

Якуб Абдул-Гани Хусам

*ВГТРК “ГТРК Кабардино-Балкария”,
Россия, г. Нальчик*

АННОТАЦИЯ

Автор в данной статье поднимает проблему некачественной работы тележурналистов, дает оценку принципам работы современных масс-медиа в целом и региональных компаний на примере одной из них. Объект изучения – деятельность редакции информационных программ ГТРК «Кабардино-Балкария». Определены причины проблем и вызовов, стоящих перед традиционными средствами массовой информации и перед небольшими региональными компаниями и их работниками, даны пути решения этих вопросов. Описан инструментарий для решения административных вопросов, что повлечет за собой и увеличение творческого потенциала сотрудников региональных ТВ и улучшит качество производимой телевизионной продукции. Вывод: на качество новостного контента влияет организация работы в редакции, уровень профессионализма всех участников данного процесса и стремление к конвергенции с разными носителями и передатчиками информации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: массмедиа, телевидение, новости, журналистика, репортер, сюжет, ГТРК КБР, съемки.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.020

Поступила в редакцию: 20.01.2021

В окончательном варианте: 20.02.2021

Для цитирования: Хусам, Я. А – Г Особенности работы телерепортера на примере корреспондентов службы информации ГТРК “Кабардино-Балкария”/ Я. А. – Г. Хусам – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 206 – 217.– DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.019

ВВЕДЕНИЕ

Телевидение в Кабардино-Балкарии появилось более 60 лет назад. С тех пор на республиканском ТВ проработали сотни талантливейших людей, сделано много уникальных телепроектов, успешно проведено много разных технических и творческих экспериментов. Но, несмотря на все это, научных трудов, описывающих историю возникновения, начальные этапы развития республиканского телевидения как нового вида искусства, как значимой части общественного сознания, как инструмента агитации и пр. по сей день не существует. Именно этим и обуславливается новизна данной работы. Есть несколько книг, содержание которых имеет характер более мемуаров, нежели научных или историографических трудов. Но именно они дают представление о том, как зарождалось местное ТВ.

Знание истории местного телевидения дает возможность сформулировать основные цели и задачи данной работы. Наша цель – ознакомить читателя с основными

принципами работы репортера на примере работы сотрудников службы информации ГТРК “Кабардино-Балкария”. Для этого необходимо выполнить ряд задач: 1) показать основные принципы работы репортера; 2) рассказать об основах создания репортажа и новостного сюжета; 3) смоделировать пример создания новостного контента.

Актуальность данной работы обусловлена возрастающим интересом людей разных профессий к содержанию и производству информационного контента. Благодаря широкому распространению масс-медиа современный человек ежедневно получает огромную волну разного рода сообщений, подчас противоречивых. Широкое распространение социальных сетей, с одной стороны, дает возможность получать любую информацию в режиме онлайн. С другой стороны, достоверность этой информации подвергается сомнению. Кроме того, практическая польза данной статьи должна быть следующей: когда человеку придется оценивать чужую журналистскую работу – анализировать чей-то сценарий, смотреть готовый репортаж или сюжет, выступать рецензентом-обозревателем, – уже не пользоваться неубедительными аргументами “нравится/не нравится”, а четко, ясно, толково “разложить все по полочкам”: указать на удачные и неудачные составные части телевизионного продукта, назвать все слагаемые успеха.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данной работе использован метод моделирования ситуации.

Официальное открытие государственного республиканского телевидения в Кабардино-Балкарии состоялось в 1957 г. За два года до этого события, в 1955 г. в Нальчике появился “любительский телецентр”. Произошло это событие 7 мая. Ко Дню радио группа Г. В. Сергеева выдала в эфир фильм-концерт Леонида Утесова, полученный из Москвы. С этого дня нальчане, обладающие телевизором, могли один-два раза в неделю смотреть кино на своем домашнем экране [11, с.32].

Но необходимо отметить, что Г. В. Сергеев с группой сделали только ту часть работы, которая относится к связи. Проще говоря, они создали телеканал, примитивный передатчик, едва достающий до Нартана (ближайшего к столице республики села), и небольшую кинопроекторную с двумя кинопроектами и самодельной телекамерой для них. Телевизионной студии как таковой не было. Видеоряд выдавали в эфир через описанное выше устройство на окраине города, в микрорайоне “Долинск”. В это время в центре города сидели редактор и диктор, озвучивающий видеоряд, ориентируясь на изображение на экране телевизора. Профессиональных мониторов не было. Как только на экране появлялась картинка, редактор сжимал руку диктора один раз – это был сигнал читать текст. Когда надо было делать паузу, редактор сжимал руку диктора два раза. Все это сопровождалось музыкой с магнитной ленты. Говоря иначе, это была работа романтиков-энтузиастов. Как показала практика, эта тенденция – на энтузиазме сотрудников сворачивать горы – стала основой работы регионального ТВ и в последующие годы.

