

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

РАХМАТУЛЛИНА Яна Олеговна

**Образ мегаполиса в культурно-познавательной телепрограмме
(на примере авторского телепроекта «Питер-life»
на телеканале «МОСТ»)**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(профессионально-практическая работа)**

Научный руководитель –
старший преподаватель,
О. Ф. Майдунова
Кафедра телерадиожурналистики
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание:

Введение	3
Глава 1. Традиции вербальной интерпретации образа Санкт-Петербурга: отражение в современном телевизионном контенте	9
1.1. Типологические особенности культурно-познавательных телепрограмм	9
1.2. Петербург в культурно-познавательных программах современного телевидения: многогранность образа	15
Глава 2. Телепроект «Питер-life» (на Интернет-телеканале «МОСТ»): от замысла к воплощению	25
2.1. Культурно-познавательная программа: методы и приёмы журналисткой работы	25
2.2. Образ Петербурга в выпусках программы «Питер-life»	35
Заключение	45
Список литературы	49
Приложение №1	54
Приложение №2	102
Приложение №3	103
Приложение №4	104

Введение

Несмотря на то, что в сетке вещания телеканалов сегодня доминируют передачи развлекательного характера, и даже в новостных программах присутствуют элементы инфотейнмента, культурно-познавательные телепередачи востребованы телезрителем и в таких условиях. По данным рейтинга популярности телепередач на российском телевидении на 2016 г.¹, первое место по числу просмотров в день заняла культурно-развлекательная телепередача «Орел и решка» (4692,1 просмотра за день), помимо этого, согласно данным рейтинга «100 наиболее популярных программ среди россиян в возрасте старше 4 лет в России на 4 квартал 2016 г.», четвертое место заняла культурно-просветительская программа «Синяя птица» (7,1% – доля просмотров)². После так называемого кризиса 1990-х гг. данный вид передач снова привлекает внимание телезрителя. Доказательством тому служит появление многочисленных масштабных телепроектов, различаемых как по содержанию, так и по своей форме. Например, передачи «Петроград 17-го», «Закон есть закон» («ГТРК Санкт-Петербург»), программы «Мы строим Петербург», «Промышленный клуб» (телеканал «Санкт-Петербург»), а также телепроекты «Петербургские адреса», «Ленинградская коллекция», «Культурная эволюция», «Эрмитаж. Говорим и показываем» (телеканал «Санкт-Петербург») и др.

Важную роль играют средства массовой информации и коммуникации в процессе создания образа города или даже региона. Это связано с тем, что образ города, который закрепляется в сознании людей, способен оказывать огромное влияние на его судьбу и развитие. Более того, грамотно созданный и проработанный образ города способствует увеличению туристических

¹«Викиньюс»: рейтинг популярности телепередач в 2016 году. URL: https://ru.wikinews.org/wiki/Рейтинг_популярности_телепередач_..._в_2016_году (дата обращения: 22.03.2017).

² Среднесуточные доли телеканалов (в процентах). URL: http://propel.ru/rejting/r_tv.php (дата обращения: 22.03.2017).

потоков и укреплению внешних международных связей. Как замечал Л. В. Березин, «в жизни города, как в капле воды, отражаются все общественные процессы»³. Нельзя не сказать, что немаловажную роль играет не только внешний образ, облик города, но и внутренний образ, который формируется городскими СМИ. От этого сформированного имиджа зависит даже адаптация жителей к городской среде⁴. Безусловно, горожанам необходимо быть в курсе событий, которые происходят в месте, где они постоянно проживают.

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что проблеме формирования образа территорий в последнее время уделяется все большее внимание в связи с аспектами формирования их инвестиционной и туристической привлекательности. В 2013 г. в журнале «Царскосельские чтения» была опубликована научная статья Е. А. Бесединой «Культурно-историческое наследие как брендовый ресурс: тема самостоятельной работы студентов-журналистов, изучающих историю России»⁵. Многие другие исследователи также обращались к этой теме, более того, в международной научной конференции «Медиа в современном мире: молодые исследователи» в Санкт-Петербургском государственном университете не один год подряд проводится заседание секции под названием «Имиджмейкинг и маркетинг городов и регионов», где обсуждаются наиболее актуальные проблемы и вопросы в данной области.

Санкт-Петербург – особый мегаполис, образ которого необычайно многогранен. Во многом его формируют и тиражируют СМИ, именуя

³ Березин Л. В. Социалистический город как социально-территориальная общность людей: автореферат на соискание ученой степени к.ф.н. Ленинград, 1981. С.4.

⁴ Линч К. Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М., 1982. С.328.

⁵ Беседина Е. А. Культурно-историческое наследие как брендовый ресурс: тема самостоятельной работы студентов-журналистов, изучающих Историю России // Царскосельские чтения. 2013. №XVII. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-istoricheskoe-nasledie-kak-brendovyy-resurs-tema-samostoyatelnoy-raboty-studentov-zhurnalistov-izuchayuschih-istoriyu-rossii> (дата обращения: 15.03.2017).

Петербург «второй столицей», «Северной Венецией», «культурной столицей» и т. п. Особенно интересно, каким город предстаёт сегодня в сознании молодежной аудитории, какие новые его образы появляются и еще могут появиться.

Безусловно, образ города формируется, прежде всего, средствами массовой информации: новостными передачами, аналитическими программами, культурно-познавательными телепроектами и пр. Отметим, что роли средств массовой информации как фактору формирования образа города за последние годы уделялось все больше внимания как на практике, так и в теории. Одной из последних работ явилась научная статья Е. В. Николаевой «Фрактальные образы города в художественных проектах новых медиа» 2014 г. Конечно, к этой проблематике обращались и другие исследователи и ученые, такие как: Л. В. Иванова с научной статьей Теоретические предпосылки участия прессы в формировании городской среды⁶. Л. В. Иванова опирается на труды американского ученого Кевина Линча – один из них «Образ города» о городе и человеческих ценностях. Безусловно, в настоящей работе автор обращается и к более общим теоретическим и практическим трудам. Используются работы таких исследователей, как Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Г. Н. Петров «Курс радиотелевизионной журналистики», В. Л. Цвик, Я. В. Назарова «Телевизионные новости России», а также литература по теории общественных отношений, затрагивающая проблемы создания имиджа⁷. Кроме того, учтены и труды о приемах поэтики в медиа-тексте Е. В. Корнева⁸, а также о природе факта и

⁶ Иванова Л. В. Теоретические предпосылки участия прессы в формировании городской среды // Relga. №18 (120). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=663> (дата обращения: 15.03.2017).

⁷ Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб, 2005.

⁸ Корнева Е. В. Приёмы поэтики в медиа-тексте // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи. СПб, 2004. С. 24.

его назначении в журналистском произведении у Н. М. Кима⁹. Однако, несмотря на разнообразие источников, проблематика образа города, формируемого СМИ, до сих пор раскрыта не в полной мере. В настоящей работе предпринимается попытка на практическом авторском материале продемонстрировать процесс формирования комплексного имиджа города Санкт-Петербург. Этим обуславливается **новизна** данного исследования. В работе заостряется внимание на том, как журналист участвует в формировании образа города, чем руководствуется, какие средства и методы работы использует, а также какой образ города формируется в результате.

Работа носит **творческий** (профессионально-практический) характер: автор работала над созданием четырех выпусков культурно-познавательного телепроекта «Питер life» («Студенческий Петербург», «Вкусный Петербург», «Киношный Петербург», «Литературный Петербург»), который транслируется в эфире телевизионного Интернет-канала СПбГУ «МОСТ», а также на телеканале «Теледом». Отметим, что у автора есть небольшой опыт работы в художественной редакции телеканала «ГТРК Санкт-Петербург» под руководством И. М. Холмовой в качестве корреспондента и помощника редактора.

Цель исследования – показать, с помощью каких методов и журналистских приемов формируется образ города в культурно-познавательных телепередачах, для того, чтобы работающие с подобной тематикой журналисты могли бы руководствоваться ими. В этом представляется и **практическая значимость** данной работы.

Автору необходимо решить следующие **задачи**:

- выявить значение инструментальных для данной работы понятий «имидж», «образ города», а также культурно-познавательная телепередача;

⁹ Ким М. Н. От замысла к воплощению. СПб, 1999.

- определить роль средств массовой информации в формировании имиджа;
- проследить опыт создания культурно-познавательных телепрограмм на отечественном телевидении: их тематическое разнообразие, а также методы и приёмы, формирующие образ города;
- выявить специфику работы тележурналиста во время досъемочного и съемочного этапов работы над телепрограммой;
- выявить и проанализировать конкретные методы и приёмы журналистики, применявшиеся при создании телепрограммы «Питер-life»;
- обобщить собственный опыт работы над программой «Питер life».

Объектом исследования является процесс формирования образа города в культурно-познавательной телепрограмме. **Предметом данного исследования** являются методы и приёмы создания имиджа мегаполиса в культурно-познавательных телепрограммах на примере авторского телепроекта.

Теоретико-методологической базой для работы послужили книги А. А. Тертычного, И. Ю. Лапиной и Г. С. Мельник, Г. В. Лазутиной и С. С. Распоповой, В. А. Саруханова, А. С. Вартанова и др. **Эмпирической базой** выпускной квалификационной работы стали культурно-познавательные программы отечественного телевидения, а также телепроект «Питер life», подготовленный автором дипломной работы для Интернет-телеканала «МОСТ». В настоящей работе использовались такие **методы исследования**, как наблюдение, метод классификации, сравнительный анализ, исторический метод, а также методы включенного наблюдения и эксперимента.

Настоящая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, а также четырех приложений: первое включает в

себя сценарии программы «Питер-life» (литературный, режиссерский, монтажный лист, сценарный план, а также план по географии и логистике съемок), во втором содержатся активные ссылки на выпуски телепроекта на сайте Интернет-телеканала «МОСТ», в третьем – эфирная справка, подтверждающая авторство творческих материалов, в четвертом – дипломы и иные награды автора и всего коллектива передачи «Питер-life».

Глава 1. Традиции вербальной интерпретации образа

Санкт-Петербурга: отражение в современном телевизионном контенте

1.1. Типологические особенности культурно-познавательных телепрограмм

Любая программа современного телевидения должна быть направлена, прежде всего, на удовлетворение различных потребностей аудитории, посредством чего реализуются основные функции электронных СМИ. Исследователи традиционно выделяют следующие функции телевидения: информационную, интегративную, социально-педагогическую (управленческую), организаторскую, рекреативную, образовательную, культурно-просветительскую¹⁰. Для телепрограмм, тематика которых затрагивает сферу цивилизационных знаний¹¹ (науку, искусство и т. д.), первостепенное значение, безусловно, имеет последняя функция.

Культурно-просветительскую или просто просветительскую функцию считают универсальной для всей системы журналистики¹². Под просветительством часто подразумевают популяризацию научных и культурных знаний. Исследователь просветительской функции журналистики С. П. Суворова пишет о том, что популяризация как тип деятельности обладает способностью превращения «сложного, труднодоступного для понимания произведения в такое его отражение, посредством которого оно становится ясным, понятным, поддающимся освоению...»¹³. В современной журналистской практике существует множество обозначений для подобных

¹⁰ Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е издание. // Редколлегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 29.03.2017).

¹¹ Кузык Б. Н., Яковец Ю. В. Цивилизации: теория, история, диалог, будущее. Том I: Теория и история цивилизаций. М.: Институт экономических стратегий, 2006. С. 100.

¹² Жирков Г. В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе // Просветительская миссия журналистики: К 300-летию русской печати: сб. статей. Вып. 3 / Под ред. Г. В. Жиркова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2004. С. 78.

¹³ Цит. по: Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 244.

телепрограмм: научная, научно-популярная, научно-познавательная, научно-популяризаторская, просветительская, культурно-просветительская, культурно-познавательная программа и пр.

Для выявления общего понятия культурно-познавательной телепередачи обратимся к определениям, которые даёт исследователь И. Ю. Лапина: учебная телепередача – это наглядное пособие для изучающих ту или иную научную дисциплину в рамках существующих программ школы, вуза и т. п.¹⁴ Такие программы рассчитаны на универсальную неподготовленную аудиторию, чаще всего детскую. Так, в конце 50-х гг. на Центральном телевидении в Москве была рубрика «В помощь школе», а в Ленинграде – «Телевизионный лекторий для старшеклассников». Классический пример учебной передачи для детей – это «АБВГДейка». Главный редактор В. В. Егоров считал, что залог успеха «АБВГДейки» – это именно «то, что в её основу был положен принцип игры»¹⁵. По мнению И. Ю. Лапиной, «цель образовательных телепередач – обновление и углубление знаний зрителей»¹⁶.

О культурно-просветительской журналистике, что является крайне важным для настоящей работы, говорили и такие исследователи, как Г. В. Лазутина и С. С. Распопова: «в рамках творческой деятельности журналиста стал формироваться такой её вид, который взял на себя обязанность «перевода» важнейших компонентов культурного слоя общественной жизни на язык массовой аудитории и выявления их смысла»¹⁷. Под культурным слоем понимается совокупность материальных и духовных ценностей, которые созданы за время существования человечества. К

¹⁴ Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 49.

