «за кадром» реалити-шоу, то есть, «домашние задания» участников проекта, которые им давали тренеры:

«Разумеется, субботняя тренировка не единственное напряжение их мышц в неделе. Выполнение домашних заданий участниками проекта «Я Смогу» можно обнаружить в сети. Тут и Мария Абрамова с Анной Кожокар, 1го апреля размявшие себя бегом на 8 километров. Задание выполнили Михаил

Носорев и Ольга Жирнова. Мария Тараканова, тренер из СпортТауна не расстанется со своими подопечными. Вместе с Никитой Сениным они убежали вдаль на 14 километров.»

После, по задумке автора, шли экспрессивно-окрашенные комментарии участников об их физическом состоянии. Автор подводит текст к краткому «живому включению», в котором фигурирует тренер:

«Устали-не устали, а труба снова зовёт. Вернее, зовёт всех к старту своим могучим голосом Эдуард Жигунов, тренер из школы бега Ран ТЛТ.»

Автор заранее проинтервьюировал тренера на тему истории тольяттинского марафона и о подготовке к нему. Все эти ответы автор разбил на три части, решив органично встроить каждую из этих частей между рассказом о ходе тренировки. Поэтому, объяснив небольшую заминку в хронологии повествования, автор решил добавить ответ тренера на первый вопрос ещё до старта тренировки:

Пока начинающие легкоатлеты приводят себя в спортивный вид, я спрошу Эдуарда о том, откуда повелось в Тольятти вообще бежать? Эдуард сейчас расскажет: <...> «Комментарий тренера об истории Тольяттинского марафона +30 секунд. Заканчивается словами «...было когда-то что-то в 70-ых, 80-ых, 90ых...» <...>

И отталкиваясь от последней фразы в комментарии, автор решил подвести текст к старту тренировки, добавив «живое включение», в котором тренер даёт команду «Всё, начали, ребят!», и пустив сразу после этого живого включения вставку из популярного советского фильма:

«Из 70-ых, 80-ых, 90-ых, влетаем обратно в 2018ый. Тренировка на носу, как-никак. Назойливый журналист удаляется, Эдуард - включается в работу. (Краткий восклик тренера – «Всё, начинаем ребят!»). (вставка из х/ф «Джентельмены удачи»): «- Вы из какого общества, ребят? - ....Трудовые резервы! - А что, Динамо бежит? – Все бегут!».

Далее перед автором стояла задача интересно рассказать слушателю о ходе тренировки, при этом, не перегружая текст подробностями, которые могут утомить слушателя. Исходя из задачи, был выбран следующий стиль повествования:

«Ещё бы не побежали. Кажется, что программа тренировки включает в себя стандартный набор. На средней скорости пробеги круг-вокруг, и ещё вокруг, и ещё вокруг. Как говорится, до полного изнеможения, а потом ещё немного. Звучит просто, а ты вспомни, что иногда уходящую маршрутку догоняешь и уже, кхе-кхе, отдышка. Поэтому, лучше заранее приучать себя доходить до предела».

В этой части текста автору было необходимо «подвести» предыдущую мысль о ходе тренировки к следующей части, о последствиях недостаточной подготовки, за которой следует комментарий тренера:

«А то бывает, тот, кто не тренируется должным образом, может до конца дистанции и не дойти. Был такой случай в тольяттинской истории об отважном, но недалёковидном товарище, побежавшем без подготовки: (...)»

В следующей части текста автор делает упор на описание упражнений, которые делают участники проекта. Чтобы сделать эту часть выпуска поживее и динамичнее, ещё на уровне сценария было задумано поместить поверх подложки заранее записанные «интершумы». Подробнее этот процесс будет объяснён в этапе «Монтаж»:

«После бесчисленного множества кругов по «Ладе-Арене», честный журналист устал их считать и поэтому не называет число, дабы не обмануть никого, «смогуны» приступают к занятиям на растяжках. А ещё к работе на укрепление ног. Дамы и парни делают это попеременно несколько раз.

Здесь, в момент написания сценария, автор задумал поместить голосовую команду тренера, записанную во время тренировки. Тренер воскликнул –

«Тааак, всё, закончили!», и, отталкиваясь от этого восклица, автор продолжает текст:

«И обратно, к круговому забегу. И как у них в глазах ещё круги не начали появляться? Хотя, а как же иначе? Когда эти люди сказали себе – «Я Смогу!», они знали, на что шли».

В этой части текста, журналист решил добавить комментарии от участников проекта, в которых сами участники объясняют, что никакие награды или соревновательный элемент от реалити-шоу им не нужны:

<...> Более того, за преодоление себя смельчаки ничего не просят взамен: (комментарий о наградах, где участники говорят, что им не нужны медали, им нужны достижения, +40 секунд, комментарий заканчивается мечтами о Казанском марафоне). <...>

И, наконец, автор завершает выпуск на этом моменте, связан логически предыдущий абзац со следующим:

Как знать, может, наши начинающие легкоатлеты так разгонятся на Тольяттинском марафоне, что и до Казани доберутся. 22 апреля пробежим – увидим. Пока же «смогуны» мечтают лишь о том, чтобы к марафону снег растаял, и вместо кроссовок не пришлось расчехлять лыжи».

В финале выпуска идёт завершающий абзац, в котором автор даёт слушателю ссылки на ресурсы, через которые он может следить за проектом. Среди них упоминается информационный партнёр проекта, телеканал «ГУБЕРНИЯ»:

«Видео-дневник проекта «Я смогу» можно посмотреть на телеканале Губерния. И следи за проектом на Спорт ФМ в эфире и в группе в Контакте, Спорт ФМ Тольятти».

*Запись.* Запись второго выпуска потребовала от автора, ведущего и журналиста программы в одном лице большей актёрской игры и интонационного разнообразия. Например, во фрагменте: «Утро субботы. Город

отдыхает после долгой трудовой недели» ведущий «обрисовывает» картину для слушателя за счёт интонации «лениво-утомлённой», синхронизируя то, о чём говорится в тексте с тем, что представляет слушатель. Сразу после этого предложения, интонация сменяется на «бодро-спортивную»: «Не валяются в кровати подолгу лишь те пятеро, кому без движения вперёд жизнь не мила». Смена интонации напрямую зависит от содержания текста, и в выпуске меняется не раз. Это новый нюанс, который необходимо было учесть ведущему во втором выпуске. Остальные условия остались без изменений, они подробно описаны в этапе «Запись» от первого выпуска.

*Монтаж.* В первую очередь при монтаже «чистится» запись текста автора. Под «чисткой» подразумевается не только устранение дефектов вроде вдохов и т.п., но и удаление неудачных дублей. Далее следует разделить запись текста автора по таким же абзацам, как те, что представлены в озвученном тексте. Таким образом, мы получаем «звуковые блоки», между которых, сверяясь со сценарием, можно вставлять комментарии.

Самый трудоёмкий процесс в этом выпуске – создание подложек. Подложки, предоставленные заказчиком, были малочисленны и подходили только для первого выпуска, где было меньше динамики, и меньше событийной насыщенности. Так как во втором выпуске событий больше, то неяркие подложки от заказчика почти не использовались, им на смену автор решил создать собственные музыкальные подложки исключительно инструментального типа из разных музыкальных произведений. То есть, в процессе монтажа был осуществлён музыкальный подбор.

Грамотный музыкальный подбор является таким же элементом, влияющим на восприятие текста слушателем, как и комментарии, как и стилистика текста, внутренняя логика текста и т.п. Поэтому, музыкальному подбору стоит уделить много внимания. Для этого выпуска были выбраны отрывки из произведений Игги Попа и группы Smashing Pumpkins. Чтобы не

нарушать авторские права, аккуратно срезаются начальные аккорды в размере двух-четырёх тактов. Далее копируется этот фрагмент и «сводится» и копия сводится с первым фрагментом.

Осталось отрегулировать уровни звука на каждой из дорожек и вставить в специально отведённые в начале сессии 10 секунд тишины предоставленную заказчиком заставку, после которой, вставляется заранее записанное представление автора и ведущего программы.

Теперь вся сессия экспортируется в формате mp3. с частотой 44100 Hz, с битрейтом в 320 Kb/s, для достижения наивысшего качества, доступного в формате mp3.

3 выпуск. «Марафонское движение и история марафона».