Артур Шопенгауер говорил: “Газета – секундная стрелка истории” [9]. Перефразируя его слова, хотелось бы утверждать, что в современных реалиях новостная передача – и есть секундная стрелка истории.

Несмотря на обилие жанров на современных телеканалах, новости остаются лицом и визитной карточкой любой телекомпании. Новости сегодня – это не только способ удовлетворения информационных запросов общества, это своего рода товар, который производители данного контента “продают” зрителю.

Благодаря активному развитию социальных сетей может сложиться впечатление, что новостные телевизионные программы стали уступать свои позиции блогам и влогам, но это только на первый взгляд. Телевидение – основной источник информации в большинстве стран мира. Несмотря на то, что в Интернете на разных сайтах можно узнать самые “горячие” новости, он пока не составляет конкуренцию телевидению.

Во-первых, Интернет в России имеет в сравнении с другими странами немного пользователей. Во-вторых, даже те, кто регулярно пользуется мировой паутиной, должны быть в курсе того, что происходит в стране. Новость, которая прошла в эфире, широко обсуждается в обществе. Это подтверждают опросы социологических служб, которые проводятся регулярно и в отдельных регионах, и по всей стране [2].

Конечно же, Instagram или YouTube-канал гораздо более оперативен в донесении информации до своих подписчиков. Новостные программы крайне редко выходят в эфир не в строго отведенное время, чтобы оперативно донести до адресата экстренную новость. Но телевизионный формат может конкурировать с ними в другом – в объективности доносимой информации и в профессионализме подачи своего контента. У журналистов, работающих на аккредитованные СМИ, есть возможность получать официальную информацию из первых рук. А большинство неаккредитованных новостных страниц в социальных сетях и интернет-каналах этой прерогативы лишены.

Кроме того, принцип “объективной журналистики” дает долю гарантии, что полученная информация о том или ином явлении, событии, факте достоверна. Ожидать такого же принципа у блогеров и влогеров не приходится. Но стоит оговориться, что при всей репортерской беспристрастности читатель, радиослушатель, телезритель видит событие глазами журналиста, следит за событием при помощи СМИ, и точку зрения, детали, ракурс, наконец, их отбор определяет отнюдь не потребитель информации. Равно как и сами события и факты, которые станут достоянием информационного выпуска, отбирают журналисты. Стало быть, говорить об их отстраненности от процесса информирования аудитории не приходится [8]. Объективная журналистика призвана не навязывать аудитории свое мнение. А у читателя, радиослушателя, телезрителя никто не может отнять по крайней мере право выбора источника информации. И выберет он этот источник, как правило, по критериям профессионализма журналистов.

Журналистская информация имеет ряд особенностей. Во-первых, это, как правило, новость. Поиск нового во всех сферах жизни – в политике, экономике, науке, культуре, спорте – главное для журналиста. При этом, отдавая предпочтение социальной тема-

тике, журналист выходит за ее рамки, освещая безграничный духовный и материальный мир, окружающий нас. Он зафиксирует и сообщит своей аудитории о множестве сюрпризов, которые ежечасно преподносит природа и социум. Во-вторых, журналистская информация должна быть оригинальной. Когда печать, радио и телевидение изо дня в день твердят одно и то же, аудитория теряет интерес и к информации, и к ее источнику. В-третьих, журналистская информация должна быть полезной. К сожалению, нередко работники СМИ в погоне за сенсацией забывают об этом. Хрестоматийный пример: собака укусила человека – это не сенсация; сенсация – если человек укусил собаку. Однако во второй части данного парадокса речь идет о клиническом случае, представляющем интерес разве что для психиатров; общество же в целом вряд ли извлечет сколько-нибудь полезную информацию из такого сообщения [8].

Таким образом, предметом журналистской деятельности являются факты и явления реальной действительности во всем ее многообразии. Журналист выступает субъектом осмысления и обработки полученных сведений ради создания общественно значимой информации, а массовая аудитория становится объектом, на который направлена деятельность журналиста. Понятно, что речь здесь идет не о непосредственном, но об опосредованном воздействии [5].