¹⁵ Егоров В. В. Телевидение: Страницы истории. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 100.

¹⁶ Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 49.

¹⁷ Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 200.

отраслям, производящим духовные ценности (цивилизационные знания), обычно относят искусство, художественную литературу, науку и даже идеологию.

Как считает А. А. Тертычный¹⁸, популяризацией науки занимаются именно работники СМИ, которых принято называть научными журналистами. По мнению автора, культурно-познавательная журналистика – это наиболее подходящая формулировка для обозначения области журналистики, предметом отображения которой являются события науки, культуры и искусства.

Важно отметить, что от слова «научная» стоит отойти в данной работе, так как не всегда рассматриваемая область журналистики обращается именно к науке. От слова «просветительская» также стоит отказаться, оно представляется автору излишне обязывающим и несколько патетичным, преувеличивающим реальные возможности журналистов касательно просветительства в высоком смысле этого слова. Следует не забыть и об определении культурной программы. Сама по себе культура – это совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни¹⁹. Культура пронизывает все сферы жизни общества. Журналист выступает здесь определённым посредником между информацией культурного слоя и обществом.

Как замечает М. Н. Ким, журналистику можно отнести к специализированной синтетической форме познания, соединяющей в себе научное, художественное и быденное²⁰. Задача тележурналиста – создать особый медиапродукт, который поможет зрителю познать окружающий мир.

¹⁸ Тертычный А. А. О науке – популярно. Журналист, №6, 2003. URL: <http://old.journalist-virt.ru/mag.php?s=200306731> (дата обращения: 29.03.2017).

¹⁹ Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008. С. 480.

²⁰ Ким М. Н. Гносеология журналистики // Теория журналистики: в поисках смысла, структуры и назначения / ред.-сост. М.Н. Ким. СПб, 2007. С. 38.

Современные исследователи говорят о появлении нового типа культуры: «... наряду с двумя традиционными типами культуры – личным контактом и книжной культурой – на наших глазах складывается третий тип культуры, а именно – экранная культура»²¹. Экранная культура – система культуры, формируемая и распространяемая техническими средствами, в рамках которых основным носителем информации является экран²². Также этот тип культуры называют визуальнoцентричным²³. В. М. Вильчек пишет: «Свою главную роль в культуре телевидение осуществляет ... как представитель, интерпретатор, медиум всех искусств, всех видов духовной деятельности, как интегральный канал, снимающий фрагментарность современной культуры в новой форме коммуникации»²⁴.

Содержанием культурно-познавательного телепродукта сегодня часто является нового рода контент – эдютейнмент. Эдютейнмент (edutainment, от англ. education – образование и entertainment – развлечение) – цифровой контент, соединяющий образовательные и развлекательные элементы²⁵. Появление такого рода содержания связано с тем, что в информационном обществе XXI века потребитель телепродукта часто не готов получать или углублять цивилизационные знания без удовлетворения рекреативной потребности. Иногда это понятие исследователи заменяют более общим – инфотейнмент, принцип которого состоит в том, чтобы информировать зрителя, при этом развлекая его.

Важно отметить, что роль СМИ в формировании имиджа города не может быть преувеличена. Причем лидирует здесь телевидение. Согласно

²¹ Разлогов К. Э. Искусство экрана: от синемаатографа до Интернета. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. С. 20.

²² Там же. С. 5.

²³ Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2009. С. 157.

²⁴ Вильчек В. М. Под знаком ТВ. М.: Искусство, 1987. С. 37.

²⁵ Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 332.

результатам социологических опросов, «в глазах большинства жителей, например Петербурга, телевидение – наиболее надежный и самый посещаемый ресурс, формирующий политический и культурный образ города»²⁶. Информацию о городских событиях по телевидению получают 79% горожан, 51% - по радио, 27% - из газет, 10% - по сети Интернет. По оценке надежности телевидение (55%) значительно опережает радио (15%), газеты (7%) и Интернет (5%)²⁷.

Прежде всего, отметим, что любой телевизионный материал – это определенная череда образов. Как отмечал Е. П. Прохоров, «в результате потребления предлагаемой журналистской информации в сознании аудитории формируется определенный образ мира, система установок, направленность воли»²⁸. Образ в данном случае понимается как картинка, изображение объекта в реальности. Это в наибольшей степени характерно для информационного вещания, так как именно в нем культивируется принцип беспристрастности и отстранённого наблюдения. Но и в культурно-познавательных телепередачах образ играет немаловажную роль: «основой информационного сообщения все-таки является слово. И, когда оно подкрепляется соответствующими «картинками», эффект получается больше, чем простая констатация факта»²⁹.

Отметим, что зрительный образ влияет на создание имиджа города в телевизионном эфире. Говоря о художественном вещании, к которому относятся культурно-познавательные передачи, нельзя забывать, помимо информационной составляющей, и о дополнительной эмоционально-семантической нагрузке: абстрактные образы, символы. Следовательно, образ

²⁶ Презентация результатов исследования «Санкт-Петербургский барометр – региональный POLL»: «Зачем петербургскому телевидению федеральный статус?» URL: <http://www.rosbalt.ru/2006/02/15/243523.html> (дата обращения: 26.03.2017).

²⁷ Там же.

²⁸ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 1995. С. 216.

²⁹ Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. М., 2002. С. 50.

на телевидении – плод совместного творчества оператора, автора текста, ведущего и режиссера, это результат фиксации протекающей перед камерой действительности и субъективности авторского подхода³⁰.

Городская информация имеет ряд специфических качеств: «город является частью единого целого, социальным звеном, включенным в более широкий и разветвленный организм всего общества. В этом плане городская информация должна, прежде всего, отражать деятельность города и горожан, которая имеет не только местное, внутригородское, но в некоторых случаях и международное значение»³¹. Вторая важная особенность городской информации состоит в том, что в ее потоке четко очерчено содержание, касающееся преимущественно города. Ведущая роль в транслировании такого рода информации принадлежит региональным СМИ и, прежде всего, региональному телевидению. Оно «всегда будет побеждать любой федеральный канал, потому что людям хочется знать в первую очередь о себе самих»³². В качестве преимуществ местной прессы исследователи выделяют близость к зрителю, возможность установить более доверительную дистанцию с аудиторией, погружение журналиста в ту среду, о которой и для которой он готовит материалы: «телекомпании фактически становятся летописцами истории своего края, города, вместе со всеми проживая, анализируя, изменяя социально-экономическую обстановку»³³.

Таким образом, средства массовой информации способны дать зрителю наиболее полное представление о том, что происходит рядом с ним, и при этом выбрать такие события и подать их таким образом, чтобы сформировать у аудитории определенный образ города. Еще раз подчеркнем, что речь идет не только об информационном вещании на телевидении. Подход, описанный

³⁰ Муратов С. А. Пристрастная камера. М., 2004. С. 15.

³¹ Лосенков В. А. Социальная информация в жизни городского населения. Л., 1983. С.36.

³² Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004. С.85.

³³ Агапитова С. Ю. Работа региональной редакции информационных программ // Говорит и показывает кафедра радио и телевидения. СПб, 2004. С. 77.

И. И. Митиным: «в характеристике любого места основой становится установка на отбор информации с целью описания мест по выделенным субъективно каждым исследователем и индивидуально для каждого места доминантам и последующее их возможное объединение через внутренние и внешние текстуальные переплетения»³⁴ применим в равной степени и к культурно-познавательным передачам на телевидении.

1.2. Петербург в культурно-познавательных программах современного телевидения: многогранность образа

Обратимся к таким понятиям, как: «образ» и «имидж» города. Понятие «имидж» представляется идентичным понятию «образ». Как замечает А. В. Мозолин, имидж - это «виртуальный набор оценочных характеристик, существующий в сознании людей относительно определенного объекта»³⁵ – это наиболее общее понятие. Для того чтобы теоретически определить, что такое образ или имидж города, мы будем опираться на одноименную работу американского ученого Кевина Линча. По его мнению, «образ города – это продукт нашего сознания, реагирующего на видимую действительность, и поэтому он всегда в большей или в меньшей степени – «образ памяти». Поэтому всякое прямое восприятие представляет собой процесс не всегда нам заметного сопоставления того, что находится перед глазами и вокруг, с тем, что было выстроено где-то внутри нашего сознания»³⁶.

Основываясь на теории К. Линча, другие исследователи пришли к выводам о наличии образа у городской среды, который формируется СМИ,

³⁴ Митин И. И. Комплексные географические характеристики. Множественные реальности мест и семиозис пространственных мифов. Смоленск: Ойкумена, 2004. С. 48.

³⁵ Мозолин А. В. Методика анализа имиджа и его положения в информационном пространстве. Екатеринбург, 2004. С.6.

³⁶ Цит. по: Иванова Л. В. Теоретические предпосылки участия прессы в формировании городской среды // Relga. №18 (120). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=663> (дата обращения: 15.03.2017).

трех уровней значения: морфологического – представлен «материальными компонентами культуры поселения как фрагментами систем действительности и процессов культурной жизни на определенной территории», символический уровень выражает «культурное значение морфологических компонентов, духовные элементы культуры, знаки и символы места как культурные универсалии поселения или региона», на феноменологическом уровне проявляются «персонифицированные смыслы среды, социально-культурное самоопределение личности, выработка чувств личной причастности к истории и культуре поселения»³⁷. По мнению Л. В. Ивановой, «образ города – это единство, рожденное из множества»³⁸.

Некоторые исследователи, в качестве одного из вариантов определения, термин имидж по своему значению приравнивают к понятию «стереотип», и тогда его можно определить как «совокупность неких устойчивых содержательных характеристик объекта»³⁹. Однако мы бы не стали ставить знак равенства между этими понятиями. Стереотип опирается на характеристики, присущие отображаемому явлению, сводит их к минимуму черт, во многом упрощает, а имидж – это образ, который наделяет явление нужными и наиболее выгодными качествами, нередко выходящими за пределы возможностей самого субъекта, то бишь имидж – это скорее желаемый набор черт, который может как совпадать, так и быть далеким от реального набора. В некоторых теоретических работах даже используется термин «знаковый заменитель»⁴⁰. Таким образом, можно согласиться с определением, которое дает А. В. Мозолин, что имидж в целом – это «определенная «формула», в которой заключены характеристики, являющиеся привлекательными для определенных социальных групп»⁴¹.

³⁷ Иванова Л. В. Указ. соч.

³⁸ Там же.

³⁹ Мозолин А. В. Указ. соч. С.13.

⁴⁰ Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2000. С.12.

⁴¹ Мозолин А. В. Указ соч. С.15.

Важно учитывать следующий момент: имидж не подразумевает наличие только одной грани, это целый набор убеждений. Кроме того, имидж, опять же в отличие от стереотипа, отражает более субъективное восприятие объекта и может существенно отличаться в сознании разных людей в зависимости от их личного, интеллектуального и иного опыта. Существует несколько критериев, которым должен удовлетворять эффективный и хорошо работающий положительный имидж места:

- должен соответствовать действительности;
- быть простым и правдоподобным;
- быть притягательным и оригинальным⁴².

Ведь «территория, по сравнению с конкретной личностью или организацией, обладает ярко выраженной спецификой и стремится к постоянному усложнению и трансформации образной структуры»⁴³. Вопросы структуры образа территории лежат в сфере гуманитарной географии – науки, которая занимается не традиционными географическими объектами, а представлениями о них, их осмыслением и интерпретацией. Исследователи видят модель представления места «как сумму разнородных частей, каждая из которых ориентируется на свою доминанту, каждая из которых в определенных контекстах закрывает все другие собой»⁴⁴.

Условно можно выявить две составляющих, которые формируют образ города. Первая составляющая – это так называемый внешний имидж города. Он продвигается, прежде всего, за счет демонстрации связи города с

⁴² Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Указ соч. С.214.

⁴³ Прасолова О. Имидж территории. Когда субъект обретает «лицо» // Massmedia XXI век, 2006, №03-04. URL: <http://www.aspirant.vsu.ru/pdf/autoreferats/1779.pdf> (дата обращения: 30.03.2017).

⁴⁴ Митин И. И. Мифогеография города: семиозис пространственных мифов и проектирование имиджа места // Нижний Новгород в историко-культурной традиции России: Материалы VI Международной научно-практической конференции по региональной культуре (22 сентября 2004 г.). Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2005. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/571/991/1219/3-Communitas_2_2005_Mitin.pdf (дата обращения: 30.03.2017).

международной ареной. Данная составляющая показывает, как город воспринимают туристы и иностранцы, как на это восприятие влияет историческая действительность, традиции жителей, уровень быта и пр. Вторая – это так называемый внутренний имидж, то есть создание образа города для его же жителей.