*Подготовительный этап.* Тема была утверждена заказчиком. Автор решил в третьем выпуске рассказать кратко об истории марафона, затронуть саму суть марафона и дать понять слушателю, зачем он нужен бегунам и что хотел от проекта сам заказчик. Для этого было необходимо получить комментарии, как от самих бегунов, так и от заказчика. Так же было необходимо изучить историю марафона. В процессе подготовки выпуска выяснилось, что двое участников проекта без ведома СПОРТ FM отправились на самарский марафон. Автор мог отправиться с ними и записать их участие. Однако, автор узнал об этом спустя день после марафона, поэтому решено было взять у участников комментарии пост-фактум и с помощью телефонной записи.

После изучения истории марафона, подготовки вопросов для комментариев от участников и от заказчика, автор был готов к следующему этапу.

*Сбор комментариев.* В третьем выпуске, исходя из его названия и темы, логично предположить, что комментариям уделялось меньше внимания, чем в двух предыдущих выпусках. По различным видео в соцсети «ВКонтакте», автору было ясно, что две участницы, уехавшие на марафон в Самару,

получили много положительных эмоций, а, следовательно, получить комментарии от них 1) не составит труда, 2) комментарии будут положительными. Так в результате и оказалось. В случае же с комментарием от заказчика, автор преследовал цель донести до слушателя цель проекта, но не своим голосом, а голосом самих организаторов проекта. В этой роли выступила PR-менеджер СПОРТ FM, Юлия Кудашева.

*Написание текста.* Это уже второй по счёту выпуск, в котором присутствует «фраза-заход». Объяснение важности «фразы-захода» было изложено в этапе «Написание текста» во втором выпуске. В третьем выпуске «фраза-заход» также была необходима:

«Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт. За полтора месяца эти пять смельчаков должны накачать икры. Развить дыхание. Преодолеть боль. И 22 апреля взять и покорить Тольяттинский полумарафон. Всё дело в том, что эти смельчаки просто сказали себе – «Я смогу!»».

Далее, согласно структуре, которую составил автор, следует анонс выпуска:

«В этом выпуске:

В чём марафонская суть? (комментарий девушки, которая вернулась с марафона в Сан Диего о единении, мире, дружбе, жвачке)

Как прошла полумарафонская репетиция? («Было круто, но всё болит. Хочу ещё!!»)

И что хочет от этого Спорт ФМ? (комментарий Юлии Кудашевой)».

Небрежная стилистика комментариев в сценарии была выбрана автором намерено, так как содержание комментариев не влияло на содержание сценария, и короткого изложения содержания комментариев хватало для смыслового соединения текста с комментариями. Так же смысловое

содержание комментариев прямо не влияло в этом выпуске на интонационные особенности, которые стоило бы соблюсти при озвучивании текста.

Чтобы историческая справка о марафонах не звучала сухо и утомительно, автор решил внедрить в текст две особенности – 1) игру слов/иронию; 2) особенную начитку. О начитке подробнее будет рассказано в этапе «Запись». Первая же особенность демонстрируется уже в первом предложении «подводки» к абзацу с исторической справкой:

«...Но сначала вспомним в принципе, откуда марафон пошёл, а точнее, побежал. Кто-то вспомнит, кто-то узнает впервые...»

И в четвёртом:

«...Это были времена, когда бегали либо гонцы с вестями о победе воинов, либо воины с поле боя с вестями о поражении...».

Первоисточник, из которого автор взял информацию для выпуска имел научно-популярный стиль, совершенно не подходивший для озвучивания в радиозэфире. Автор переработал текст, «облегчил» его и разбил сложносочинённые предложения на отдельные предложения. Так же в первоисточнике указано, что миф о происхождении марафона – всего лишь миф, научно не доказанный. Поэтому автор решил отдельно подчеркнуть в тексте, что это всего лишь легенда, чтобы не вводить слушателя в заблуждение:

«Оговорюсь сразу, это всего лишь легенда. НО давным-давно случилась большая битва. Это были времена, когда бегали либо гонцы с вестями о победе воинов, либо воины с поле боя с вестями о поражении. Греки наголову разгромили персов в битве при городе Марафоне. Гонец Фиддипид, весь воодушевлённый, побежал без остановки от Марафона до Афин. Это где-то 34 километра».

В следующей части абзаца автор применил рекламную интеграцию, выраженную в виде шутки:

«Домчавшись до города демократии, Фиддипид воскликнул - «Радуйтесь, афиняне, мы победили!». И сразу помер. О! Не готовился к марафону с тренерами СпортТауна и школы бега Ран ТЛТ, вот и вышел весь».

В следующем фрагменте текста цифры и даты были необходимы, как фактическая информация. Поэтому автор решил «разгрузить», «облегчить» смысловую нагрузку текста за счёт подачи, о чём подробно рассказано в этапе «Запись», В этом же фрагменте текста были изменены лишь некоторые словесные обороты:

«Верь этой легенде или не верь, но с самого начала марафонского движения именно 34 с половиной километра было каноничным, стандартным расстоянием. Так было с конца 19го века до 21 года 20го века. Тогда было установлено новое расстояние, 42 километра 195 метров – теперь это марафонское расстояние окончательное и обжалованию пока не подлежит».

В следующем абзаце было необходимо рассказать вкратце про самые престижные марафоны. Необходимость заключалась в двух целях: 1) создать у слушателя ощущения причастности к общемировой тенденции, представив марафонское движение в мировом масштабе; 2) создать «задел» на следующий выпуск, в котором речь пойдёт в том числе о тех марафонах, которые пройдут одновременно с тольяттинским:

«Так и бегают по нему теперь во всём мире, в том числе на 6 самых престижных марафонах. Бостон, Нью-Йорк, Лондон, Берлин, Чикаго и Лос-Анджелес ежегодно собирают бегунов, как говорится, со всіго світу!»).

В этой части текста пригодился комментарий, записанный журналистом ещё во время тренировки, описанной во втором выпуске. Комментатор не являлся участником проекта «Я СМОГУ», журналист посчитал, что рассказ о зарубежном марафоне, который пробежал комментатор, может пригодиться в будущем. В результате этой инициативы, комментарий органично вписался в

сценарий третьего выпуска, в нём отображаются живые впечатления, эмоции и мысли человека, пережившего то, о чём автор рассказал выше в тексте:

«О том, что такое атмосфера международного забега рассказала Екатерина Лашманова, воспитанница школы бега Ран ТЛТ, совсем недавно преодолевшая дистанцию на забеге в Сан Диего: (Комментарий из-за границы, 40 секунд)».

Здесь автор уже обращается к слушателю напрямую, привлекая его внимание шуточной вставкой из песни В. Высоцкого. Эта часть текста является, по сути, «вводной» к завершающей мысли выпуска:

«В конце концов, главное в марафоне – не место. Не рекорд. Ошибочно так же полагать, что вся марафонская суть, это (вставка В. Высоцкий – «Марафон», а именно – «Я бегу-бегу- бегу-бегу- бегу-бегу- бегу-бегу- бегу-бегу- бегу...»). Нет, даже не это. Две участницы реалити-шоу «Я СМОГУ» уже заочно прониклись марафонским духом. Дело в том, что на минувших выходных Анна Кожокар и Мария Абрамова отправились на самарский полумарафон. (Комментарий одной участницы о том, как им было здорово. +40 секунд. Комментарий другой участницы о том, как было здорово и какгодились тренировки +40 секунд)».

После экспрессивных комментариев от двух участниц проекта, автор подводит «смысловую черту» в тексте, выделяя главную мысль этого выпуска:

«Вот оно. Та самая суть. И она будет ощущаться всеми, кто 22 апреля придёт на Тольяттинский легкоатлетический марафон. Проявить себя, преодолеть себя. Забыть, кто ты, откуда, что было, что будет. Двигаться только вперёд. И ощущать, что наш с тобой город ловит мировую, международную волну. (Комментарий Юлии Кудашевой о том, как Спорт ФМ хочет помочь людям приобщиться к спорту. +30 секунд)». Комментарий от заказчика, PR-менеджера СПОРТ FM Юлии Кудашевой выступает в роли подтверждения того, о чём до него говорил в тексте автор.

Завершилось написание текста ссылками на ресурсы, в которых можно было следить за новостями проекта:

«Видео-дневник проекта «Я смогу» можно посмотреть на телеканале Губерния. И следи за проектом на Спорт ФМ в эфире и в группе в Контакте, Спорт ФМ Тольятти».