Журналистика – одно из важнейших социальных явлений современной жизни, вид массово-информационной деятельности, обеспечивающей бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом, а также между различными общественными сферами и даже между поколениями. Процесс журналистской деятельности состоит из сбора, обработки, хранения и периодического распространения актуальной общественно-значимой информации [2].

Технический прогресс всегда ставит новые задачи перед творческими профессиями. Журналистика – яркий пример. В новых реалиях телевидению, радио, газетам и журналам приходится находить новые способы “достучаться” до своей целевой аудитории. Зачастую, идет своего рода синкретизм нескольких форматов: телевидения и социальных страниц, телевидения и радио и пр. К слову, видеointервью очень часто может заменять аудиосообщение, когда ту или иную информацию специалист комментирует по телефону. Или выдержку из письменной речи в социальной сети официального должностного лица или официального документа могут вывести на экран в качестве комментария по той или иной теме. Или третий пример, когда поводом для журналистского расследования может послужить публикация в социальной сети.

Журналист сегодня не может оставаться в рамках одного формата или работать в одном и том же жанре. Он вынужден быть многостаночником. Но качество работы остается под вопросом. Попробуем разобраться на примере корреспондентов службы информационных программ “Вести. Кабардино-Балкария”.

Начну с того, что это филиал Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании. То есть придумывать новые форматы работы или новые формы подачи материалов здесь не могут. Есть определенная централизация работы. Но при этом на региональном предприятии есть свой Устав, в котором определены различия в должностных обязанностях сотрудников разных филиалов.

К слову, корреспондент ГТРК “Кабардино-Балкария” обязан находить темы для своих сюжетов. Взаимопроникновение разных технических способов подачи информации наблюдается и при поиске новостей. Информация, опубликованная в газете, может стать поводом для создания телевизионного сюжета. Материалы “университетского” уровня, взятые из энциклопедий или небольших научных трактатов, тоже являются источником информации, обеспечивающим хороший подход к рассмотрению темы. Погрузиться в “сырой” документ, несомненно, менее приятно, чем читать материал коллеги по этой же теме. Но идти проторенными дорожками, безусловно, не стоит.

В других филиалах поиском новостей занимаются продюсеры или редакторы. Тексты корреспондента ГТРК КБР после написания правит редактор или продюсер. То есть проходят определенный фильтр в проверке достоверности информации и стилистике изложения. Во многих других филиалах такая практика отсутствует. Текст может быть просмотрен шеф-редактором, который отвечает за наполняемость эфира, не более того. И подобных отличий в работе разных филиалов много.

Репортер – это глаз и ухо аудитории. Он должен “переносить” слушателей и зрителей посредством звука и картинки на место события. Репортаж с митинга должен обязательно включать речи выступающих. Чтобы сделать его завершенным, нужно показать с помощью картинки или описать словами обстановку зала и реакцию участников всех сторон. Репортаж сам по себе предполагает показ жизни людей такой, какая она есть, поэтому не стоит искать надуманного, искусственного. Необходимо только придать материалу удобную для его восприятия форму [10].

Репортер – это также посредник между аудиторией и событием. Его роль, роль связного, предполагает, что он легко понятим и при этом не искажает факты и идеи. Итак, нужно передавать так, чтобы быть понятным: картинки без двойного смысла, простые тексты, лаконичность, монтаж, который устраняет излишества и ненужные элементы. Журналист-информационщик сочетает в себе обязанности телеоператора, режиссера, продюсера (в самом широком смысле этого слова), юриста, организатора мероприятий и даже психолога. Все это и есть ключ к эффективному репортажу.

Новостной репортаж отличается от других видов репортажа (репортаж в прямом эфире и тематический репортаж) тем, что событие в нем должно очень быстро предстать перед публикой [2]. Сбор и трактовка информации происходят почти одновременно. Передача в эфир должна произойти как можно раньше. Репортер должен отбирать, в соответствии с определенным углом освещения темы, важные моменты. Главную свою работу он делает тогда, когда находится за стенами редакции.

В качестве примера рассмотрим создание одного сюжета для выпуска новостей. Тему для своих материалов корреспондент, как было отмечено выше, может найти из разных источников: телевидение (другие каналы и информационные программы), Интернет (информационные ресурсы, официальные сайты министерств и ведомств), газеты, журналы, социальные сети, а также звонки в редакцию и заявки, которые получают через продюсеров.