Необходимо также заметить, что в создании образа города тематическая составляющая также играет решающую роль как минимум по двум причинам. Во-первых, освещая различные темы и проблемы, журналисты выделяют приоритеты и расставляют акценты в формируемом образе города. Во-вторых, различные тематические аспекты имиджа способны работать как на внешний, так и на внутренний PR или имидж, о которых говорилось выше. Чаще всего в программах преобладает PR внутренний. На внешний – существенно влияют именно масштабные события, они подталкивают журналистов к более обобщенному осмыслению происходящих в мегаполисе процессов и, как следствие, к формированию более масштабного образа города.

Далее мы рассмотрим, каким предстает образ Петербурга в культурно-познавательных передачах самого широкого тематического спектра, формируя имидж мегаполиса у телеаудитории.

Санкт-Петербург – город федерального значения, субъект Российской Федерации, бывшая столица Российской империи, мегаполис с населением более 5 миллионов человек, это один из самых главных центров деловой, культурной и промышленной деятельности страны. Имидж Петербурга многогранен и порой противоречив. Важно заметить, что постепенно за Петербургом закреплялись неофициальные названия (например, «Северная Венеция», «город на Неве», «культурная столица» и пр.) – это перифраза, лингвистический прием, который впоследствии сформировался в так называемые «имиджевые клише».

Редко какой город по количеству этих имиджевых клише сравнится с Петербургом. Одни из самых распространенных выражений: «Петербург – окно в Европу», «город на Неве», «град Петра», а также «город белых ночей». Такие формулы исследователи имиджа территории относят к категории имиджевого позиционирования – «когда место позиционирует себя на региональном, национальном и международном уровне как предназначенное для определенного вида деятельности, или как жизнеспособную альтернативу в качестве местоположения или достопримечательности другому месту, которое может занимать более сильную и солидную позицию»⁴⁵. Более того, в данных выражениях мы видим и отсылку к исторической ретроспективе места, а также напоминание об образе императора Петра Первого как основателя города. При постройке города он ориентировался на стандарты европейской архитектуры, благодаря чему, город до сих пор называют «Северной Венецией».

Существуют и имиджевые клише, которые возникли в результате исторических событий, происходивших непосредственно в Петербурге. В сознании соотечественников прочно укоренился образ «города трех революций» (1905-1907, 1917 гг.) и «города Ленина» (с 1924 по 1991 гг. он носил имя вождя мирового пролетариата). Тяжелое испытание выдержал Ленинград и ленинградцы во время Великой Отечественной Войны. С 1941 по 1944 гг. длилась блокада города, и звание «города-героя» давно уже стало неотъемлемой частью имиджа Петербурга.

Часто Санкт-Петербург именуют «Северной столицей» или «Второй столицей» страны, подчеркивая тем самым его политическую, экономическую и культурную значимость. Правда, в 90-е гг. за городом даже закрепилось клише «бандитский» Петербург (во многом благодаря кинематографу: вспомним такие киноленты, как «Улица разбитых фонарей» или «Бандитский Петербург»).

⁴⁵ Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Указ соч. С.216.

Однако, на сегодняшний момент, самое распространенное имиджевое клише – это «культурная столица». Город знаменит своим богатством памятников истории и архитектуры, в нем сосредоточено огромное количество музеев, дворцов, соборов, театров и парковых ансамблей различных эпох. В число самых известных достопримечательностей входят: Казанский и Исаакиевский соборы, Эрмитаж, Русский музей, Петропавловская крепость, крейсер «Аврора», Храм Спаса-на-Крови, Невский проспект и т. д. Город знаменит и своими университетами, среди которых: старейшее высшее учебное заведение Санкт-Петербургский государственный университет, знаменитый Политехнический университет, Горный университет и т. п. Нельзя не сказать и о петербургской школе балета – Академии русского балета им. А. Я. Вагановой, которая считается одной из самых сильных и знаменитых в мире. Петербург по праву можно назвать культурным центром страны, «музеем под открытым небом».

К вопросу формирования имиджа города привлекалось внимание еще в 2005 г., в одном из научных проектов, представленных на конкурс, организованный правительством Петербурга: «Fancy – Город Без Проблем». Уже тогда проект был посвящен вопросам брэндинга Петербурга. По мнению авторов, необходимость в создании устойчивого имиджа города как центра Северо-Западного региона, как делового, спортивного и финансового мегаполиса назрела давно, эта практика широко распространена в Европе. По мнению ученых, «Санкт-Петербург – город, обладающий большим внутренним потенциалом, вследствие чего возникает возможность развивать разные направления бренда»⁴⁶. Ключевой, согласно опросам горожан, является концепция формирования имиджа так называемого «моего города», места, отвечающего всем требованиям его жителей. Все остальные концепции затрагивают политический, экономический, международный

⁴⁶ Три века мечты. Модель по формированию брэнда Санкт-Петербурга // Конкурсный проект идей развития Санкт-Петербурга «Fancy – Город Без Проблем». URL: www.brand4city.ru (дата обращения: 31.03.2017).

статус Петербурга и его привлекательность, но все эти аспекты, безусловно, касаются и горожан, формируя у них чувство гордости за собственный город.

В рамках проекта было сформировано 3 основных концепции города: концепция «smart-city» представляет собой формирование образа «умного города» с крупными и хорошо развитыми научными центрами, широко известными по всему миру.

Вторая концепция – «sport-city» направлена на создание образа «спортивного города» с известной во всем мире футбольной командой, спортивными площадками, международными чемпионатами.

Наконец, последняя концепция «finance-city» заключается в создании и привлечении в Петербург крупных финансовых институтов и организаций, что позволит городу стать финансовой столицей России. По мнению авторов проекта, работа по всем этим направлениям поможет сформировать у горожан комплексный образ Петербурга и добиться ощутимых результатов, причем не только экономических⁴⁷.

Телевизионная практика показывает, что журналисты постоянно используют и тиражируют исторически сложившиеся в сознании телезрителя образы Петербурга. Например, поддержание имиджа культурной столицы прослеживается практически во всех культурно-просветительских телепередачах о городе: это и телепрограмма Льва Лурье «Культурный слой» на телеканале «Пятый», где город предстает перед зрителем не только как культурный центр страны, но и как, например, спортивная столица. Это и целый ряд телепрограмм на канале «Культура»: в историю музыки как вида искусства вводят зрителя программы «Абсолютный слух», «Партитуры не горят», к литературе приобщает программа «Игра в бисер», с знаменитыми музеями города зрителя знакомят циклы «Эрмитаж» и «Русский музей», а также цикл программ «Малые музеи Санкт-Петербурга». Помимо этого, истории и культуре города посвящены программы на телеканале «Санкт-

⁴⁷ Там же.

Петербург»: «Культурная эволюция», «Театральная гостиная», «Действующие лица», «Эрмитаж. Говорим и показываем», «Матрица науки», «Петербургские адреса», а также «Ленинградская коллекция». Кроме того, это и передачи «Мой Эрмитаж», «Эрмитаж-250», «Письма из провинции», а также «Царская ложа» («ГТРК Санкт-Петербург»).

Большое количество передач сегодня создается на историческую тематику. Поскольку Петербург – это город с уникальной и богатой историей, в программах воссоздаются образы революционного города, города-героя, все чаще журналисты вспоминают и о советском прошлом: передачи «Это город Ленинград» и «По старому стилю» («ГТРК Санкт-Петербург»), целый цикл программ «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» (ТВС, НТВ).

Например, передача «Петербург: время и место» (телеканал «Культура»), ведущими которой являлись Валерий Дегтярь и Андрей Голубев. Данный цикл был приурочен к празднованию 300-летия города. В основе каждого выпуска – эссе, в котором рассказывается о том или ином конкретном событии (описывается время и место). Как правило, это определенное происшествие, в котором участвуют персонажи города: архитекторы, ученые и писатели, художники, композиторы, политики и т. д.

В свое время, был подготовлен ряд специальных телепроектов на «ГТРК Санкт-Петербург». Великой Отечественной войне были посвящены фильмы: «Ленинград 39/40. Незнаменитая война», «Ленинград 1941-1944. Северный фронт». О влиянии различных модных и культурных тенденций на образ жизни советского человека рассказывала передача «В ленинградском стиле...». Образ «города трех революций» ярко воссоздается в программе «Адреса революции» на телеканале «Санкт-Петербург», а также в передаче «Петроград 17-го» («ГТРК Санкт-Петербург»).

Телевизионный цикл передач «Малые родины большого Петербурга» также нельзя оставить без внимания. Это специальный проект на телеканале «Санкт-Петербург». Он посвящен историческим районам города или так называемым «малым родинам». У каждого жителя города есть своя такая

родина – это место, где он родился и вырос (например, Лиговка, Пески, Озерки, Васька, Петроградка и др.). Историю того или иного исторического района рассказывают сами петербуржцы. Автором передачи был Александр Щербаносов и Светлана Мосова.

Стоит также заметить, что не только в передачах культурно-просветительской направленности создается определенный образ города: например, в программе «Закон есть закон» («ГТРК Санкт-Петербург») с помощью метода художественной реконструкции воссоздаются загадочные криминальные истории, происходившие в городе в разные годы, Петербург как экономический центр предстает в передаче «Промышленный клуб» (телеканал «Санкт-Петербург»), а цикл документальных программ «Мы строим Петербург» (телеканал «Санкт-Петербург») рассказывает телезрителю истории героев, которые заняты на самых важных для города инфраструктурных объектах (например, электрогазосварщик Владимир Андреев – герой программы о строительстве спортивного стадиона на Крестовском острове), здесь город предстает в образе промышленного центра.

Помимо этого, авторы программ популярного сегодня направления «трэвел-журналистика», которые можно отнести в какой-то мере к культурно-просветительским передачам, также не обходят стороной Петербург. Например, передачи «Орел и решка», «Магаззино», а также «Ревизорро» (телеканал «Пятница»), ведущая которой дважды побывала в самом северном городе страны.

Несмотря на тематическое и жанровое разнообразие культурно-познавательных телепрограмм, для всех характерна одна особенность – высокая степень персонификации информации. Именно поэтому необходимо упомянуть и о роли ведущего в передачах. Почти 50 лет назад теоретик телевидения В. С. Саппак писал: «На телевидении нужны личности, индивидуальности, через которые можно что-то узнать о времени, создавшем

их»⁴⁸. Зритель не только слушает то, что ему говорят с экранов, но и замечает, как это сказано, обращает внимание на внешность телеведущих (лицо, осанка, походка, стиль одежды), зритель оценивает коммуникативные качества и авторскую позицию журналиста. Согласно толковому словарю русского языка, персонифицировать – это представлять неодушевленный предмет или отвлечённое понятие в человеческом образе⁴⁹. Один из первых телевизионных ораторов Ираклий Андроников отмечал: «на телеэкране надо "быть собой". Самоличность рассказчика, разговорность определяют степень доверия ... можно назвать сотни случаев, когда живой разговор обнаруживает преимущества перед словом написанным. И наибольшие удачи нашего телевидения определяет слово живое, обращённое к аудитории, рождающееся в этот момент и облекающее выношенную, зрелую мысль»⁵⁰. Разница между подачей материала телеведущим и диктором огромна: на смену официальности и дистанцированности пришли эмоциональность и личностная оценка, что особенно часто используется журналистами в передачах культурно-познавательной направленности.

Таким образом, имидж города имеет чрезвычайно важное и даже стратегическое значение. От этого, прежде всего, зависят инвестиции в инфраструктуру города, его туристическая привлекательность, то есть залог его успешного развития.

Важно понимать, что имиджевые клише, отражаемые в культурно-познавательных телепрограммах формируются за счет определённых методов и приемов работы, которыми руководствуются журналисты. Данный аспект будет рассмотрен во 2 главе настоящей работы.

⁴⁸ Саппак В. С. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 149.

⁴⁹ Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008. С. 825.

⁵⁰ Цит. по: Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие. СПб: Специальная Литература, 2004. С. 91.

Глава 2. Телепроект «Питер-life» (на Интернет-телеканале «МОСТ»): от замысла к воплощению

2.1. Культурно-познавательная программа: методы и приёмы журналисткой работы

Прежде, чем приступать к созданию собственной телепередачи, автор настоящей работы ознакомился с уже существующими культурно-просветительскими программами на отечественном телевидении, а именно с методами и приемами, которые использовали журналисты для создания и поддержания существующих образов Петербурга («культурная столица», «колыбель революции» и пр.).

Выбор телепрограмм обусловлен тем, что методы и приёмы работы журналистов для формирования образа города по многим параметрам схожи с теми, которые использовались автором в ходе работы над проектом «Питер-life». Более того, именно эти программы сподвигли автора на создание собственной телепрограммы.

Обратимся к анализу основных методов и приемов формирования образа города в следующих телепередачах: цикл программ «Это город Ленинград» (автор С. Мосова, «ГТРК Санкт-Петербург»), а также передача «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» (автор К. Набутов, телеканалы ТВС, НТВ).