*Запись.* Во время записи автору необходимо было учесть множество нюансов в начитке текста, в особенности эмоциональное напряжение в данном отрывке: «Вот оно. Та самая суть. И она будет ощущаться всеми, кто 22 апреля придёт на Тольяттинский легкоатлетический марафон. Проявить себя, преодолеть себя. Забыть, кто ты, откуда, что было, что будет. Двигаться только вперёд. И ощущать, что наш с тобой город ловит мировую, международную волну». Здесь ведущий должен был учесть необходимый драматизм, чтобы верно передать содержание текста. В остальном запись происходила так, как это описано в первом этапе «Запись» первого выпуска.

*Монтаж.* Во время монтажа наиболее трудоёмкой была работа с комментариями. Во-первых, необходимо было все комментарии подвернуть обработке «Нормализация», «Компрессия». Во-вторых, все комментарии были записаны с помощью специальной телефонной связи, что давало неудовлетворительное качество звука, которое приходилось улучшать и выравнивать по уровню громкости. Поэтому монтаж требовал изменения в этапах монтирования. В первую очередь автор подверг технологической обработке комментарии, расставил их в необходимом порядке, далее расположил под ними звуковые дорожки с музыкальными подложками и только после этого смонтировал текст ведущего. Теперь вся сессия экспортируется в формате mp3. с частотой 44100 Hz, с битрейтом в 320 Kb/s, для достижения наивысшего качества, доступного в формате mp3.

4 выпуск. «Поддержка близких».

*Подготовительный этап.* У четвёртого выпуска были следующие задачи: 1) сделать выпуск «предсобытийным», то есть, «завать» слушателя на марафон, показать, что событие произойдёт уже на этой неделе; 2) так же надо было показать поддержку родственников и близких участников; 3) с помощью комментариев от родственников и близких участников сложить впечатление о самих участниках, получить их краткий портрет через истории и поступки, характеризующие их как личности.

*Сбор комментариев.* В четвёртом выпуске сбор комментариев участников проекта происходил через специальный стационарный записывающий телефон в операторском отделе АО «Медиа Плюс» (ЕМГ Тольятти). Это было обусловлено расположением родственников участников проекта в разных точках города, и, следовательно, трудностью в личном посещении фактического места пребывания каждого родственника или близкого человека.

На каждого из комментаторов уделялось 5-6 минут разговора. Автор составил список приблизительных вопросов. В основном в ходе переговоров автор импровизировал, используя список только как ориентир, позволяющий не отклоняться от темы. Вопросы были связаны с 1) ходом тренировок участников и наблюдением со стороны родственников за ходом тренировок; 2) получением через общение с комментатором каких-либо интересных спортивных историй участника; 3) вдохновил ли участник кого-то из близких на занятие спортом.

*Написание текста.* Как и предыдущие выпуски, четвёртый автор решил начать с «фразы-захода» с обязательным упоминанием информационных партнёров проекта:

«Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт. Полтора месяца тренировок прошло. Икры накачаны. Дыхание развито. Боль преодолена. Осталось в это воскресенье взять и покорить Тольяттинский

полумарафон. Всё дело в том, что эти смельчаки просто сказали себе – «Я смогу!».

Далее, согласно концепции радиопрограммы, автор составил анонс выпуска, с обязательным вписыванием примерного хронометража каждого фрагмента комментария, что необходимо для соблюдения общего хронометража выпуска:

«В этом выпуске:

- Прошлись по родственникам. Друзья и близкие рассказали, как наши смогуны тренируются:

(«Ну всё, потеряли сестру!» +5 с.) и заодно мы покопались в жизненных историях участников:

(коммент про полузатопленную яхту)

- Главный редактор газеты «Спортивное обозрение» и организатор марафона Валерий Мальков, напомнит куда идти, а вернее, куда уже бежать, если хочешь поучаствовать в марафоне.»

Далее автор решил создать у слушателя «ощущение мировой причастности» по отношению к марафону. Для этого было необходимо отобрать с помощью сети Интернет информацию, связанную с марафонами во всём мире, совпадающих по дате проведения с датой проведения тольяттинского марафона, в котором и были задействованы участники проекта:

«Но сначала давай убедимся, что мы, тольяттинцы, не одни такие, кто в это воскресенье с утраца надумал натянуть кроссовки и пойти навернуть 21 или 42 километра. Другими словами, посмотрим, что там у самых престижных мировых марафонов».

В первую очередь автор решил посмотреть на марафоны, которые только что завершились, чтобы выделить в них информацию о неожиданных победах, которая, в свою очередь, покажет слушателю, что победить на марафоне может каждый, даже тот, от кого этого не ожидают:

«Между прочим, кто-то своё вон уже пробежал. В Токио сделали это ещё в феврале, а в Бостоне забег завершился совсем недавно, 17 апреля. Причём, вместо привычных кенийцев и эфиопов победил там японец Юки Каваути. Местные СМИ даже не упоминали Каваути в числе фаворитов, условные ставки были на африканских спортсменов. Как раз тех, которых Юки с радостью уделал».

В следующем абзаце автор переходит к марафонам, которые считаются в мире самыми престижными, но так, как часть из них пройдёт только в будущих месяцах, то автор уделяет им одно предложение и подчёркивает свою мысль иронично-небрежным высказыванием:

«В Берлине, Чикаго и Нью-Йорке побегут только осенью, всё у них не как у людей, так что эти мировые отщепенцы за бортом нашего внимания. Поговорим про тех, кто всё делает вовремя».

В следующем абзаце автор переходит непосредственно к марафонам, даты проведения которых совпадают непосредственно с датой проведения тольяттинского марафона:

«В это воскресенье Тольятти побежит вместе с Лондоном. Кроссовки так же наострят в Мадриде, в Варшаве, в Вене. Братская Алма-Ата так же намерена воскресенье 22го числа провести бодро и на ногах. Вот что значит с миром на одной волне».

Из этого абзаца получается неплохая подводка к другому «смысловому блоку», в котором уже будет выполняться вторая задача выпуска:

«Конечно, здорово ощущать, как будто идёшь в ногу со всем миром, будто весь мир – семья. Но по-настоящему здорово, когда ощущаешь поддержку настоящей семьи, будь то родственники или друзья.»

Как и полагается по вышеописанному порядку работы, сначала были собраны комментарии, а потом написан текст. Поэтому все выражения соответствуют по смыслу содержанию комментария:

«Например, Владимир, отец Анны Кожокар очень гордится своей дочерью и не сомневается в ней. Ещё бы, оказывается однажды Анна... (комментарий «...И она всё равно дошла до финиша. На полузатопленной яхте! Очень ею горжусь. Для неё марафон пробежать – проще простого» +15 секунд)».

В результате грамотно проведённого сбора комментариев, автору удалось добиться разных по своему содержанию комментариев. Если у предыдущего комментатора удалось узнать о личных достижениях участника проекта, то у следующего комментатора были получены комментарии о влиянии проекта личностное поведение и привычки неродного, но близкого человека:

«Ольга Жирнова сумела вдохновить свою коллегу Катерину на занятие спортом: (комментарий про вдохновение +15 секунд)».

Тот же эффект и по тем же причинам наблюдался и у следующего комментатора, который рассказал о влиянии проекта на внутрисемейное устройство и поведение:

«А Марии Абрамовой удалось даже вдохновить своего племянника. Так, по крайней мере, сказала сестра Марии, Светлана: (комментарий про то, что племянник начал делать зарядку +15 секунд)».

В целях соблюдения порога информационной перегруженности, следующий комментарий нёс в себе больше «эмоциональный заряд», нежели информирование слушателя:

«Супруга Анна без ума от своего мужа Михаила Носорева, и будет его поддерживать изо всех сил: (комментарий про то, как она им гордится +15 секунд)».

Так как в формате реалити-шоу немаловажно соблюдение такого понятия, как «подбор типажей», то последний комментарий от родственника довольно ярко описывал одного из участников как личность:

«Никиту Сенина сдал его брат Руслан. Оказывается, Никита брался за разные спортивные дела и не всегда удачно: (комментарий про то, как брался и бросал, а тут вот не бросает +15 секунд)».