Представим себе ситуацию, когда корреспондент задумал снять сюжет по проблеме курения кальянов в кафе. Напомню, что с ноября 2020 г. курить кальян можно только в так называемых “кальянных”, а не в обычных кафе. Прежде всего, для новостного сюжета нужен информационный повод: либо разъяснение нововведений в законодательстве, либо надзор за их исполнением. Тема нашего сюжета – именно надзор. Сразу отмечу, что одну и ту же тему можно раскрыть очень большим количеством способов. Мы берем один.

Если это, к слову, рейд Роспотребнадзора, это избавит от многих проблем, которые возникнут в процессе съемок. Понятно, что любому нарушителю закона будет неприятно выносить свое нарушение на всеобщее обозрение. Если в рейде участвуют правоохранительные или надзорные органы, это сильно облегчает продюсерскую сторону работы корреспондента.

Необходимо заранее точно знать фабулу своего сюжета, всех действующих лиц, иметь черновой сценарий своего сюжета, заранее четко объяснить оператору его задачу; желательно, показать ему черновик сценария, чтобы он понимал какую картинку набирать под какие слова и пр. У сотрудника Роспотребнадзора, которого мы будем сопровождать при выполнении им своих служебных обязанностей, необходимо заранее узнать, в какие заведения мы поедим и какие проблемы или жалобы были выявлены там (эта информация очень полезна будет оператору для подготовки аппаратуры на месте). Для контраста можно будет найти и еще одно заведение, где все предписания выполняются точно и в срок и согласно букве закона.

И если речь не идет о “пожарных съемках”, то любой уважающий себя корреспондент будет готовиться заранее, искать свой подход, продумывать стенд-ап, писать сценарий будущего сюжета.

На съемочной площадке корреспондент и оператор часто становятся объектами нападков. В той же кальянной, допустившей нарушения и пойманной с поличным, могут утверждать, что это частная территория и снимать без разрешения владельца нельзя. Это не совсем верно. Согласно закону о СМИ, без особого письменного разрешения снимать нельзя на объектах стратегического значения, объектах государственной важности и, действительно, на частной территории. Но предприятия общепита, даже если они принадлежат частным лицам, к ним не относятся. Свои права и обязанности каждый корреспондент должен знать. Конечно, во всех компаниях есть свои штатные юристы. Но в данном случае вопрос оперативности решения проблемы превагирует. Поэтому спорные вопросы на съемочной площадке решаются без привлечения третьих лиц. Когда все назревающие конфликты по организации и проведению съемок улажены, начинается работа с оператором. На телевидении 80% успеха конечного материала зависит от работы оператора. Поэтому непосредственно на съемочной площадке необходимо вести тщательную работу с оператором. Ставить там хороший свет, выбирать композицию и выполнять прочие телевизионные изыски времени, как правило, нет. Здесь важнее зафиксировать нарушение, успеть снять диалог владельца или администратора заведения с проверяющими органами и т.д. Именно поэтому очень важно работать в тандеме с оператором. После съемок нескольких кафе или кальянных

можно найти уже «третьего судью», который даст оценку ситуации как независимый эксперт. Это может быть представитель бизнес-сообщества, который скажет о последствиях для предпринимателей, врач-нарколог, который прокомментирует вред курения, юрист или законодатель, который расскажет в своей части компетенции.

После съемок группа возвращается на студию, и начинается обработка материала, написание сценария самого сюжета корреспондентом, вычитка и монтаж сюжета. А еще через какое-то время – выдача материала в эфир. В зависимости от требований руководства редакции или актуальности темы на организацию, съемки, написание, монтаж и выдачу материала может уйти от 3 часов до нескольких дней.

Репортаж прямой и специальный – основная составляющая любой новостной программы. Репортаж – жанр журналистики, оперативно сообщаящий для печати, радио, телевидения о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является корреспондент (БСЭ). Основу репортажа составляет авторский взгляд, но это вовсе не означает, что репортер имеет право интерпретировать факты, искажать действительность. Задача репортера – максимально объективно осветить событие, увидеть самому происходящее, вникнуть в суть, посмотреть на ситуацию с разных сторон, проанализировать, “пропустить” через фильтр объективной реальности и дать зрителям возможность увидеть это [7].

Именно репортер определяет, какие герои появятся на экране, чтобы придать вескость и эмоциональную окрашенность репортажу, он же решает, какие кадры наиболее точно и полно “перенесут” зрителя на место события. Он же обратит внимание зрителя на интересные детали [2].