Дадим краткую характеристику рассматриваемым телепрограммам. Исторический документальный цикл «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия», автором которого является Кирилл Набутов, стал одним из самых главных проектов телекомпании «Адамово яблоко». Данный цикл был подготовлен специально к 300-летию Петербурга и транслировался на телеканалах ТВС и НТВ. Всего вышло 10 выпусков (или томов). В качестве режиссеров проекта выступили Е. Румянцев и О. Шиловский. Этот цикл был

выпущен в необычном формате – телеэнциклопедии. Каждый из выпусков (томов) посвящен нескольким темам. Одна история молниеносно сменяет другую. Например, том 1 посвящен строительству Петропавловской крепости и Анне Ахматовой одновременно, а том 3 – галошам, дуэлям, Кунсткамере и тут же Октябрьской революции. Автор показывает и обратную сторону парадного Петербурга (коммуналки, закрытые дворы и пр.). Поражает передача и неакадемической манерой повествования, не привычным для зрителя стилем ведения (свободная, даже несколько вальяжная стилистика). Примерный хронометраж программы – 20-25 минут.

Вторая передача «Это город Ленинград». Она выходила 3 года на «ГТРК Санкт-Петербург», по субботам, 2 раза в месяц. Редакционный коллектив передачи: режиссер-постановщик Елена Ярмухаметова, ведущие – Степан Бекетов и Евгений Тиличев, корреспондент Екатерина Егоркина, оператор-постановщик Игорь Попов и руководитель проекта Ирина Холмова. Выпуски посвящены ленинградскому периоду в истории Санкт-Петербурга, авторы рассказывали о приметах и особенностях ленинградского быта, о ленинградцах, их любимых местах и пр. Временные рамки периода, который охватывают создатели программы – с 1924 г. (когда Петроград был переименован в Ленинград) по 1991 г. (когда Советский Союз перестал существовать). Хронометраж программы – 40 минут. За все время вышло более 60 выпусков. Помимо общего названия цикла «Это город Ленинград» у каждого выпуска были свои заголовки, они в большинстве случаев прямо заявляли тему: «Айда в кино!» – передача о ленинградских кинотеатрах и походах в кино, в выпуске «Меню для девушки с веслом» ведущий повествует о деталях ленинградского общепита, в программе «Танцуют все!» авторы рассказывают телезрителям о том, где и как танцевали в советскую эпоху, «Игра в зарницу» о знаменитой патриотической игре, «Самодеятельность» о художественной самодеятельности в Ленинграде, «Сладкая жизнь номенклатуры» о привилегиях и быте советских чиновников и пр.

Прежде, чем рассматривать, какие методы и приёмы были использованы журналистами в двух данных программах, определимся с понятиями «метод» и «приём».

Сегодня в русском языке под методом подразумевают как способ познания, исследования явлений природы и общественной жизни, так и приём, систему приёмов в какой-либо деятельности, способ или образ действия⁵¹. Г. С. Мельник и М. Н. Ким утверждают, что метод – это путь или способ достижения цели, определённым образом упорядоченная деятельность⁵². Метод всегда связан с практической деятельностью. Однако, нельзя с полной уверенностью поставить знак равенства между понятиями метод и прием. Согласно словарю, приём – это способ, образ действий при выполнении, осуществлении чего-либо, способ использования художественных средств в чем-либо⁵³. Е. П. Прохоров пишет: «Метод изучения – это система приёмов познания явлений действительности...», «... эмпирические методы – это способы и средства сбора фактической информации»⁵⁴. Таким образом, понятие «метод» является тут самым общим. Для каждого метода характерно использование тех или иных приёмов и способов журналистской работы. Следует заметить, что иногда эти понятия употребляются как синонимы⁵⁵. В то же время существует и точка зрения, согласно которой понятия «метод», «способ», «приём», «средство» надо различать как обладающие разной степенью «солидности»⁵⁶. Г. С. Мельник и М. Н. Ким разделяют всю совокупность методов журналистского творчества

⁵¹ Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008. С. 538.

⁵² Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики: учеб. пособие. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2008. С. 10.

⁵³ Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008. С. 977.

⁵⁴ Цит. по: Тертычный А. А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: «ВК», 2011. С. 28–29.

⁵⁵ Тертычный А. А. Указ. соч. С. 28.

⁵⁶ Там же. С. 29.

на методы изучения и методы изложения⁵⁷. Применение первых необходимо для получения знаний о реальной действительности, а вторых – для воплощения этих знаний в определенные формы, жанры и т. п.

Создание телепередачи включает в себя несколько основных этапов или периодов – подготовительный, непосредственно съёмочный и монтажный, на каждом из которых задействованы конкретные методы и приёмы журналистской работы. Используя зарубежную терминологию, практики говорят о таких периодах создания программы как «пре-продакшн», «продакшн» и «пост-продакшн».

Обратимся к подготовительному периоду. Каждая программа, культурно-познавательная в частности, строится по законам драматургии и гармонии. Поэтому в основе телепередачи часто лежит подробный сценарий. Приступая к написанию сценария, сначала необходимо выбрать тему будущей передачи и предмет выступления. Тематика культурно-познавательных телепрограмм обычно связана с искусством, художественной литературой, наукой и другими областями цивилизационных знаний, о чем говорилось ранее. Нужно учитывать, что, как правило, в самом начале работы говорят о литературном сценарии, и только на этапе съёмок необходимо разработать и режиссерский сценарий. Чтобы получить исходную информацию журналист применяет те или иные эмпирические методы. Согласно словарю, эмпирия (от греч. *empeiria* – опыт) – человеческий опыт, восприятие внешнего мира посредством органов чувств⁵⁸.

Рассмотрим суть методов эмпирического плана и особенности их применения в тележурналистике при создании культурно-познавательной программы.

⁵⁷ Мельник Г. С., Ким М. Н. Указ. соч. С. 10.

⁵⁸ Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008. С. 1523.

Первый метод – это наблюдение. Он представляет собой метод эмпирического изучения действительности. Его основа, по Г. В. Лазутиной, есть «способность человека к восприятию предметно-чувственной конкретности мира в процессе аудиовизуальных контактов с ним»⁵⁹. На практике этот метод применяется следующим образом: на подготовительном этапе членам творческой группы необходимо отсмотреть будущие объекты съёмок, продумать, что, где и как снимать. Данный метод журналисткой работы был использован как в передаче «Это город Ленинград», так и в программе «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия»: авторы двух проектов производили поиск мест для съёмок, разрабатывали режиссерские решения для раскрытия тем и пр. Интересно отметить, что в передаче К. Набутова в каждом выпуске автор рассматривает более 5 разных мест города (например, в томе 3 ведущий побывал в 7 разных местах Петербурга: и на Дворцовой площади, и в Кунсткамере, и на месте последней дуэли А. С. Пушкина и пр.). За все время программы Кирилл Набутов посетил более 50 известных мест нашего города. А вот в передаче «Это город Ленинград» разнообразие мест съёмок несколько уступает «Энциклопедии Петербурга». Например, в выпуске «Модники и модницы» ведущий появляется в кадре лишь пару раз: в студии и на Невском проспекте, все остальное время в программе демонстрируются архивные кадры и синхроны с экспертами. Как правило, в каждом выпуске передачи зритель знакомится с 2-3 интересными местами города. Однако за все 63 выпуска авторы программы побывали почти в 130 разных местах Петербурга.

Второй – это метод проработки документов. Он применяется, когда необходимо рассмотреть тот или иной документ и извлечь из него информацию, необходимую для дальнейшей работы. Бесспорно, чаще всего к документам обращаются создатели культурно-познавательных передач на исторические темы, авторы биографических программ. Зачастую

⁵⁹ Цит. по: Ким М. Н. Жанры современной журналистики. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004. С. 38.

используется прием контент-анализа документа. Контент-анализ (или анализ содержания) – это методическая процедура анализа всех видов текстов (вербальных, визуальных и прочих).⁶⁰ Отметим также, что в двух анализируемых телепередачах данный метод реализуется в полной мере. В программе «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» текст ведущего всегда сопровождается показом исторических документов, кадров кинохроники, фотографий. Излюбленным приемом журналистов является использование кадров из художественных фильмов. Выбираются необходимые фрагменты, изучаются, противопоставляются реальности. В тексте ведущего иногда звучит фраза: «Посмотрите, этот фильм снят сразу же после исторического события, он повторяет его с точностью до каждой детали». Авторам передачи «Это город Ленинград» также потребовалось проанализировать большое количество документов, кинохроники и фотографий для того, чтобы в точности передать зрителю особенности и специфику той или иной стороны быта ленинградцев, чтобы не допустить досадных фактических ошибок.

Третий метод – интервью. Один из самых распространённых методов получения информации в журналистике. Американские исследователи подсчитали, что интервью «съедает» от 80 до 90% рабочего времени работников СМИ⁶¹. По М. Лукиной, интервью – это «межличностное вербальное общение для получения информации и производства нового знания в целях удовлетворения ... потребностей общества»⁶². По А. Максимову, интервью – это «самый популярный вид межличностного вербального общения двух свободных людей, при котором интервьюер ставит

⁶⁰ Семёнова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010. С. 10.

⁶¹ Лукина М. Технология интервью: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 7.

⁶² Там же. С. 13.

своей целью получить необходимую ему информацию от собеседника»⁶³. Для культурно-познавательных программ метод интервью важен потому, что журналист не может быть компетентен в достаточной мере во всех областях цивилизационных знаний. Существуют следующие основные виды интервью: информационное, аналитическое, экспертное, портретное. В теории журналистики принято рассматривать интервью с двух сторон – как метод сбора информации и как жанр. С помощью данного метода авторы двух циклов также осуществляли поиск необходимой информации до начала съемок. Безусловно, только часть информации в качестве синхронов вошла в итоговые выпуски программ. В передаче «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» постоянным консультантом был член-корреспондент РАН Рафаил Ганелин, помимо этого, авторы обращались и к таким ученым, как профессор В. Ковальчук, доктора исторических наук Ю. Беснятых и Е. Анисимов и пр. Только во 2 томе было привлечено более 9 исторических консультантов. В программе «Это город Ленинград» постоянного историка-консультанта не было, однако и в этом проекте авторы часто обращались за помощью к историкам, филологам, литературоведам и иным экспертам (например, театровед Ирина Шимбаревич в выпуске «Автомобиль не роскошь!», народный артист России Григорий Баскин в выпуске «Жизнь эстрадного артиста» или ресторатор Леонид Воробьев в передаче «Интуристы и фарцовщики» и др.).

Наконец, четвертый метод – биографический. Его суть состоит в сборе и анализе данных о жизненном пути человека как личности и субъекта деятельности⁶⁴. Биограф стремится приблизиться к реальной жизни героя, чтобы исследовать его внутренний мир. Этот метод часто используется при создании передач исторической тематики, программ и фильмов, рассказывающих о жизни известных людей на основе биографического

⁶³ Максимов А. Не молчи, или Книга для тех, кто хочет получать ответы. М.: ЗАО «СВР – Медиа», 2009. С. 16.

⁶⁴ Тертычный А. А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: «ВК», 2011. С. 119.

материала. В телепрограммах «Это город Ленинград» и «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» данный метод активно используется наряду с методом анализа документов, так как при подготовке к съемкам журналисты осуществляли поиск и сбор информации о тех или иных лицах, о героях выпусков.

Помимо вышеперечисленных методов на подготовительном этапе используются и аналитические методы: анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия и т. д.

Рассмотрим методы и приёмы тележурналистики, которые задействованы на съёмочном этапе телевизионного процесса. Важно заметить, что на данном этапе также применяются методы и приёмы журналистики, которые задействованы на этапе пре-продакш (наблюдение, интервью и др.), но они тесно связаны с различными методами телевизионной съёмки.

Метод наблюдения реальной жизни проявляется в виде документальной (репортажной) съёмки. Этот вид съёмки – основа любой документальной программы. Все стэндапы телеведущих двух анализируемых программ – это неотъемлемый элемент репортажной съёмки.

Журналист может использовать и метод эксперимента. Согласно словарю иностранных слов, эксперимент (от лат. *experimentum* – проба, опыт) – это научно поставленный опыт, наблюдение исследуемого явления в точно учитываемых условиях, позволяющих следить за ходом явления и воссоздавать его при повторении этих условий⁶⁵. Также эксперимент называют организацией событий. Д. Майерс пишет: «Логика эксперимента проста: создавая реальность в миниатюре и контролируя её, мы можем изменять сначала один фактор, а затем – другой и смотреть, как

⁶⁵ Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина и проф. Ф. Н. Петрова. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1955. С. 799.

они ... влияют на людей»⁶⁶. Например, ведущий Кирилл Набутов в программе «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» в самом первом выпуске развенчивает миф, о том, что лицо ангела на Александрийском столпе похоже на лицо Александра I, при этом прямо рядом с ведущим мы видим этого самого ангела. Так, создается ощущение, что Набутов и правда забрался на колонну. Он все «пробует на себе», делится впечатлениями, эмоциями. В одном из выпусков программы «Это город Ленинград» («Идите в баню!») ведущий сам идет в баню, чтобы рассказать об этих легендарных ленинградских заведениях.