На основе разнообразности комментариев и самих комментаторов, контактные данные которых оставили сами участники, можно заметить, что одна из главных черт формата реалити-шоу полностью соблюдена, а именно – «подбор типажей».

В заключительных двух абзацах автор 1) выполняет последнюю задачу выпуска, привлекая внимание слушателя к грядущему марафону; 2) даёт слушателю ссылки на ресурсы, из которых слушатель может узнать больше о проекте:

«Хочешь и сам кого-то вдохновить? Руки тянутся к кроссовкам? В воскресенье день свободный? Организатор Валерий Мальков напомнит тебе, как всё будет и куда идти за участием: (+1 минута комментария с Мальковым)».

«(...) Видео-дневник проекта «Я смогу» можно посмотреть на телеканале Губерния. И следи за проектом на Спорт ФМ в эфире и в группе в Контакте, Спорт ФМ Тольятти.

Последняя фраза в выпуске добавлена впервые автором ввиду исключения и событийности: «До встречи на марафоне!»

*Запись.* При записи необходимо несколько раз перечитать текст, отметить трудные места. Необходимо сделать запись с минимальными повторами для удобства монтажа. Также это поможет сэкономить время для записи второй версии прочтения текста. Две версии прочтения текста позволят выбирать лучший вариант произношения той или иной фразы с большим удобством и меньшей затратой времени, чем при перезаписывании фразы несколькими способами в одном и том же фрагменте. Запись первого выпуска делалась с предварительным повторным прослушиванием полученных комментариев для грамотной интонационной расстановки при начитке текста.

Также после завершения записи, получившейся трэк можно сохранить, по своему предпочтению и с учётом особенностей звучания программы в радиозфире, в двух видах – «сыром», т.е., необработанном и с использованием «компрессии».

*Монтаж.* В первую очередь при монтаже «чистится» запись текста автора. Если условия записи, упомянутые выше, были соблюдены, то на «чистку» уйдёт немного времени. Под «чисткой» подразумевается не только устранение дефектов вроде вдохов и т.п., но и удаление неудачных дублей, которых, опять-таки, если запись была сделана по вышепредставленному совету, должно быть немного. Далее следует разделить запись текста автора по таким же абзацам, как те, что представлены в озвученном тексте. Таким образом, мы получаем «звуковые блоки», между которых, сверяясь со сценарием, можно вставлять комментарии.

Записанные комментарии мы урезаем до необходимых 30 секунд, оставляя только то, что было предусмотрено сценарием. Никакой звуковой обработки, кроме нормализации звука в некоторых местах комментариев, не потребовалось. Возникновение трудностей при монтаже комментариев зависит от наличия или отсутствия грамотно поставленной речи у респондента. Наконец, можно примерно «набивать», расставлять комментарии на следующей после записанного текста дорожке, в том порядке и в тех местах, какие им предусмотрены сценарием. Теперь можно отключить звук у обеих дорожек: и с текстом, и с комментариями.

Самый трудоёмкий этап – подборка музыки и монтаж подложек. По идее, музыка должна быть подобрана ещё на этапе подготовительном или при написании сценария. Однако случаются моменты, когда выбор приходится делать прямо во время монтажа. Такие случаи будут рассмотрены в следующих выпусках, в первом же, можно было использовать те три подложки, которые предоставил сам заказчик. Они обладают подходящей для темы и цели выпуска

динамикой. Однако в дальнейшем частота их использования сведётся к нулю, так как для остальных выпусков требовалось больше динамики и энергии и ярко-выраженных экспрессивных черт, которыми представленные заказчиком подложки не обладали.

Звуковые элементы, разумеется, уже являясь подложками, «резались» и «сводились» без особенных трудностей. После размещения подложек на третьей дорожке под нужными местами (под дорожками с текстом и комментариями), можно отжать кнопку «Mute» на первых двух дорожках, и подровнять подложки под звуковые дорожки текста и комментариев, не оставляя мест с тишиной. Осталось отрегулировать уровни звука на каждой из дорожек и вставить в специально отведённые в начале сессии 10 секунд тишины предоставленную заказчиком заставку, после которой, вставляется заранее записанное представление автора и ведущего программы.

Теперь вся сессия экспортируется в формате mp3. с частотой 44100 Hz, с битрейтом в 320 Kb/s, для достижения наивысшего качества, доступного в формате mp3.

5 выпуск. «Марафон», финал проекта.

*Подготовительный этап.* Финальный выпуск должен был стать самым ярким и выразительным по задумке автора. Так же он должен был отличаться структурно от предыдущих выпусков, с повышенным драматичным тоном. Для создания атмосферы присутствия слушателя на событии, в данном случае, на марафоне, автор решил использовать элементы репортажа, персонально побывав на событии, уменьшив количество «закадрового», студийного озвучивания текста и добавив импровизационный текст, озвученный на профессиональный диктофон непосредственно на месте событий. Автор заранее составил «смысловые блоки» финального выпуска – стоило показать в хронологическом порядке весь марафон, а именно: 1) физическую и психологическую подготовку участников к забегу; 2) старт участников на

марафоне; 3) описав марафонскую трассу; 4) сделав одно «живое» включение с хронологической середины марафонского забега; 5) запечатлеть финиш участников на марафоне. Также было необходимо для создания драматизма совместить демонстрацию финиша участников проекта с их комментариями из первого выпуска, где они излагали свои мысли о проекте и свои цели, которые они преследовали во время подачи заявок. Для этих целей автор заранее 1) выяснил, где будут находиться участники проекта до старта; 2) ознакомившись с местностью, выбрал несколько удобных для записи позиций; 3) ознакомился с общим планом трассы на официальном сайте тольяттинского марафона.

*Сбор комментариев.* Журналист в первую очередь записывал себя на месте события. Так как автором был выбран элемент репортажа для создания эффекта присутствия слушателя, вся композиция выпуска строилась за счёт умелого подбора слов и выражения журналиста во время импровизационных комментариев с места события.

Включение слушателя в происходящее действие было решено провести в аналогии с марафоном:

ЖК (живой комментарий): «Время закончило свой собственный спринт, полтора месяца усиленных тренировок прошло и вот мы с вами находимся сейчас на 80м тольяттинском легкоатлетическом марафоне. Наши «смогуны» вовсю готовятся к старту. Мы ещё с ними обязательно поговорим об их переживаниях и эмоциях. Погодка просто супер выдалась у нас в это воскресенье! С утра поливает мелкий дождик, который потихоньку перерастает в сильный дождик. Но всё это – ерунда! Наши товарищи сказали себе – «Я смогу!», и они таки смогут! Через пару часов мы узнаем, как у них это выйдет».

Обязательным к записи был момент старта не только участников проекта, но и всех, кто должен был пробежать марафон. Всё это непосредственно относилось к созданию «эффекта присутствия» слушателя:

«Мальков (где-то далеко): «Внимание!...(стреляет)»

(Бежит толпа, на этом фоне мой ЖК):

(ЖК) «Мама ты родная, дорогие друзья, что делается! Я такой огромной бегущей толпы ещё не видел в своей жизни, я уверен, вы тоже. К сожалению, вы её и не увидите, но вы её сейчас можете очень хорошо слышать!»

Журналист обязан был выполнить одну из задач выпуска, а именно, описать сам забег, чтобы соблюсти хронологию повествования:

«(ЖК) «И побег'ли, побег'ли хлопчики! По лужам, по грязи, по...не очень ровному асфальту. Неважно, с голыми ли ногами, с голым торсом кто-то бегают. Утеплённые-неутеплённые – неважно. Весь Тольятти бежит!»

Чтобы вызвать у слушателя сопереживание участникам проекта, журналисту необходимо было описать сложности, вызванные синоптическими и локационными условиями:

«(ЖК) «Прошло уже примерно два часа...чуть больше, чем два часа с момента старта, дорогие радиослушатели, должен вам сказать как корреспондент, мне холодно и голодно тут стоять под дождём проливным и я представляю, насколько гораздо труднее нашим участникам проекта «Я смогу!» бежать в такую погоду. То есть, если статичный журналист замёрз, что уж говорить про них с их голыми коленями, ногами...но горячими сердцами, вот что важно!».