Не стоит путать прямой репортаж с прямыми включениями. Прямые включения – это всего лишь спецэффект телевидения. Они позволяют зрителю увидеть корреспондента на месте события и, как правило, фрагмент местности или здания, в котором находится журналист, что усиливает доверие зрителя к материалу. Прямое включение – это стенд-ап корреспондента и разговор ведущего с ним. Корреспондент кратко рассказывает о произошедшем либо предстоящем событии, а зритель с нетерпением ждет продолжения. В таком случае оправданы два прямых включения с места событий.

Репортер является одновременно рабочим средней квалификации и творцом [5]. Рабочий средней квалификации, когда он собирает одно за другим сведения, творец, он их упорядочивает, чтобы придать конечному варианту смысл и привлекательность. Репортаж исключает выдумку, искажение: репортаж описывает реальность, учитывая точность, детализированность, аргументированность.

На многих каналах на съемки с корреспондентом выезжает не только оператор, но и звукорежиссер, продюсер, редактор и др. Но эта роскошь доступна далеко не всем филиалам ВГТРК.

Именно поэтому корреспонденты ГТРК “Кабардино-Балкария” совмещают в себе функции очень разных профессий. Отражается ли это на качестве материала? Ответ неоднозначный. Насыщенный съемочный день, в котором группе удалось снять качественный материал, еще и сопряженный со скандалами, интригами и расследованиями,

бывает не так часто. Любому профессионалу в СМИ это дает огромный заряд адреналина. Но, с другой стороны, работать в таком формате 40 часов в неделю – невозможно. Необходимо разделение обязанностей и четкое их выполнение. В последние годы в отечественных СМИ была мода на конвергенцию. Но опыт показывает, что эта практика не лучшим образом отражается на качестве. Утверждение Стивена Кови “Разделение труда – ключ к эффективному управлению” актуально в любой профессии и во все времена [6].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современная разветвленная система средств массовой информации обеспечивает полноценное взаимодействие журналиста и аудитории – читателей, слушателей, зрителей. Не случайно словосочетания “средства массовой коммуникации” (СМК) и “средства массовой информации” (СМИ) воспринимаются как синонимы к слову “журналистика”.

Телевизионная журналистика, возникнув как вид искусства, давно уже перестала им быть. Профессию журналиста сегодня никак нельзя поставить в один ряд с профессией актера, режиссера театра или кино, художника или даже поэта и писателя. Журналистика сегодня – это ремесло, которое требует знаний практически всех наук. Современные реалии, в том числе и технические прорывы, диктуют свои правила и требуют быстрого нахождения способов производства и путей распространения телевизионного контента. Во многом это зависит не только от творческих решений, но и от материально-технической базы. Для крупных федеральных телекомпаний это не составляет проблемы, чего нельзя сказать о дотационных региональных компаниях и филиалах. Здесь все еще простая житейская смекалка компенсирует недостаток технического перевооружения.

КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ. Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1]. Большая советская энциклопедия. Изд. 3-е. В 6 т. – Москва. – 1981. – Текст: непосредственный.
- [2]. Ахвледиани, М. В. Новости – наша профессия. / М. В. Ахвледиани. – Москва: Изд-во ИПК, 2010. – 85 с. – Текст: непосредственный.
- [3]. Гаймакова, Б. Д. Трудности словоупотребления на ТВ и РВ / Б. Д. Гаймакова, М. П. Сенкевич. – Москва: ИПК, 1998. – 382 с. – Текст: непосредственный.
- [4]. Голядкин, Н. А. Информация в США / Н. А. Голядкин. – Москва: ИПК, 1994. – 224 с. – Текст: непосредственный.
- [5]. Кузнецов, Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. – Москва: РИП-холдинг, 2002. – 202 с. – Текст: непосредственный.

[6]. Кови, Стивен. 7 навыков высокоэффективных людей / Стивен Кови. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 400 с. – Текст: непосредственный.

[7]. Телевизионная журналистика: Учебник/ Ред. коллегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – Изд.4-е. – Москва: “Высшая школа”, 2003. – 304 с. – Текст: непосредственный.

[8]. Цвик, В. Л. Основы журналистского мастерства / В. Л. Цвик. – Москва: Изд-во ИПК, 2011. – 55 с. – Текст: непосредственный.

[9]. Шопенгауэр. А. Афоризмы житейской мудрости / А. Шопенгауэр. – Москва: АСТ, 2018. – 288 с. – Текст: непосредственный.