Еще один метод, который используется журналистами – это постановочная съёмка. Один из самых частых приёмов постановочной съёмки – художественная реконструкция событий. Он широко применяется при съёмке телепрограмм и документальных фильмов на исторические темы, когда существует недостаток архивных видеоматериалов. Подобный метод позволяет показать то, что, например, не дошло до наших дней. В программе «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» в томе 4, говоря о «Пиковой даме» А. С. Пушкина авторы воссоздают сцену игры в карты – ведущий К. Набутов стоит у карточного стола и смотрит на играющих как бы со стороны. В передаче «Это город Ленинград» этот метод использовался реже, но и здесь имел место, например, в самом начале выпуска «Красный день календаря» ведущий в образе революционера в студии рисует агитационный плакат.

Далее снова обратимся к интервью как к одному из базовых методов и жанров культурно-познавательных программ. В кадре мы часто можем увидеть двух собеседников – журналиста и его гостя. В других случаях интервью – только одна из составляющих телевизионной программы. Отметим, что в анализируемых нами передачах для интервью привлекалось два типа героев: эксперты в той или иной области знаний, а также очевидцы конкретных событий. Фрагменты интервью (синхроны героев) присутствуют

⁶⁶ Майерс Д. Социальная психология. – 7-е изд. СПб: Питер, 2008. С. 39–40.

в той и другой программе. Например, в программе К. Набутова, в томе 1, мы видим синхроны падчерицы Анны Ахматовой Ирины Пуниной, поэта Анатолия Наймана, в томе 3 фрагменты интервью народного артиста СССР Кирилла Лаврова, а в томе 7 – академика РАН Бориса Захарченя. В проекте «Это город Ленинград» синхроны появляются гораздо чаще. Например, только в одном выпуске «Первое свидание» в качестве экспертов было приглашено 6 героев: народная артистка РСФСР Алла Осипенко, инженер-геодезист Игорь Субботин, народный артист России Николай Буров, заслуженный деятель искусств России Ирина Тайманова, кандидат исторических наук Елена Стецкевич, а также капитан первого ранга Сергей Апрелев.

На этапе монтажа передачи уже не происходит использование вышеописанных методов, однако и здесь существует своя специфика. Многим культурно-познавательным телепрограммам свойственен сложный монтаж. Часто невозможно обойтись без компьютерной графики, инфографики. В целом, возросла роль монтажа, так как авторы аудиовизуальных продуктов получили доступ к целому ряду новых технических возможностей. В зависимости от того, какой формат выбран при создании телепрограммы, задействуются те или иные виды монтажа, эффекты и переходы между кадрами, заставки, музыка и т. д.

Необходимо также сказать и о роли ведущего в двух рассматриваемых циклах. Кирилл Набутов в каждом сюжете передачи «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия» сразу же отправляет зрителей в конкретное время, это достигается с помощью текста, он всегда обращает большое внимание на детали. К. Набутов постоянно открывает что-то новое зрителю, подчеркивая: «мы с вами раньше этого не знали... / это было неизвестно... / мы впервые расскажем об этом...». В передаче автор-ведущий активно использует журналистский принцип «неизвестное об известном».

Отметим, что в программе «Это город Ленинград» присутствуют двое ведущих. Степан Бекетов – представитель молодого поколения, который открывает для себя мир Ленинграда, его роль – привлечь молодую аудиторию, которая, в силу своего возраста, не застала советскую эпоху, а Евгений Тиличев – человек старшего поколения, который жил в том времени, он иронизирует и ностальгирует по реалиям советского быта, именно он читает закадровый текст, расставляя акценты в построении сюжета выпуска. Между ведущими как бы идет диалог, который придает программе остроту, динамичность, композиционную законченность.

Из вышеописанного видно, что методы работы журналистов в двух передачах во многом схожи. Журналисты используют методы наблюдения, интервью, анализа документов, биографический метод, художественную реконструкцию, а также метод эксперимента. Однако, следует учесть, что именно от тематики и формата культурно-познавательной телепрограммы зависит тот или иной набор методов и приёмов тележурналистики, который будет использован в процессе производства аудиовизуального продукта. Именно с помощью вышеперечисленных методов работы журналисты поддерживают сложившийся в сознании телезрителя имидж города и открывают все новые грани образа Петербурга.

Рассмотрим в следующем параграфе методы и приёмы работы, которые использовались для формирования образа города при создании авторской культурно-познавательной телепрограммы «Питер-life».

2.2. Образ Петербурга в выпусках программы «Питер-life»

Автором настоящей работы был подготовлен творческий телепроект «Питер-life». Передача транслируется на телеканале

«МОСТ» (Международном студенческом образовательном телеканале СПбГУ)⁶⁷, а также в эфире кабельного телеканала «Теледом». Контент телеканала «МОСТ» ориентирован преимущественно на молодежную (студенческую) аудиторию, трансляция ведется в сети Интернет. Исходя из этого факта, предполагалось показать те грани образа Петербурга, которые могут заинтересовать именно эту аудиторию. Поскольку автор дипломной работы сама принадлежит к этой возрастной категории, она руководствовалась принципом: «для молодежи – глазами молодежи».

Необходимо отметить, что изначально концепция программы была придумана творческим коллективом во главе с редактором и режиссером Г. А. Тихонович, но выпуски проекта можно считать авторскими, поскольку именно автор дипломного сочинения была сценаристом и ведущей 4-х программ проекта. Хронометраж до 20-25 минут.

Для начала, обратимся к названию авторской передачи «Питер-life». Первая часть названия очевидна, в программе мы говорим о Петербурге, причем город не только площадка для съемок, но и главное действующее лицо. Отметим, что было выбрано именно слово «Питер», а не Петербург, так как коннотация первого более молодежная и упрощенная. Вторая часть – «... life», во-первых, дает понять зрителю – все, что демонстрируют авторы происходит здесь и сейчас, во-вторых, «life» – это телевизионный термин, согласно словарю терминов журналистов, это вид сюжета, когда показывается само событие без комментариев репортера⁶⁸. Такие эпизоды активно используются в авторской программе.

Сегодняшний молодой зритель особенно привык к стилистике инфотейнмента. Поэтому авторы решили избрать именно этот стиль подачи информации – «информируем, развлекая». Автор-ведущий не просто рассказывает зрителю о городе, но и сам становится как бы героем

⁶⁷ См. Приложения №2-3.

⁶⁸ Словарь терминов журналистов. URL: <http://jourdom.ru/news/8934> (дата обращения: 05.04.2017).

программы, делится эмоциями, переживаниями, отношением к событиям и фактам. Задача проекта – показать Петербург как «город молодых», важно проследить связь времён, преемственность традиций в реалиях настоящего.

Каждый выпуск передачи посвящен конкретной теме. Автор работала над созданием четырех следующих выпусков проекта «Питер-life»: «Студенческий Петербург», «Вкусный Петербург», «Киношный Петербург», «Литературный Петербург». Работа шла в период с марта 2015 по апрель 2017 г.

Петербург – это город, привлекательный для абитуриентов как России, так и зарубежья, поэтому первый пилотный выпуск проекта посвящён самым старейшим университетам города с богатой историей и традициями. Основная задача выпуска «Студенческий Петербург» заключалась в том, чтобы показать студенческую жизнь изнутри, устройство основных университетов, а также сформировать некоторый образ Петербурга, который складывается за счет профессуры и студенческого населения. Для передачи было выбрано три университета: Санкт-Петербургский Государственный университет (рассказывала Татьяна Ращупкина), Горный университет (автор второй части Рустам Акберов) и Академия Художеств им. И.Е. Репина (рассказывала автор настоящей работы). Первоначально концепция телепрограммы была следующей – трое ведущих рассказывают о трех разных вузах. В выпуске присутствуют как постановочные съёмки, так и чистая импровизация (так называемая лайф-съёмка: в данном случае ведущий ведет диалог с предполагаемым собеседником). Обязательными компонентами программы являются стендапы и синхроны.

Перед началом работы над вторым выпуском было решено несколько изменить концепцию программы: в передаче будет только один ведущий. Этот выпуск посвящён известным кафе города, которые всегда были для молодежи излюбленным местом проведения досуга и встреч с друзьями. Примечательно, что, по данным агентства «ИнтерРейтинг», среди 15 крупнейших городов России именно Петербург занимает 1 место по

количеству ресторанов и кафе на душу населения: 700 человек на одно заведение⁶⁹. Автор проекта решила выбрать места, в которые когда-то ходили наши бабушки и дедушки, а сегодня ходим и мы: кондитерская «Север», кафе «Зингер», «Пышечная» на Конюшенной улице и пр.

Третий выпуск программы посвящён местам съёмок известных кинолент в городе. Во все времена интерес молодежи к кинематографу никогда не ослабевал, не исключение и нынешнее поколение. Знаменитый Ленфильм – одна из старейших кинематографических студий страны. Автору важно было показать места съёмок фильмов, которые затем стали классикой советского и российского кино. Своеобразной интригой программы можно считать то, что автор сочла интересным показать самые неожиданные варианты: улицы Петербурга превращаются в бульвары Лондона в фильме «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона», а в телесериале «Мастер и Маргарита» Воланд и его свита прогуливаются вовсе не у Патриарших прудов в Москве, а на площади Тургенева в Петербурге. А еще, именно в Санкт-Петербурге Алексей Балабанов снял фильм «Брат», ставший культовым для молодежи конца 90-х гг. Пройтись по местам съёмок фильма решил и автор программы «Питер-life».

Для всех трёх выпусков проекта создавалось два вида сценария программы⁷⁰: литературный и режиссерский сценарии, а также монтажный лист. Перед тем, как приступить к написанию сценария автор собирала эмпирический материал (были прочитаны книги «Петербург по старому стилю» И. М. Холмовой и В. В. Лаврова и «Непостижимый город» Н. П. Анциферова, проанализированы статьи и материалы, представленные в сети Интернет), а также определялась с основной идеей передачи. Важно заметить, что идея не тождественна теме передачи – тема может быть одна у

⁶⁹ Данные рейтинга агентства «ИнтерРейтинг». URL: <http://moscowbars.ru/barnews/sankt-peterburg-zanyal-pervoe-mesto-po-kolichestvu-restoranol-na-dushu-naseleniya> (дата обращения: 03.04.2017).

⁷⁰ См. Приложение 1.

разных программ различных телеканалов, а идеи – разные. Идея – это основная мысль произведения, определённая авторская позиция.

Определившись с идеей, автор аудиовизуального произведения приступает к написанию самого сценария. Обращаясь к опыту прошлого, как уже упоминалось ранее, в отечественном кино существовали понятия «литературный сценарий» и «режиссерский сценарий». Литературный сценарий создает автор, сценарист, указывается только смысл того, что хотят увидеть в результате. Режиссер, отталкиваясь от литературного сценария, пишет свой вариант – режиссёрский. Этот сценарий уже несёт в себе некую образность, указаны и технические, и технологические аспекты съёмки того или иного эпизода. На телевидении же всё проще и быстрее: то, что называют телевизионным сценарием программы, может иметь вид или распечатки листов с предполагаемым содержанием, или строгой таблицы, или «вообще замусоленного листочка с тайными знаками»⁷¹. Это рабочие документы, которые не попадают в архив и не предназначены для долгой жизни. На телевидении, в отличие от художественного кино, нет жесткого мизансценирования, так как, в большей степени, используется репортажная съёмка, поэтому при съёмках выпусков передачи автор позволял себе импровизацию в кадре.

В выпусках имеется четкая драматургическая конструкция. В ходе работы было определено следующее драматургическое решение (примерная схема):

- начальный стэндап ведущего;
- ЗК (закадровый текст и видеоряд);
- стэндап ведущего или лайф;
- интервью на выезде;

⁷¹ Кемарская И. Н. Телевизионный редактор: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009. С. 82.

- стэндап ведущего;
- ЗК (закадровый текст и видеоряд);
- интервью в студии или на выезде;
- стэндап ведущего;
- ЗК (закадровый текст и видеоряд);
- завершающий стэндап ведущего.

Редкая телепрограмма сегодняшнего телевидения не соответствует классическим законам драматургии Аристотеля: присутствуют экспозиция (пролог), завязка (начало действия), перипетии (развитие действия), кульминация (вершина действия), развязка (финал). Так, например, в выпуске «Киношный Петербург» в стэндапе ведущей в студии дается экспозиция – «На протяжении десятилетий Санкт-Петербург в фильмах и сериалах играл различные роли...». Завязка действия – второй стэндап у киностудии «Ленфильм», в котором ведущая задаётся вопросом «С чего всё началось?» – «Каменноостровский проспект 10 – колыбель российского кинематографа...». Развязка – завершающий стэндап ведущей в студии.