Далее журналист обязан был решить ещё одну задачу выпуска, а именно повысить уровень драматизма за счёт запечатления финиширования участников проекта и сравнения того, что они высказывали о своих целях участия в проекте в первом выпуске с тем, что они восклицали в финале проекта:

Анна Кожокар: «Не верится!»; Никита Сенин: (комментарий с финиша) «Если бы была жара, было бы хуже, конечно. Задохнулись бы все. Я смооог!»; Мария Абрамова: (комментарий с финиша) «Я показала детям, что могу!»; Ольга Жирновой: (комментарий с финиша) «Я смооглааа!».

*Написание текста.* По сценарию выпуска, автор намеревался симитировать стандартную для предыдущих выпусков «фразу-заход», но не закончить её, прервав предложение для внесения элемента развлечения и подчёркивания обособленности и исключительности выпуска:

«Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт. За полтора месяца эти пять смельчаков должны...(зазёвывается плёнка, вставка фразы из фильма – «Ха-ха-ха, да шучу я»»).

В этой части текста автор преследует цель описать погодные условия и локационные особенности, чтобы слушатель мог себе представить картину происходящего:

«Начинаешь восхищаться всеми, кто пришёл на марафон, ещё до старта. Утро. Воскресенье. По-британски пасмурно. Всего плюс десять градусов на улице. Противный, проникающий даже сквозь хорошее пальто ветер. Но испытание-то у нас для тех, кто не боится трудностей. Ровно в 9-00 все участники проекта уже на месте, в Парке Победы. Обмениваются эмоциями, смеются, разминаются».

Так как формат реалити-шоу подразумевает действия, творящиеся без сценария и предполагающие внезапные изменения в любых возможных проявлениях, то сошествие с задуманной дистанции одного из участников лишний раз выделило особенности формата, а для слушателя – создало понимание сложности условий прохождения марафона:

«Между прочим, из пяти участников проекта «Я смогу» на полумарафон пришлось нацелиться четверым. Михаил Носорев перешёл на дистанцию полегче, и пробежит 7 километров».

В следующей части текста автор делает «смысловый мост» между сошествием с дистанции одного из участников и стартом марафонцев, подводя слушателя к живому включению с места события:

«Потерял всё-таки наш отряд одного бойца. Э-ээх. Но нам сейчас не до сантиментов. На часах уже 10 утра. Пройдена регистрация. Пройдены разминки. Все ждут выстрела стартового пистолета».

Автор продолжает подчёркивать трудности и особенности, с которыми приходится сталкиваться марафонцам в беговом испытании:

«Как поётся, вставка: «у природы нет плохой погоды», но в это воскресенье от неё никакой благодати. Кое-где на беговой трассе образовались широкие холодные лужи, которые не оббежать, не перепрыгнуть. Но у марафонцев ни одной мышцы не дрогнуло на лице. Надо темп держать, за дыханием следить».

В этом абзаце ведущий выполняет одну из задач выпуска, необходимую для хронологической последовательности, а именно, описание трассы:

«Трасса начинается на улице Юбилейной, в Парке Победы и идёт до пересечения Московского и Ленинского проспектов. Не трудись, за тебя посчитаю – это 7 километров. На пересечении проспектов трасса поворотом направляет марафонцев обратно в Парк Победы. Вот такие огромные круги каждый наворачивает столько, сколько ему нужно. Нацелился на всего лишь 7 километров – бежишь один круг. Те, кто самый суровый легкоатлет побежит 6 кругов. Участникам проекта «Я смогу» нужно преодолеть три».

Одной короткой фразой ведущий подводит слушателя от описания трассы к живому включению с самого забега:

«Дело это, конечно, небыстрое...».

В следующем абзаце автор даёт понять, что настает кульминационная часть выпуска:

«И уже на финише, когда ноги подкашиваются, дыхание, не то, что первое, но и второе уже истрачены, именно горячие сердца и сильный дух приводят наших участников к финишу».

Когда всё только начиналось, и мы познакомились с Ольгой Жирновой, она признавалась, (вставка из первого выпуска с коротким комментарием). И у неё это получилось.

Кроме очевидного восторга, Никита Сенин сделал вывод, что погода оказалось не такой уж и плохой:

В самом начале проекта, Мария Абрамова отдельно подчеркнула, (вставка из первого выпуска с коротким комментарием)

Финиширует наконец и Анна Кожокар. В первом выпуске она признавалась (вставка из первого выпуска с коротким комментарием). И папа гордится тобой, Анна и рад тебе проиграть спор»

И в завершении выпуска, автор применяет приём «кольцевой композиции», для которой было необходимо хотя бы наполовину произнести в начале выпуска «заходную фразу», чтобы повторить её видоизменённую версию в конце выпуска, логически завершая весь выпуск и подводя черту всему проекту:

«Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять смельчаков. Четверо из них спустя полтора месяца тренировок, 22 апреля 2018 года финишировали на 80м Тольяттинском легкоатлетическом полумарафоне. Мария Абрамова, Ольга Жирнова, Анна Кожокар и Никита Сенин смогли пробежать 21 километр 195 метров. Их вызов, брошенный самим себе, обернулся победой. Им в этом помогли тренеры Эдуард Жигунов из школы бега Ран ТЛТ. И Мария Тараканова из СпортТауна. Спасибо всем, кто смотрел видеодневники проекта «Я смогу» на телеканале Губерния. И конечно, следил за новостями проекта в группе в контакте и в эфире Спорт Эф Эм Тольятти. Для вас работал Максим Котерман».

*Запись.* В двух фрагментах сценария требовались некоторые актёрские навыки, выраженные в начитке текста. В данном фрагменте: «Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять неподготовленных людей. Дали им

профессиональных тренеров из СпортТауна и школы бега Ран Тлт. За полтора месяца эти пять смельчаков должны...(зажёвывается плёнка, вставка фразы из фильма – «Ха-ха-ха, да шучу я»)» от ведущего требовалось не обрывать предложение во время озвучивания текста, а якобы продолжать читать его дальше, вырезав ненужные части уже при монтаже.

Финальный абзац: «Спорт ФМ, телеканал Губерния разыскали пять смельчаков. Четверо из них спустя полтора месяца тренировок, 22 апреля 2018 года финишировали на 8ом Тольяттинском легкоатлетическом полумарафоне. Мария Абрамова, Ольга Жирнова, Анна Кожокар и Никита Сенин смогли пробежать 21 километр 195 метров. Их вызов, брошенный самим себе, обернулся победой. Им в этом помогли тренеры Эдуард Жигунов из школы бега Ран ТЛТ. И Мария Тараканова из СпортТауна. Спасибо всем, кто смотрел видеодневники проекта «Я смогу» на телеканале Губерния. И конечно, следил за новостями проекта в группе в контакте и в эфире Спорт Эф Эм Тольятти. Для вас работал Максим Котерман.» требовалось произнести с некоторой гордостью участниками, торжественно, возвышенно и с обращением к слушателю с благодарностью.

*Монтаж.* Все записи с профессионального диктофона в первоизданном виде импортируются в звуковой редактор. Аккуратно, с соблюдением динамики и ритма, фиксируются и режутся музыкальные подложки. Интершумы уже присутствуют в живых комментариях журналиста, поэтому достаточно разместить их заранее отмеченных сценарием местах. Также, в отмеченных маркерами зонах нужно разместить уже импортированные комментарии, не забывая хронологический, логический и смысловой порядки, заполняя любые фрагменты с отсутствием каких-либо шумовых эффектов. Теперь вся сессия экспортируется в формате mp3. с частотой 44100 Hz, с битрейтом в 320 Kb/s, для достижения наивысшего качества, доступного в формате mp3.

В ходе работы над проектом, были решены все четыре проблемы, выделенные как препятствующие адаптации реалити-шоу для радиоэфира. Далее дано подробное описание решения этих проблем.