[10]. Подготовка телерепортажа (из французского опыта)ю Реферативное изложение книги Пьера Ганца и Жан-Пьера Шампиа “Репортаж на радио и телевидении”. – Москва: Изд-во ИПК, 2000. – 85с. – Текст: непосредственный.

[11]. В прямом эфире / ред. коллегия: Л. Б. Казанчева, Ж. Б. Гуляева и др. – Нальчик, 2012. – 380 с. – Текст: непосредственный.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Якуб Абдул-Гани Хусам,
ВГТРК «ГТРК Кабардино-Балкария»,
оператор телевидения,
ФГБОУ ВО “Кабардино-Балкарский государственный
университет им. Х.М. Бербекова”,
Магистрант второго года обучения
по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
e-mail: Yaqoub031@gmail.com

FEATURES OF TELEVISION REPORTER OPERATION ON THE EXAMPLE OF CORRESPONDENTS OF THE INFORMATION SER- VICE STRC "KABARDINO-BALKARIA"

Yaqoub Abdulgani Husam

GTRK "KABARDINO-BALKARIA"

ABSTRACT

The author in this article raises the problem of substandard work of TV journalists, assesses the principles of modern mass media in general and regional companies on the example of one of them. The object of the study is the activity of the editorial office of the information programs of the GTRK "Kabardino-Balkaria". The causes of problems and challenges facing traditional mass media and small regional companies and their employees are identified, and ways to address these issues are given. The tools for solving administrative issues have been identified, which will lead to an increase in the creative potential of regional TV employees and improve the quality of television production. Conclusion: the quality of news content is influenced by the organization of work in the editorial office, the level of professionalism of

all participants in this process and the desire to converge with different media and transmitters of information.

KEY WORDS: Mass media, television, news, journalism, reporter, story, GTRK.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.019

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 20.01.2021

REVISION SUBMITTED: 20.02.2021

FOR CITATION: Yaqoub A. Husam. Osobennosti raboty teleoperatora na primere korrespondentov sluzhby informacii GTRK "Kabardino-Balkariya" [Features of television reporter operation on the example of correspondents of the information service STRC "Kabardino-Balkaria"]. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost'*. 2021, vol. 1, no 1, pp. 206 – 217. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.019

COMPETING INTERESTS. The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY. The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

BIBLIOGRAPHY

- [1]. (1981) Bolshaya sovetskaya enciklopediya. Ed. 3-e. In 6 tt. M., (in Russian).
- [2]. Akhvediani M. V. (2010) *Novosti – nasha professiya* [News-our profession]. Moscow: IPK Publishing House, p. 85, (in Russian).
- [3]. Gaimakova B. D., Senkevich M. P. (1998) *Trudnosti slovopotrebleniya na TV i RV* [Difficulties of word use on TV and radio]. Moscow: IPK, p. 382, (in Russian).
- [4]. Goliadkin N. A. (1994) *Informaciya v SSHA* [Information in the USA]. Moscow: IPK p. 224, (in Russian).
- [5]. Kuznetsov G. V. (2002) *TV-zhurnalistika: kriterii professionalizma* [TV-journalism: criteria of professionalism]. Moscow: RIP-holding, p. 202, (in Russian).
- [6]. Stephen Covey. (2019) *7 skills of highly effective people*. Moscow: Alpina Publisher, p. 400.
- [7]. (2003) *Televizionnaya zhurnalistika* [TV journalism: Textbook / Ed. board: G. V. Kuznetsov, V. L. Tsvik, A. Ya. Yurovsky. - Ed. 4-E.] M.: "Higher School", p. 304, (in Russian).
- [8]. Tsvik V. L. (2011) *Osnovy zhurnalistikogo masterstva* [Fundamentals of journalistic skill]. Moscow: IPK Publishing House, p. 55, (in Russian).
- [9]. Schopenhauer. A. (2018) *Aphorisms of everyday wisdom*. Moscow: AST, p. 288.
- [10]. (2000) *Preparation of a TV report (from the French experience): Abstract presentation of the book by Pierre Ganz and Jean-Pierre Champiat "Reportage on radio and television"*. Moscow: IPK Publishing House, p. 85, (in Russian).
- [11]. (2012) *V pryamom efire* [Live / editors: L. B. Kazantseva, J. B. Gulyaev, etc.] Nalchik, p. 380, (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Yakub Abdul-Ghani Husam,
VGTRK "GTRK Kabardino-Balkaria", g.
television operator,
FSBEI HE "Kabardino-Balkarian State
University named after H.M. Berbekov ",
undergraduate of the second year of study
e-mail: Yaqoub031@gmail.com