Говоря о написании закадрового текста, следует отметить, что визуальная природа экрана и вербальная природа текста всегда сосуществуют в диалектическом взаимодействии. Журналистский текст должен быть не менее интересен зрителю, чем видеоряд. При написании закадровых текстов и текстов стэндапов ведущего нами задействовались основные стилистические приёмы – тропы и фигуры⁷².

В выпускной квалификационной работе автор не ставил задачей разбор и анализ стилистики текстов упомянутых нами передач отечественного телевидения. Позволим себе обратиться только к текстам нашей

⁷² Беззубов А. Н. Стилистические приёмы газетной речи. СПб: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2000. С. 4.

телепрограммы. Нами были задействованы следующие стилистические приёмы:

- антитеза или противопоставление («с одной стороны, **Петербург является фоном**, на котором разворачиваются события, а с другой — **он тоже действующее лицо**, соучастник страшного поступка Раскольникова, его раскаяния, а затем и возвращения в мир людей»);
 - сравнение («есть легенда – если забросить к нему монетку, станешь **таким же богатым, как купцы Елисеевы!**»);
 - метафора («величественный храм – **храм искусства...**»);
 - смысловой повтор («...сначала стеснялся, но к концу дня научился бойко выкрикивать: «Кто хочет **угостить даму апельсином?** Кто не пожалеет копейку, чтобы **порадовать даму апельсином?**»);
- и др.

Использование этих приёмов сближает, как нам кажется, тексты нашей передачи с таким функциональным стилем русского языка, как художественный, который «выполняет эстетическую функцию, функцию эмоционально-образного воздействия на ... слушателя»⁷³.

Автор и члены творческой группы, действуя методом наблюдения, находили и осматривали места будущих съёмок. При создании выпусков также было важно найти и соответствующий реквизит – одежда, предметы быта, вещи из кинолент (например, черная шляпка и желтые цветы для образа Маргариты – выпуск «Киношный Петербург»).

Помимо метода наблюдения, в выпусках проекта на данном этапе телепроизводства использовались такие методы, как интервью, биографический метод (конкретные исторические факты), отчасти метод анализа документов (в качестве документов выступали документальные

⁷³ Солганик Г. Я. Стилистика текста: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2009. С.196.

фильмы, ролики, научные статьи в журналах и газетах, посвященные имиджу города). В выпусках программы представлены фрагменты интервью с экспертами. Например, технолог кондитерской фабрики «Север» Анна Губочкина в выпуске «Вкусный Петербург» или руководитель пресс-службы «Ленфильма» Артемий Аграфенин в программе «Киношный Петербург» и др. Важно отметить то, что к экспертам передачи предъявляются не только требования профессиональной компетентности, но и ряд других: у них должна быть понятная, нескучная речь, нормальные дикция и внешний вид.

Съёмка – ключевой этап работы всей творческой группы программы «Питер-life», во время которого авторский замысел, отражённый в сценарии, начинает воплощаться в жизнь. От того, как пройдёт этот период телепроизводства, полностью зависят успех и качество телепродукта. Если что-то забыли снять или материал оказался в браке, исправить ошибку не всегда представляется возможным. На съёмочном этапе производства телепрограммы авторы актуализировали метод наблюдения посредством использования методов и приёмов телевизионной съёмки. Отметим, что для всех трех выпусков авторы использовали немало мест и объектов для натурной съёмки: городские улицы и набережные, места общепита, помещения киностудия «Ленфильм», специализированные магазины, аудитории университетов и др.

В выпусках «Вкусный Петербург» и «Киношный Петербург» создателями программы был задействован метод эксперимента. В первом – ведущая в каждом из кафе («Зингер», кондитерская «Север», Музей кофе, магазин купцов Елисеевых, уличная лавка «Теремок», «Пышечная» на Конюшенной улице) сама пробовала все блюда, о которых шла речь в программе, причем автору пришлось за несколько дней съёмок выпить большое количество кофе и съесть немалое количество сладостей, так как в процессе производства не всегда удается все сделать с первого дубля. В другом выпуске ведущая перевоплощалась в экранных героев: например, на

месте съёмок телесериала «Мастер и Маргарита» режиссера Владимира Бортко ведущая предстала в образе самой Маргариты, а на «Ленфильме» примеряла исторические костюмы из телесериала «Екатерина».

В культурно-познавательной программе «Питер-life» важную роль играет работа ведущего в кадре. В каждом выпуске обязательно присутствует несколько стендапов. Стэндап – это приём обращения от первого лица. Ведущий лично сообщает зрителю какую-либо информацию. Это момент доверительного общения говорящего и слушающего, момент общности двух людей, находящихся по разные стороны телевизионного экрана. В кадре важно не только то, что говорит ведущий, но и то, что он в этот момент делает. На первых порах автору-ведущему было очень сложно и произносить текст, и совершать при этом некое действие: примерять шляпку, дегустировать кофе, демонстрировать экспонаты в музее и пр. Однако главная трудность – это вести себя при этом как можно более естественно и непринужденно.

Говоря о количественных показателях, надо отметить, что для каждого выпуска программы было выделено большое количество часов съёмки на карте формата HD. Многие не вошло в итоговые варианты для монтажа из-за строгого хронометража передачи. Как показала практика, такая культурно-познавательная программа, как «Питер-life», требует большого объёма самого разнообразного исходного материала.

Переходя к этапу монтажа, следует сказать о том, что монтаж осуществлялся в профессиональном цифровом видеоредакторе. Режиссёром монтажа всех трёх выпусков был Алексей Чупка. На монтаже программ помимо «исходников» были использованы следующие видеоматериалы:

- фрагменты телевизионных фильмов и других художественных кинолент (кадры кинофильма «Брат», телесериала «Мастер и

Маргарита», «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона», художественные фильмы «Золушка», «Гамлет», «Синяя птица» и др.);

- фотографии и репродукции из личных архивов авторов передачи и сети Интернет.

Создатели программы намеренно отказались от излишних спецэффектов, чтобы форма не превалировала над содержанием. Важным выразительным средством является музыка в программе. Именно она создает определённую атмосферу в различных тематических эпизодах передачи. Специально для проекта «Питер-life» музыкальной группой «COMARANA» были написаны музыкальные композиции. Заставка программы разработана дизайнером-монтажером телестудии «МОСТ» Константином Долговым. В целом, темпоритм монтажа телепрограммы «Питер-life» можно охарактеризовать как клиповый, динамичный, что вызвано спецификой телеканала «МОСТ». Также отметим, что часто использовались приёмы динамичной камеры (резкие переходы с одного объекта на другой) и субъективной камеры (показ объекта как бы «глазами героя»).

Что касается образа Петербурга, то в данном телепроекте, прежде всего, упор идет на внутренний имидж города, однако и на внешний имидж передача оказывает немалое влияние, так как среди аудитории проекта могут найтись и иностранные жители, которым интересна историческая и современная жизнь города.

Выпуски программы «Питер-life» доступны на сайте Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций по следующему адресу: http://jf.spbu.ru/1_linia/5400.html.

Заключение

Формирование образа Санкт-Петербурга сегодня является частью общей и очень важной задачи продвижения позитивного имиджа России в целом. Можно утверждать, что при наличии достаточно активных маркетинговых разработок по созданию и продвижению привлекательного имиджа географических территорий ни у одного российского города до сих пор нет комплексного и целостно сформированного образа. Тем не менее, их разработка уже началась. Специалисты-имиджеологи активно работают над механизмами реализации обширной задачи по созданию геоимиджей и не последнюю роль в этом отводят средствам массовой информации, в частности, телевидению. Грамотно выбранная приоритетная концепция «моего города», профессиональный отбор и структурирование событий, выбор тематики – все это говорит о том, что СМИ, наряду со своими главными функциями, достойно выполняют также имиджеобразующую функцию.

Одно из самых популярных имиджевых клише для Петербурга на сегодняшний день – **«Петербург – культурная столица»**. Этот образ города активно эксплуатируется средствами массовой информации. Однако, помимо этого имиджа, за городом закрепилось множество иных: «вторая столица», «Северная Венеция», «колыбель революции», «окно в Европу» и пр.

В выпускной квалификационной работе было отмечено, что именно с помощью определенных методов и приемов журналисты формируют тот или иной образ Петербурга, а также поддерживают уже существующие. Более того, этот принцип реализуется в большей степени в культурно-познавательных телепередачах. Был проведен анализ отечественных

телепередач («Это город Ленинград», «Петербург от А до Я. Новая энциклопедия»), посвящённых различным областям цивилизационных знаний. Данный анализ показал, что методы работы журналистов обеих передач во многом схожи: это и методы наблюдения, интервью, метод анализа документов, методы эксперимента и художественной реконструкции и пр. Так, именно от тематики и формата культурно-познавательной телепрограммы зависит тот или иной набор методов и приёмов тележурналистики, который будет использован в процессе производства аудиовизуального продукта.

За последние 10 лет появилось немало проектов, которые поддерживали и тиражировали устоявшиеся те или иные имиджевые клише. Например, передачи на телеканале «Культура»: «Абсолютный слух» (с 2012 г. по настоящее время), «Партитуры не горят» (2002-2010 гг.), «Игра в бисер» (2012-2013 гг.) и «Петербург: время и место» (2002-2009 гг.), на «Пятом канале» программа «Культурный слой» (2007-2010 гг.), на телеканале «Санкт-Петербург»: «Театральная гостиная» (с 2014 г. по настоящее время), «Ленинградская коллекция» (с 2016 г. по настоящее время), а также специальные проекты «ГТРК Санкт-Петербург»: «Ленинград 39/40. Незнаменитая война» (2016 г.), «Ленинград 1941-1944. Северный фронт» (2016 г.) и др.

Заметим, что автором была достигнута поставленная в работе цель (определить методы и приёмы журналистской работы, используемые для формирования образа города) путем выполнения определённых во введении задач: был рассмотрен терминологический аппарат основных понятий работы, проанализирован опыт работы журналистов ряда отечественных культурно-просветительских передач, а также был приведен личный опыт работы над авторским проектом «Питер-life», выходящем на Интернет-телеканале «МОСТ». Опыт работы по созданию программы автор особенно

ценит, поскольку именно здесь он получил широкие возможности для самовыражения в качестве телеведущей и сценариста.

Работа над четырьмя выпусками проекта «Питер-life» предполагала использование самых разных методов и приёмов тележурналистики. Во время подготовительного этапа задействовались: наблюдение (осмотр объектов для будущей съёмки), проработка документов, интервью (консультации и прединтервью), при написании закадрового текста – использовались стилистические приёмы (тропы и фигуры) и др. В процессе съёмок – самого сложного в производстве этапа – использовались: документальные (репортажные) и постановочные (реконструкция событий, стэндапы и др.) съёмки, выездные и павильонные съёмки, методы эксперимента, интервью и др.

Стоит отметить, что передача ориентирована, прежде всего, на молодого зрителя. Именно этим обуславливаются выбор тем для выпусков, а также стилистика программы. Авторы проекта также, как и их коллеги-журналисты, старались формировать и поддерживать определенные имиджевые клише (Петербург как «культурная столица», как студенческий центр, как кинематографическая и музыкальная столица и пр.). Программа имеет полностью сложившуюся концепцию и драматургию, что упрощает дальнейшее производство данного аудиовизуального продукта.

В качестве члена авторской группы телепроекта «Питер-life» автор выпускной квалификационной работы получила в 2015 г. диплом победителя конкурса лучших студенческих работ в области телерадиожурналистики «VICTORIA» в номинации «Лучший ведущий художественной программы». Кроме того, в 2016 г. автор и ведущая программы получила диплом финалиста в номинации «Лучший ведущий художественный программы» в той же премии «VICTORIA». Также программа была удостоена диплома 2 степени во Всероссийском конкурсе студенческих изданий и молодых журналистов «Хрустальная стрела» в номинации «Лучшая телепрограмма» в

2015 г. и 3 места в международном фестивале-конкурсе «Планета медиа» в номинации «Информационно-развлекательная программа» в 2016 г.⁷⁴

Необходимо также отметить, что в период написания настоящей работы автором был создан литературный сценарий четвертого выпуска передачи – «Литературный Петербург». В нем предлагается пройти по тем петербургским адресам, куда авторы художественных произведений (А. С. Пушкин, Ф. М. Достоевский и Н. В. Гоголь) «поселили» своих героев: Родиона Раскольникова (роман «Преступление и наказание»), Евгения (поэма «Медный всадник»), майора Ковалева (повесть «Нос»). Данный выпуск полностью подготовлен к этапу съемок.

Автор считает, что телепроект «Питер-life» – это настоящий полигон для вдумчивой работы молодых журналистов, а также неисчерпаемое и перспективное направление, так как программа ориентирована как на молодого зрителя, так и на самую широкую телеаудиторию. Более того, передача позволяет поддерживать и укреплять в сознании телезрителя не только уже устоявшиеся образы города, но и внедрять новые имиджевые клише.

⁷⁴ См. Приложение №4.