**Проблема отображения происходящего.** В процессе работы над радиопроектом выяснилось, что визуальное изображение можно заменить звуковыми элементами под названием «интершумы». Это термин, позаимствованный из телевидения. Интершум — термин, который используется в видеосъёмке, — набор звуковых событий, имитирующий или передающий атмосферу окружающего пространства. Журналисту следует записывать все интершумы, которые смогут работать в дальнейшем на раскрытие целей и задач выпуска. Например, в случае реалити-шоу «Я Смогу!», журналист, по сценарию, много позже произошедшего события, в студии записывает рассказ о тренировках участников проекта. Автор задействует своё красноречие, использует всевозможные навыки работы с текстом, чтобы максимально передать атмосферу тренировки участников проекта и создать «эффект присутствия» для слушателя. И именно для того, чтобы слушатель действительно мог «увидеть» тренирующихся участников перед собой, журналист записал на профессиональный диктофон все интершумы, которые могли присутствовать во время тренировки, такие как звуки топающих об пол кроссовок, голоса, эхо, отдающее по полу помещению спортивного зала. Далее все записанные интершумы автор радиопрограммы подложил под повествовательный текст, записанный в студии. Таким образом, до слушателя доносится информация о происходящем во время тренировки участников реалити-шоу и вместе с тем создаётся эффект присутствия на месте события, за счёт грамотного совмещения повествовательного текста журналиста и интершумов. Так же можно использовать элемент радиорепортажа. А именно — запись повествовательного вида не в студии, а непосредственно на месте события. Однако, стоит учесть, что для прямого репортажа необходим высокий

уровень мастерства, так как «прямой репортаж требует высокой квалификации, многих профессиональных качеств: способности легко, непринужденно, но в то же время кратко и емко говорить в микрофон на месте события, импровизировать, схватывать самое существенное и нестандартное – видеть, слышать, думать «монтажно», отбирая по ходу действия отдельные эпизоды из происходящего события».

**Проблема телевизионной драматургии реалити-шоу.** Чтобы не утомить слушателя, хронометраж должен быть небольшим, 6-8 минут, при этом должна присутствовать частая сменяемость событий. Например, выпуск можно поделить на смысловые блоки. Оптимальное число смысловых блоков – 3 или 4, в зависимости от того, какой хронометраж выбран. Взаимодействие журналиста с участниками во время «живой записи» должно быть сведено к минимуму, для полного раскрытия персонажей посредством их привыкания постоянному наблюдению со стороны автора радиопрограммы. Стоит дать участникам проекта вести себя естественно, и при этом постоянно держать диктофон включённым, чтобы в нужное время нажать записать, не пропустить эмоциональный комментарий кого-то из них. Журналисту необходимо постоянно присутствовать рядом с участниками, влезать с диктофоном в их беседы, записывать любые их разговоры между собой. В процессе монтажа в результате активности, проявленной при записи, вероятность присутствия «живых» комментариев существенно возрастёт.

Имея все записи, комментарии и интершумы, можно приступать к работе над сценарием, текстом. Необходимые для реалити-шоу живость, развитие характеров и конфликты будут происходить сами собой, так как для этого самим проектом уже созданы все условия.

**Проблема стилевой манеры.** Скорость начитки текста должна быть умеренной, текст должен изобиловать красочным, «репортажным» описанием деталей. Можно в процессе написания сценария добавить в текст ведущего

иронию, шутки в тему, интертекстуальные включениями, вроде – «А что, Динамо бежит? – Все бегут!». Эти элементы направлены на развлечение слушателя, чтобы:

а) у него не терялся интерес к прослушиванию радиопрограммы;

б) вносился эффект расслабления, снятие напряжённости от прослушивания. Образ ведущего должен балансировать между лёгкой ироничностью и мелодраматичностью. То есть, ведущий может добавлять шутки в выпуск, но описывать трудности, с которыми сталкиваются участники, немного, без чрезмерного драматизма, сопереживать им, для возбуждения эмпатии у слушателя.

Разработать приемы, позволяющие сохранить **динамику и ритм** в реалити-шоу на радио. Следует составить чёткую структуру выпуска. Причём, какие-то элементы сделать постоянными, а какие-то - меняющимися. Например, в радио-версии реалити-шоу «Я СМОГУ» постоянным элементом являлось напоминание об идее шоу, вынесенное в начало текста ведущего. Им являлась повторяемая из выпуска в выпуск идея проекта «Отобрали пять смельчаков <...> За полтора месяца они должны пройти тренировки и взять и пробежать Тольяттинский марафон». Как известно, у радио нет вчерашнего дня. Полезно напоминать слушателю о том, что собой представляет проект, так как это может быть новой информацией для только что пришедшего на частоту радиостанции слушателя. Но повторяемая идея проекта должна звучать недолго, максимум – 30 секунд, чтобы не надоест тем слушателям, которые и так следят за проектом. Так же в структуру можно включить анонсирование того, что будет в выпуске. Так как программа поделена по смысловым блокам, после пресловутой фразы «В этом выпуске...», можно каждому смысловому блоку придумать игровой заголовок, вроде «Откуда у тольяттинского марафона ноги растут?» (блок об истории марафонского движения в Тольятти), а после заголовка пустить краткий комментарий от одного из героев выпуска,

отвечающего на этот вопрос. В анонс стоит вынести неполную версию ответа, оставив полную версию комментария для самого выпуска. Ну и, разумеется, лучшее средство сохранять динамику и ритм – правильное подобранное музыкальное сопровождение. Музыкальные подложки должны быть без слов, соответствовать теме текстового повествования, и как следствие, сменяться вместе с ней.

Все вышеперечисленные способы устранения приведённых в данной статье проблем адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира были успешно применены при создании проекта «Я Смогу!» на «СПОРТ FM Тольятти» с марта по апрель 2018 года.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы нами были изучены теоретические функционирования реалити-шоу на телевидении. В результате анализа теоретических положений можно выделить следующие жанрообразующие факторы:

- 1) Содержание материала, основанное на идее шоу и драматургии заложенной в основу сюжета;
- 2) Способы и методы изображения героев проекта, их характера, описания происходящего во время соревновательной части шоу;
- 3) Авторская позиция по отношению к развивающимся перипетиям в ходе шоу и поведению героев;
- 4) Изобразительно-выразительные средства, задействованные в отражении происходящего и раскрывающие развитие героев, воздействующие на эмоциональное восприятие шоу;
- 5) Стилистая манера как изобразительного ряда, так и речи ведущих шоу;
- 6) Отражение внутреннего и внешнего конфликтов и их развития в сюжете.

Эти факторы позволяют определить основные проблемы, с которыми сталкиваются радиожурналисты в процессе адаптации формата реалити-шоу для радиоэфира. Главное преимущество телевидения (видеоизображение) является ключевым для формата реалити-шоу, что делает сложным его адаптацию для радиоэфира. Для разработки радиопрограммы формата реалити-шоу необходимо решить следующие проблемы:

- 1) Проблема отображения происходящего. Нужно найти замену видеоизображению для точной и красочной передачи происходящего в шоу при помощи доступных радиовещанию средств выразительности.
- 2) Проблема телевизионной драматургии реалити-шоу. Необходимо разработать «радийную» драматургию, способную раскрывать характер и

развитие конфликта, но построенную на диалоге, как наиболее оптимальной форме для радио. При этом диалог должен быть не утомляющим слушателя.

3) Проблема стилевой манеры. Необходимо учесть особенности радиоречи при создании сценария реалити-шоу, найти наиболее адекватную форму передачи эмоций героев, возникающих внутренних и внешних конфликтов, описания деталей.

4) Проблема сохранения динамичности программы. Разработать приемы, позволяющие сохранить динамику и ритм в реалити-шоу на радио.

Основными направлениями трансформации формата реалити-шоу станет поиск выразительных ресурсов радиовещания, восполняющих отсутствие видеоряда.

Необходим поиск замены одного из главных преимуществ телевидения – видеоизображению, которая может крыться в доступных радиовещанию средствах выразительности. В процессе работы над радиопроектom выяснилось, что визуальное изображение можно заменить звуковыми элементами под названием «интершумы». Журналисту следует записывать все интершумы, которые смогут работать в дальнейшем на раскрытие целей и задач выпуска. Автор задействует своё красноречие, использует всевозможные навыки работы с текстом, чтобы максимально передать атмосферу тренировки участников проекта и создать «эффект присутствия» для слушателя. Так же можно использовать элемент радиорепортажа.

Скорость начитки текста должна быть умеренной, текст должен изобиловать красочным, «репортажным» описанием деталей. Можно в процессе написания сценария добавить в текст ведущего иронию, шутки в тему, интертекстуальные включения. Эти элементы направлены на развлечение слушателя, чтобы:

а) у него не терялся интерес к прослушиванию радиопрограммы;

б) вносился эффект расслабления, снятие напряжённости от прослушивания. Стоит уделить большое внимание образу ведущего.

3) Важно сохранить динамику и ритм в реалити-шоу на радио. Следует составить чёткую структуру выпуска. Причём, одни элементы сделать постоянными, а другие - меняющимися. Так же в структуру можно включить анонсирование того, что будет в выпуске, используя при этом игровые заголовки. В анонс стоит вынести неполные версии комментариев, вырезая самые эмоциональные и яркие ответы, порой, имеющие другие смыслы в контексте полной версии комментария. Также немаловажно для сохранения динамики и ритма грамотно подобранное музыкальное сопровождение.

В ходе творческой работы были решены задачи, поставленные. Была разработана концепция для радиопрограммы формата реалити-шоу.

Название: «Я СМОГУ».

Цель программы: Через радиотрансляцию проекта познакомить аудиторию с культурой спортивного бега и приобщить аудиторию к бегу и здоровому образу жизни, к занятию спортом.

Для достижения цели, были сформулированы следующие задачи:

- 1) В каждом выпуске знакомить слушателя с марафонской историей.
- 2) Для соответствия формату «реалити-шоу», акцентировать внимание на участниках проекта через присущие формату способы.
- 3) В предпоследнем, предшествующем репортажу с марафона выпуске, дать слушателю информацию о месте проведения тольяттинского марафона и возможностях регистрации.

Целевая аудитория: преимущественно образованная мужская аудитория (70%), в возрасте 25-55 лет.

Авторский состав: единственным постоянным автором, журналистом, ведущим радиопрограммы, будет выступать сам создатель радиопрограммы.

Продолжительность: 5-8 минут.

Форма выхода программы: прямой эфир, подкаст.

Структура выпуска: В первом выпуске: 1) «Заход»; 2) Один смысловой блок. «Интервьюирование». Со второго по четвёртый выпуск: 1) «Заход»; 2) Анонс выпуска; 3) Три смысловых блока.

Музыкальное оформление: Начальная заставка. Произносится текст «Это испытание - для сильных! Готовых к новым вызовам! Тех, кто не боится

трудностей! Реалити-шоу «Я СМОГУ»!» мужским басом с натужно-пафосной интонацией. Длительность – 10 секунд.

Подложки. Музыкальные подложки соответствуют музыкальному контенту радиостанции «СПОРТ FM». Это преимущественно классический рок, рок-фолк, альтернативный рок.

Перебивки. В качестве перебивок использовались интертекстуальные включения в виде вырезок из популярных советских фильмов и песен, а так же отдельные музыкальные фрагменты из подложек.

Образ ведущего: Ведущий должен производить впечатление образованного, эрудированного человека. Начитка текста - размеренная. Образ ведущего можно дополнить небольшой ироничностью, юмором.

Периодичность: Раз в неделю (среда) в рамках локальной программы «ПИТ-СТОП ШОУ» на протяжении 1,5 месяцев.

Объём вещания: один выпуск – 5-8 минут.

Платформы распространения: Заказчик транслирует в радиоэфире на своей частоте 95,5 FM в рамках «ПИТ-СТОП ШОУ» (локальная программа) раз в неделю. А также заказчик размещает уже вышедший в эфир выпуск в своей официальной группе «СПОРТ FM Тольятти» в социальной сети «ВКонтакте».

Территория распространения совпадает с территорией вещания заказчика, ею являются городской округ Тольятти и городской округ Жигулёвск.

В первом выпуске, который вышел 21 марта в эфир радиостанции Спорт FM Тольятти, автор кратко рассказал об идеи реалити-шоу и познакомил слушателей с участниками шоу, немного раскрыв характер каждого героя. Во втором выпуске, который вышел 4 апреля, автор красочно показал процесс физической подготовки участников реалити-шоу, через комментарий от куратора героев проекта, тренера по бегу, познакомил слушателя с краткой историей марафона и наглядно показал необходимость долгих тренировок перед забегом. В третьем выпуске, который вышел 11 апреля, автор привёл примеры зарубежных, самых престижных марафонов, рассказал полную историю марафонского движения, дал слово героям проекта, которые успели пробежать Самарский полумарафон и вывел комментарий заказчика, который эмоционально-ярко поделился своим мнением о том, для чего был создан проект. В четвёртом выпуске, который вышел 18 апреля, автор дал слово родственникам участников проекта, познакомил слушателя с некоторыми фактами и историями из жизни героев реалити-шоу, подвёл слушателя к мысли, что Тольятти «будет бежать на общемировой волне» и дал слово организатору марафона. В пятом выпуске, который вышел 25 апреля, автор вёл своё репортаж непосредственно с марафона, в хронологическом порядке изобразив всё событие, от подготовки, до финиша.

Для точной и красочной подачи происходящего использовался радиорепортаж, использование которого можно услышать в пятом выпуске, посвящённому непосредственно марафону, как финальному испытанию реалити-шоу. Воплощение радиийной драматургии воплотилось в комментариях, которые были получены от родственников и близких участников проекта, в которых были отражены противоречивые поступки из прошлого героев или наоборот, факты и примера их мужества и выносливости. Это можно отчётливо услышать в четвёртом выпуске. Проблема стилевой

манеры была решена с помощью изобилия красочных, «репортажных» описаний деталей, что можно услышать во всех выпусках радиопрограммы.

Проблема динамики и ритма в реалити-шоу была устранена с помощью составления чёткой структуры выпуска с немного изменяемыми элементами, чтобы каждый следующий выпуск немного отличался от предыдущего. Так же в структуру можно включить анонсирование того, что будет в выпуске, используя при этом игровые заголовки. В анонс стоит вынести неполные версии комментариев, вырезая самые эмоциональные и яркие ответы, порой, имеющие другие смыслы в контексте полной версии комментария. Также немаловажно для сохранения динамики и ритма грамотно подобранное музыкальное сопровождение, что можно услышать во всех пяти выпусках радиопрограммы.

Проект программы реалити-шоу «Я СМОГУ» был разработан, реализован и выпущен в радиоэфир, о чём свидетельствует эфирная справка (см. Приложение №2). Программа соответствовала основным форматным требованиям радиостанции и удовлетворила заказчика как по форме, так и по содержанию конечного продукта, о чём свидетельствует отзыв заказчика (см. Приложение №3). Таким образом, поставленная цель была полностью выполнена.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Alternatives on Media Content, Journalism, and Regulations: The grassroots discussion panels at the 2007 ICA Conference [Текст] / ed. by Seeta Peña Gangadharan, Benjamin De Cleen, Nico Carpentier. Tartu University Press, 2007. 125 p.
2. Emerson, C. All the Same the Words Don't Go Away: Essays on Authors, Heroes, Aesthetics, and Stage Adaptations from the Russian Tradition [Электронный ресурс] / C. Emerson. – Brighton, 2017. – 451 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/104240> (дата обращения: 12.10.2017)
3. Gibson, D. The Art of Mixing : A visual Guide to Recording, Engineering, and Production. [Текст] Boston: Course Technology PTR, 2005. – 344 p.
4. Levitt, M. Early Modern Russian Letters: Texts and Contexts [Электронный ресурс] / M. Levitt. – Brighton, 2017. – 447 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/104238> (дата обращения: 14.11.2017)
5. Wodak R. Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis [Текст] // Handbook of Pragmatics. — Amsterdam ; Philadelphia : Benjamins, 1994. 95 p.
6. Александрова, Т. А. Записки радиота [Текст] / Т. А. Александрова. – М.: АПАРТ, 2008. – 104 с.
7. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства [Текст] / Н. Г. Асмус : Дис. на соиск. уч. степ. канд. филолог. наук. Челябинск, 2005. 120 с.
8. Бабяшкина, А. Как устроено реалити-шоу [Текст] / А. Бабяшкина // Вестник Пермского государственного университета Acta Diurna. 2005. №2(2). С.76-85
9. Барабаш, Н. С. Ведущий радиопередач: творческая типология [Текст] / Н. С. Барабаш. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2003. – 100 с.