Список использованной литературы

Книги и учебные пособия:

1. Агапитова С. Ю. Работа региональной редакции информационных программ // Говорит и показывает кафедра радио и телевидения. СПб, 2004.
2. Беззубов А. Н. Стилистические приёмы газетной речи. СПб: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2000.
3. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
4. Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие. СПб: Специальная Литература, 2004.
5. Вильчек В. М. Под знаком ТВ. М.: Искусство, 1987.
6. Егоров В. В. Телевидение: Страницы истории. М.: Аспект Пресс, 2004.
7. Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004.
8. Ильченко С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009.
9. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009.
10. Ким М. Н. Гносеология журналистики // Теория журналистики: в поисках смысла, структуры и назначения / ред.-сост. М. Н. Ким. СПб, 2007.
11. Ким М. Н. Жанры современной журналистики. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004.

12. Ким М. Н. От замысла к воплощению. СПб, 1999.
13. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб, 2005.
14. Кузык Б. Н., Яковец Ю. В. Цивилизации: теория, история, диалог, будущее. Том I: Теория и история цивилизаций. М.: Институт экономических стратегий, 2006.
15. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 244.
16. Лапина И. Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли. М.: Аспект Пресс, 2007.
17. Линч К. Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М., 1982.
18. Лосенков В. А. Социальная информация в жизни городского населения. Л., 1983.
19. Лукина М. Технология интервью: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2005.
20. Майерс Д. Социальная психология. – 7-е изд. СПб: Питер, 2008.
21. Максимов А. Не молчи, или Книга для тех, кто хочет получать ответы. М.: ЗАО «СВР – Медиа», 2009.
22. Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики: учеб. пособие. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2008.
23. Митин И. И. Комплексные географические характеристики. Множественные реальности мест и семиозис пространственных мифов. Смоленск: Ойкумена, 2004.

24. Мозолин А. В. Методика анализа имиджа и его положения в информационном пространстве. Екатеринбург, 2004.
25. Муратов С. А. Пристрастная камера. М., 2004.
26. Новейший большой толковый словарь русского языка. СПб: «Норинт», 2008.
27. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2000.
28. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 1995.
29. Разлогов К. Э. Искусство экрана: от синемаатографа до Интернета. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010.
30. Саппак В. С. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Аспект Пресс, 2007.
31. Семёнова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010.
32. Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина и проф. Ф. Н. Петрова. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1955.
33. Солганик Г. Я. Стилистика текста: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2009.
34. Тертычный А. А. Методы профессиональной деятельности журналиста. М.: «ВК», 2011.
35. Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. М., 2002.

Диссертации, авторефераты, научные статьи:

36. Березин Л. В. Социалистический город как социально-территориальная общность людей: автореферат на соискание ученой степени к.ф.н. Ленинград, 1981.

37. Жирков Г. В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе // Просветительская миссия журналистики: К 300-летию русской печати: сб. статей. Вып. 3 / Под ред. Г. В. Жиркова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2004.
38. Корнева Е. В. Приёмы поэтики в медиа-тексте // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи. СПб, 2004.

Электронные ресурсы:

39. «Викиньюс»: рейтинг популярности телепередач в 2016 году. URL: https://ru.wikinews.org/wiki/Рейтинг_популярности_телепередач_..._в_2016_году (дата обращения: 22.03.2017).
40. Беседина Е. А. Культурно-историческое наследие как брендовый ресурс: тема самостоятельной работы студентов-журналистов, изучающих Историю России // Царскосельские чтения. 2013. №XVII. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-istoricheskoe-nasledie-kak-brendovyy-resurs-tema-samostoyatelnoy-raboty-studentov-zhurnalistov-izuchayuschih-istoriyu-rossii> (дата обращения: 15.03.2017).
41. Данные рейтинга агентства «ИнтерРейтинг». URL: <http://moscowbars.ru/barnews/sankt-peterburg-zanyal-pervoe-mesto-po-kolichestvu-restoranov-nadushu-naseleniya> (дата обращения: 03.04.2017).
42. Иванова Л. В. Теоретические предпосылки участия прессы в формировании городской среды // Relga. №18 (120). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=663> (дата обращения: 15.03.2017).
43. Митин И. И. Мифогеография города: семиозис пространственных мифов и проектирование имиджа места // Нижний Новгород в историко-культурной традиции России: Материалы VI Международной научно-практической конференции по региональной культуре (22 сентября 2004

- г.). Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2005. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/571/991/1219/3-Communitas_2_2005_Mitin.pdf (дата обращения: 30.03.2017).
44. Прасолова О. Имидж территории. Когда субъект обретает «лицо» // Massmedia XXI век, 2006, №03-04. URL: <http://www.aspirant.vsu.ru/pdf/autoreferats/1779.pdf> (дата обращения: 30.03.2017).
45. Презентация результатов исследования «Санкт-Петербургский барометр – региональный POLL»: «Зачем петербургскому телевидению федеральный статус?» URL: <http://www.rosbalt.ru/2006/02/15/243523.html> (дата обращения: 26.03.2017).
46. Словарь терминов журналистов. URL: <http://jourdom.ru/news/8934> (дата обращения: 05.04.2017).
47. Среднесуточные доли телеканалов (в процентах). URL: http://propel.ru/reuyting/r_tv.php (дата обращения: 22.03.2017).
48. Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е издание. // Редколлегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 29.03.2017).
49. Тертычный А. А. О науке – популярно. Журналист, №6, 2003. URL: <http://old.journalist-virt.ru/mag.php?s=200306731> (дата обращения: 29.03.2017).
50. Три века мечты. Модель по формированию брэнда Санкт-Петербурга // Конкурсный проект идей развития Санкт-Петербурга «Fancy – Город Без Проблем». URL: www.brand4city.ru (дата обращения: 31.03.2017).

Сценарии 4-х выпусков телепроекта «Питер-life»:

Выпуск №1: «Студенческий Петербург»

Литературный сценарий

Автор: Рахматуллина Я.О.

ST/ UP (общий):

1 – Питер – город студентов. Молодежь стремится сюда из разных уголков страны в поисках своей альма-матер.

2 – И так было всегда. Многие известные люди из разных стран окончили именно Петербургские ВУЗы.

3 – Вся эта талантливая молодежь оставляет после себя свой студенческий колорит, свои нравы и обычаи. Мы расскажем вам сегодня о самых интересных из них.

В/Р	А/Р
ST/ UP	Древние сфинксы. Символ Петербурга. Только представьте себе – им 3,5 тыс. лет. Когда то они стояли у входа в величественный храм, сооруженный в Египте для фараона Аменхотепа III. Сейчас они здесь, на Университетской набережной. И они опять стоят у входа в величественный храм – храм искусства. Они являются его верными стражами.
ST/ UP	Друзья, перед Вами Академия Художеств, Российская Академия, Императорская в конце концов! Кстати первые два года египетские сфинксы стояли не на набережной, а здесь, во дворе Академии. Говорят они оставили этому зданию свой древний С тех пор много чего интересного происходит в этих стенах.

ST/ UP	Вот оно, это здание, пропитанное историей! Здесь абсолютно иная атмосфера, чем, например, в экономических или других вузах. Она творческая, как бы это банально не звучало. Человек здесь иначе себя чувствует. Если не верите мне, то и не верьте! А если серьёзно, то приходите сюда и сами всё проверьте!
ЗК	Про магазин (коротко)
ST/ UP	Хочется заметить, что традиция студентов сидеть на лестнице, на самом деле, относится только к первому курсу, только эти ребята готовы сидеть на холодной и пыльной лестнице! Дело в том, что именно им задают в первый год обучения задание: нарисовать элементы архитектуры вестибюля.
СХ	Как проходили вступительные испытания? Правда ли что они длятся более 15 часов? Что ты рисовал из этого вестибюля?
ST/ UP	А потом, я думаю, все оставшиеся годы его вспоминают добрым словом!
ST/ UP	Никита, тебе никогда не хотелось плакать, когда ты смотрел на что-то невообразимо красивое? Так вот, мне тоже не приходилось! Но, этот потолок близок, НЕ совершенен, нет, нет, НО близок к совершенству, слеза почти прокатилась по щеке...
ST/ UP	Эта странная, (хотела сказать, конная) скульптурная группа. Это иглы, как я понимаю, это то самое яйцо кощия Бессмертного, на которое тысячи иголок и направлены. Интересно, интересно....
ST/ UP	Формы одежды естественно нет, все одеваются кто во что горазд, иногда встречаются очень колоритные особы. Особенно живописцы, уж очень они любят яркие цвета.

ST/ UP	<p>Коридоры, длинные, серые, немного даже пугающие! Здание очень старое, поэтому менять окна здесь нельзя, рушить стены и так далее, ну, собственно, этого ничего, как вы видите здесь и не делалось.</p> <p>Вот, пенсионер пошел! Никита, это совсем не то, что ты думаешь...</p>
Реплика	Здесь есть даже своя церковь
ST/ UP	<p>На этаже архитекторов, на мой взгляд, особая атмосфера: помните фильм «Питер FM» (Петербургцы точно должны знать!) Для того, чтобы обставить квартиру главного героя Макса, макеты и чертежи одолжили именно в Санкт-Петербургской академии художеств, некоторые прямо с выставки.</p>
ЗК	<p>Развалы, холсты, доски, может показаться, что здесь самый настоящий бардак! Студенты заверяют, что идут ремонтные работы, но мы-то с Вами понимаем, все творческие люди, и если всё разложить по полочкам, то этот творческий дух, который даже мы с Вами ощущаем, просто испарится!</p>
ST/ UP	<p>Столы нужно успевать занимать перед 1 октября, Если не успеть занять, можно потом долго бегать и искать по мастерским, тк мелочные старшекурсники за собой свой стол “таскать” могут аж все 4 года, а то и больше!</p>
ЗК	<p>Интересно отметить, что в начале года у архитекторов есть такая традиция: называется она Клазура</p> <p>(Колонка редактора)</p>
ST/ UP	<p>Что мы Никита с тобой видим? Микроволновочка, чайничек, булочки, теплая атмосфера, знаете ли, в мастерских!</p> <p>Самое главное забыла сказать!! Внимание! Студенты учатся здесь с 1 октября – Всё. Я художник, я иду сюда!</p>

ЗК	<ul style="list-style-type: none"> • Висят только работы преподавателей или студентов (картины, скульптуры и т. д.) • Давайте посмотрим расписание (большая загруженность) • Надписи на Китайском почти у всех кабинетов (очень много студентов из Китая)
LIFE	Импровизация – музей слепков
ST/ UP	<p>Когда смотришь, как работают живописцы, понимаешь, что эти люди знают про Петербург то, чего не знаешь ты. Может им сфинксы нашептали?</p> <p>(Далее за кадр про таинственный город.)</p> <p>С самого своего основания считался городом загадочным, овеянным легендами и тайнами. ...</p>

«Студенческий Петербург»
Режиссерский сценарий

Автор: Рахматуллина Я.О.

	ТЕКСТ	МИЗАНСЦЕН А	ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА
	Эпизод 1: Пролог		
ST/ UP	<p>Древние сфинксы. Символ Петербурга. Только представьте себе – им 3,5 тыс. лет. Когда то они стояли у входа в величественный храм, сооруженный в Египте для фараона Аменхотепа III. Сейчас они здесь, на Университетской набережной. И они опять стоят у входа в величественный храм – храм искусства. Они являются его верными стражами.</p>	<p><i>Ведущая находится у сфинксов на набережной, стендап, вид на Академию</i></p>	<p><i>Используется радиопетля, камера формата HD, отъезд от крупного на общий план</i></p>

		<i>Подъёмка здания Академии</i>	<i>Общий план, отдельно крупные детали, съёмка со штативом</i>
	Эпизод 2: Здание Академии		
ST/ UP	Друзья, перед Вами Академия Художеств, Российская Академия, Императорская в конце концов! Кстати первые два года египетские сфинксы стояли не на набережной, а здесь, во дворе Академии. Говорят они оставили этому зданию свой древний С тех пор много чего интересного происходит в этих стенах.	<i>Проходка по ступеням и вход в Академию. Съёмка Сфинксов от входа в Академию. Ведущая идет вдоль Академии, останавливается у творческой экспозиции у входа в Академию, рассматривает экспозицию</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD</i>
		<i>Ведущая входит в здание Академии</i>	<i>Съёмка «субъективной» камерой, съёмка с двух камер (анфас и со спины ведущей)</i>