10. Вартанова, Е. Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ [Текст] / Е. Л. Вартанова // Вестник Московского университета (Серия 10. Журналистика). – 2012. – № 1.
11. Болотова, Л. Д. Радиовещание времен перестройки и гласности [Электронный ресурс] / Л. Д. Болотова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>.
12. Бубукин, А. Форматы радиостанций. Как определить свой формат [Электронный ресурс] / А. Бубукин // Радиовещательные технологии. – Режим доступа: <http://www.radiostation.ru/music/format.html>.
13. Гаймакова, Б. Д. Мастерство эфирного выступления [Текст] / Б. Д. Гаймакова, С. К. Макарова, В. И. Новикова, М. П. Оссовская. - М.: Аспект Пресс, 2007. – 283 с.
14. Гаспарян, В. В. Работа радиожурналиста: технология творчества [Текст] / В. В. Гаспарян. - М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – 37 с.
15. Гулидов, Р. Форматы радиостанций [Электронный ресурс] / Р. Гулидов // Клуб радио. – Режим доступа: <http://www.guzei.com/radio/journal/article/format.php>
16. Дускаева, Л. Р. Варьирование публицистической картины мира в медиатекстах [Электронный ресурс] / Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский // Медиаскоп. – 2012. – № 3. – Режим доступа : [www.mediascope.ru/node/1131](http://www.mediascope.ru/node/1131).
17. Ключи к эфиру. В 2 кн. Кн. 2. Основы мастерства : опыт, практические советы [Текст] / Л. Д. Азарх [и др.] ; под ред. Г. А. Шевелева. - Москва: Аспект Пресс, 2007. – 269 с.
18. Кожанова, В. Ю. Концепты рецептивной эстетики в интерпретативной парадигме медиатекста / В.Ю. Кожанова // Вестник Московского университета. Сер. 14, Журналистика. – 2012. – № 5. – С. 97-107.

19. Корконосенко, С. Г. Актуальные проблемы современности и журналистика : учеб.пособие [Текст] / С. Г. Корконосенко. – Тольятти : ТГУ, 2009. – 184 с.
20. Кузьмина, Е. Г. Современное международное радиовещание из России: истоки, проблемы, перспективы [Электронный ресурс] / Е. Г. Кузьмина, К. Ю. Новиков. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>.
21. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста : Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. [Текст] / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с.
22. Матвеева, Л. В., Замская, М. Д. Роль журналистики в трансформации образа политика в современном мире [Текст] // Язык СМИ и политика / Под ред. Г. Я. Солганика. М. : Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. 185 с.
23. Нестерова, Н. Г. Современный радиодискурс: коммуникативно-прагматический аспект [Текст] / Н. Г. Нестерова. – Томск, 2015. – 320 с.
24. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня : учеб. пособие [Текст] / Под ред. М. В. Шкондина, Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 316 с.
25. Раскатова, Е. Р. Формат радиостанции : методическая разработка для студентов 4 курса отделения журналистики факультета филологии и журналистики [Текст] / Е. Р. Раскатова. – Тольятти: ТГУ, 2004. – 33 с.
26. Раскатова, Е. Р. Типологическая характеристика современного радиовещания [Электронный ресурс] / Е. Р. Раскатова // Relga. – Режим доступа: <http://www.relga.ru>.
27. Реалити-шоу: развитие жанра // Искусство кино. 2005. №11. С. 38-42
28. Рихтер, А. Г. Правовые основы интернет-журналистики [Текст] / А. Г. Рихтер. – М.: Икар, 2014. – 488 с.
29. Смирнов, В. В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм [Текст] / В. В. Смирнов. М.: Аспект Пресс, 2002. – 203 с.

30. Смирнов, В. В. Жанровая система радиожурналистики. История. Теория. Особенности функционирования [Текст] / В. В. Смирнов. М.: Аспект Пресс, 2006. – 472 с.
31. Смирнов, В. В. Жанры радиожурналистики: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. – 288 с.
32. Стойков, Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу [Электронный ресурс] / Л. Стойков // RELGA: научно-культурологический журнал. № 14 (149). 07. Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729>
33. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие [Текст] / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 320 с.
34. Уразова, С.Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. Монография [Текст] / С.Л. Уразова. – М.: ФГОУ ДПО «ИПК работников ТВ и РВ», 2011. – 240 с.
35. Фихтелиус, Э. Десять заповедей журналиста [Электронный ресурс] / Э. Фихтелиус. – Режим доступа: [http://www.library.cjes.ru/online/?b\\_id=229](http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=229).
36. Фуллер, П. Искусство подачи информации: Привлечение журналистов [Электронный ресурс] / П. Фуллер; перевод Е. Виноградова. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/566229/>.
37. Цвик, В. Л. Журналист с микрофоном [Текст] / В. Л. Цвик. – М.: Изд-во ДИДМНЭПУ, 2000. – 40 с.
38. Цуканова, М.И. Музыкальная журналистика на крупнейших радиостанциях России [Текст] / М.И. Цуканова, С.Э. Мубаракшин // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. "Проблемы массовой коммуникации" / под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж, 2014. - С. 132-134.
39. Чевозерова, Г.В. Гражданское общество и средства массовой информации : теоретико-методологический анализ проблем взаимоформирования : учебное

пособие [Текст] / Г.В. Чевозерова. - Тольятти : Тольяттинский государственный университет, 2007. - 143 с.

40. Чевозерова, Г.В. Коммуникативные технологии : СМИ как гражданские коммуникации : учеб. пособие [Текст] / Г.В. Чевозерова. – Тольятти : ТГУ, 2007. 150 с.

41. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика. [Текст] / А. П. Чудинов. – М. : Флинта: Наука, 2006. - 256 с.

42. Шерель, А.А. Радиожурналистика [Текст] / Из-во Московского ун-та, 2005 – 150 с.

43. Шерель, А. А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию [Текст] / А. А. Шерель. – М.: Прогресс-традиция, 2004. – 576 с.

44. Шестёркина, Л.П. Особенности функционирования развлекательной телепрограммы в радиоэфире: пояснительная записка к ВКР [Текст] / Худотеплова А.Н., Шестёркина Л.П. – Челябинск: ЮУрГУ, 2011. – 40с.

45. Швидунова А. М. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий [Текст] / А. М. Швидунова. - М.: Альфа-Пресс, 2007, – 207 с.

46. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е. И. Шейгал. – М., 2004. – 194 с.

47. Шостак, М. И. Оперативная журналистика: пособие по дисциплине «Основы творческой деятельности журналиста» [Текст] / М. И. Шостак. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2009. – 69 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Письмо заказчика работы программного директора АО «Медиа Плюс» («Европейская Медиагруппа») Скорика В.А.

Заведующей кафедры журналистики

ТГУ Таракановой Н.И.

Программный директор АО «Медиа Плюс»

(«Европейская Медиагруппа») Скорик В.А.

Уважаемая Наталья Ивановна, прошу вас рассмотреть возможность подготовки и дальнейшей реализации проекта радиопрограммы «Я СМОГУ» на радиостанции СПОРТ FM Тольятти в рамках ВКР магистерской диссертации.

Программный директор АО «Медиа Плюс»

(«Европейская Медиагруппа»)

05.03.2018 \_\_\_\_\_ Скорик В.А.

## Приложение 2. Эфирная справка

### Эфирная справка.

Подтверждается, что выпуски радио-реалити шоу «Я СМОГУ» за авторством Максима Котермана выходили с 21 марта по 25 апреля на частоте 95.5 FM на радиостанции СПОРТ FM Тольятти в рамках программы «ПИТ-СТОП Шоу». Время начала программы «ПИТ-СТОП Шоу» - 14:00 по местному времени. В текстах и в эфире автор радио-реалити шоу «Я СМОГУ» Максим Оленев использовал псевдоним «Максим Котерман».

Программный директор АО «Медиа Плюс»

(«Европейская Медиагруппа»)

\_\_\_\_\_ Скорик В.А.

### Приложение 3. Отзыв заказчика

#### ОТЗЫВ заказчика о выпускной квалификационной работе

Обучающийся Оленев Максим Андреевич

42.04.02. «Журналистика», профиль «Мультимедийная журналистика»

Тема: «Реалити-шоу «Я СМОГУ» на радио СПОРТ FM Тольятти (творческая работа)». Студент-магистр ТГУ, обучающийся в группе ЖУРМ-1603а, Оленев Максим Андреевич, при разработке структуры радиопрограммы, непосредственной работе над ней, подготовке радиопрограммы к выходу в эфир проявил профессионализм, умение пользоваться полученными в ходе университетского обучения знаниями, решил все задачи, поставленные перед ним заказчиком и полностью удовлетворил все требования заказчика.

Рекомендованная оценка: «отлично»

Программный директор АО «Медиа Плюс»

(«Европейская Медиагруппа»)

\_\_\_\_\_ Скорик В.А.