ST/ UP	Вот оно, это здание, пропитанное историей! Здесь абсолютно иная атмосфера, чем, например, в экономических или других вузах. Она творческая, как бы это банально не звучало. Человек здесь иначе себя чувствует. Если не верите мне, то и не верьте! А если серьезно, то приходите сюда и сами всё проверьте!	<i>Съемка ведущей в прихожей Академии, ведущая останавливается у двери, рассматривает скульптурную группу</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, прием динамичной камеры</i>
Эпизод 3: Главный холл			
LIFE	Импровизация ведущего	<i>Покупка бумаги и карандаша в магазине Академии, ведущая беседует с продавцом</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка “субъективной” камерой, съемка “с плеча”</i>
ST / UP	Хочется заметить, что традиция студентов сидеть на лестнице, на самом деле, относится только к первому курсу, только эти ребята готовы сидеть на холодной и пыльной лестнице! Дело в том, что именно им задают в первый год обучения задание: нарисовать элементы архитектуры вестибюля.	<i>Лестница Съемка на 1 этаже Академии – главный холл, лестницы. Подъем ведущей по лестнице, съемка студентов на лестнице, студенты Академии за работой</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупного, среднего и общего планов со штативом</i>
Эпизод 4: Разговор на лестнице			

<p>СХ (люб о й рису ющи й студе нт) S T / UP</p>	<p>Как проходили вступительные испытания? Правда ли что они длятся более 15 часов? Что ты рисовал из этого вестибюля? А потом, я думаю, эту лестницу все оставшиеся годы его вспоминают добрым словом!</p>	<p><i>СХ с рисующим студентом, ведущая подсаживается к любому студенту рядом на лестницу и начинает задавать ему вопросы</i></p>	<p><i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупного, среднего планов, съемка с “плеча”, прием “субъективной камеры”</i></p>
Эпизод 5: Главный зал			
<p>LIFE</p>	<p>Никита, тебе никогда не хотелось плакать, когда ты с м о т р е л н а ч т о - т о невообразимо красивое? Так вот, мне тоже не приходилось! Но, этот потолок близок, НЕ совершенен, нет, нет, НО близок к совершенству, слеза почти прокатилась по щеке...</p>	<p><i>Съемка LIFE на параллельную камеру. Основная камера снимает потолок в главном зале</i></p>	<p><i>Съемка ведется в режиме “субъективной” камеры, оператор движется рядом с ведущим, и ведущий разговаривает с камерой, как со своим знакомым</i></p>
Эпизод 6: Коридоры Академии			
<p>S T / UP</p>	<p>Эта странная, (хотела сказать, конная) скульптурная группа. Это иглы, как я понимаю, это то самое яйцо кощия Бессмертного, на которое тысячи иголок и направлены. Интересно, интересно....</p>	<p><i>Ведущая записывает стендап у скульптурной группы, стоит перед ней</i></p>	<p><i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупного, среднего планов со штативом</i></p>

		<i>Ведущая идет по коридору на верхнем этаже, проходит мимо аудиторий, заглядывая туда</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка общего и среднего планов со штативом и “с плеча”</i>
ST / UP	Формы одежды естественно нет, все одеваются кто во что горазд, иногда встречаются очень колоритные особы. Особенно живописцы, уж очень они любят яркие цвета.	<i>Ведущая идет по коридору, мимо проходят студенты, ведущая оборачивает и смотрит вслед одному из студентов Академии</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупного плана со штатива</i>
ST / UP LIFE	Коридоры, длинные, серые, немного даже пугающие! Здание очень старое, поэтому менять окна здесь нельзя, рушить стены и так далее, ну, собственно, этого ничего, как вы видите здесь и не делалось. Вот, пенсионер пошел! Никита, это совсем не то, что ты думаешь...	<i>Ведущая стоит у скульптуры в коридоре, показывает руками на окна, описывает коридор</i> <i>Ведущая разговаривает со своим коллегой (он за кадром, зритель его не видит)</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка среднего плана со штатива</i> <i>Съемка ведется в режиме “субъективной” камеры, оператор движется рядом с ведущим, и ведущий разговаривает с камерой, как со своим знакомым</i>

ЗК	О церкви	<i>Ведущая идет по коридору, импровизация про Церковь Академии</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупных деталей в Церкви, в коридорах</i>
Эпизод 7: На этаже архитекторов			
ST / UP	На этаже архитекторов, на мой взгляд, особая атмосфера: помните фильм «Питер FM» (Петербуржцы точно должны знать!) Для того, чтобы обставить квартиру главного героя Макса, макеты и чертежи одолжили именно в Санкт-Петербургской академии художеств, некоторые прямо с выставки.	<i>Ведущая на 3 этаже Академии, проходит по коридору, в конце стендапа заходит в одну из аудиторий</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка общего плана со штативом</i>
ЗК	Развалы, холсты, доски, может показаться, что здесь самый настоящий бардак! Студенты заверяют, что идут ремонтные работы, но мы-то с Вами понимаем, все творческие люди, и если всё разложить по полочкам, то этот творческий дух, который даже мы с Вами ощущаем, просто испарится!	<i>Съемка интерьера одной из мастерских студентов, мелкие детали</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка крупный деталей со штативом и “с плеча”</i>

ST / UP	Столы нужно успевать занимать перед 1 октября, Если не успеть занять, можно потом долго бегать и искать по мастерским, тк мелочные старшекурсники за собой свой стол “таскать” могут аж все 4 года, а то и больше!	<i>Ведущая стоит у стола студента, показывает на его личные вещи, работы</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка общим планом со штативом</i>
ЗК	Интересно отметить, что в начале года у архитекторов есть такая традиция: называется она Клаузура – колонка редактора	<i>Снимаются работы студентов (клаузура)</i>	<i>Используется камера формата HD, съемка крупным планом со штативом</i>
Эпизод 8: Мастерские			
LIFE	Что мы Никита с тобой видим? Микроволновочка, чайничек, булочки, теплая атмосфера, знаете ли, в мастерских! Самое главное забыла сказать!! Внимание! Студенты учатся здесь с 1 октября – Всё. Я художник, я иду сюда!	<i>Ведущая ходит по мастерской и показывает различные вещи своему коллеге за кадром</i>	<i>Съемка ведется в режиме “субъективной” камеры, оператор движется рядом с ведущим, и ведущий разговаривает с камерой, как со своим знакомым</i>
LIFE	<ul style="list-style-type: none"> • Висят только работы преподавателей или студентов (картины, скульптуры и т. д.) • Давайте посмотрим расписание (большая загруженность) • Надписи на Китайском почти у всех кабинетов (очень много студентов из Китая) 	<i>Ведущая проходит между различных рабочих столов студентов</i>	<i>Съемка ведется в режиме “субъективной” камеры, оператор движется рядом с ведущим, и ведущий разговаривает с камерой, как со своим знакомым</i>

LIFE	Импровизация	<i>Импровизация ведущей в Музей слепков, ходит между скульптур, рассматривает их</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, съемка общим планом со штативом, а также отдельных крупных деталей</i>
	Эпизод 9: Эпилог		
ST / UP	Когда смотришь, как работают живописцы, понимаешь, что эти люди знают про Петербург то, чего не знаешь ты. Может им сфинксы нашептали?	<i>Ведущая сидит в классе живописи у картины Михайловского замка</i>	<i>Используется радиопетля, камера формата HD, отъезд камеры с крупного плана на средний</i>

«Студенческий Петербург»

Монтажный лист

Автор: Рахматуллина Я.О.

ST/ UP (общий):

- Питер – город студентов. Молодежь стремится сюда из разных уголков страны в поисках своей альма-матер.
- И так было всегда. Многие известные люди из разных стран окончили именно Петербургские ВУЗы.
- Вся эта талантливая молодежь оставляет после себя свой студенческий колорит, свои нравы и обычаи. Мы расскажем вам сегодня о самых интересных из них. (922_2063_01 – звук)

***Субъективная камера**

№		Звук	Видео
1	ST/ UP	Древние Сфинксы и Грифоны. Вы только представьте себе – им 3,5 тыс. лет. Ну, Грифоны чуть помоложе. Когда то они стояли в Древнем Египте, у входа в величественный храм фараона Аменхотепа III. Ну сейчас они здесь, на Университетской набережной. Но тоже у входа в храм – величественный храм искусства.	<p>922_1556_01 (00:02:13-00:02:41)</p> <p>Сфинксы, Грифоны, академия: 1557, 1560, 1561, 1563, 1565, 1566, 1558, 1682, 1678, 1681, 1683, 1684</p> <p>Адресный план академии: 2025, 2027, 2026</p>

2	ST/ UP	<p>Вот она, Императорская Академия Художеств, Российская академия. Кстати о Сфинксах, первые два года они находились не на набережной, где сейчас находятся, а именно в этой академии, во дворике. Говорят, что за это время, они сумели какую-то свою древнюю ауру передать этому месту. Теперь много чего интересного происходит здесь.</p> <p>Вот, например, вот этот золотой стоп сена, выглядит очень необычно, сразу видно, выполнено творческими людьми. Смотрите, здесь вроде бы стекло какое-то, да, даже какие-то золотые элементы, покрашенные, переработанный материал. Творческие студенты этой Академии доказывают, что они действительно люди талантливые. Постараемся с ними познакомиться.</p>	<p>1671</p> <p>1673 (рука) (00:28:09-00:28:17)</p> <p>1674 (сено)</p> <p>Студенты у Академии: 1675 1677</p>
3	ST/ UP	<p>Вот оно, это здание, пропитанное историей!</p>	<p>1327 (793) Скульптура: 1336, 1328, 1330</p>
4		<p>Вход в Вестибюль Академии Покупка блокнота</p>	<p>1315 (00:18-00:38) 1317 (01:02-01:12) (средний план) 1320 (крупно, картины в магазине) (786)</p> <p>1321 (02:36-03:40) (789)</p>

5	CX	Как проходили вступительные испытания? Правда ли что они длятся более 15 часов? Что ты рисовал из этого вестибюля?	1391 Крупный план (рисунок): 1393 1394 (00:19-00:20:12)
6	ST/ UP	А потом, я думаю, все оставшиеся годы вспоминают его добрым словом!	1392
7	ST/ UP	Здесь даже офисные помещения, как в музее, потрясающе! Слушайте, а запах-то какой!	1370 (812)
8	CX	Дарья (о конкурсе)	1371 (814) Сотрудники за работой: 1375 1379 1381
9	ST/ UP	Кабинет ректора – святая святых!	1387 (822)
10	ST/ UP	Красивый стол: смотрите, Рим, Древний, прямо как это здание.	1383 Рука на столе: 1385
11	ST/ UP	Слушайте, здесь абсолютно иная атмосфера. Ну, в экономических вузах она другая. А здесь, творческая, как бы это банально не звучало. Человек по-другому здесь себя чувствует. Если не верите мне, то и не верьте! А если серьезно, то приходите сюда и сами всё проверьте!	1339 Скульптуры: 1345 1341 1344 (798)

12	ST/ UP	<p>Сатиры и круглый зал Интервью с Н. Сафроновым (800) Замечание про цены на билеты (806)</p>	<p>1361 1362 1363 1364 (808)</p>
13	ST/ UP	<p>Никита, тебе никогда не хотелось плакать, когда ты смотрел на что-то невообразимо красивое? Так вот, мне тоже не приходилось! Но, этот потолок близок, НЕ совершенен, нет, нет, НО близок к совершенству, слеза почти прокатилась по щеке...</p>	<p>1347 Потолок: 1353 1355 1357 Картины: 1349 1351 1358 1359</p>
14	ST/ UP	<p>Смотрите, это потрясающе! В каком ещё университете Петербурга можно увидеть целую голову посреди коридора! Это, кстати, скульптура Геры, для студентов – это обычно, привычно, для нас с Вами – невероятно! Коридоры здесь длинный, немного даже пугающие. Вообще, в целом, здание очень старое, здесь окна менять нельзя, рушить стены тем более. Ну, собственно, этого ничего здесь и не делалось.</p> <p>Вот, пенсионер пошел! Никита, это совсем не то, что ты думаешь...</p>	<p>1412 1413</p>
15	ST/ UP	<p>Формы одежды естественно нет, все одеваются кто во что горазд, иногда встречаются очень колоритные особы. Особенно живописцы, уж очень они любят яркие цвета.</p>	<p>1404</p>

16	CX	Ирина (про внешний вид)	1406, 1408
17	ST/ UP	СХ: Есть ли что-то экстраординарное, то, что нельзя найти встретить в других вузах? (Церковь)	1431 Церковь (виды): 1436 1433 1434
18	ST/ UP	Здесь самые настоящие творческие развалы: холсты, макеты, рисунки, но если всё разложить по полочкам, то, мне кажется, что творческий дух, атмосфера искусства, она просто испарится. Не знаю, мне даже нравится, здорово!	1438 Работающая студентка: 1439 1440
19	CX	Столы нужно успевать занимать перед 1 октября, Если не успеть занять, можно потом долго бегать и искать по мастерским, старшекурсники за собой свой стол “таскать” могут все 4 года. (про столы, надписи на стенах, про 1 октября, клаузура) Столы, стены: 1447, 1448 Работающие студенты: 1452, 1454, 1460, 1461	1441 (00:34:22-00:34:38) 1442 (00:34:54) 1443
20	ST/ UP	Самое главное забыла сказать! Студенты здесь учатся с 1 октября! Так что, кто любит отдыхать на месяц больше, добро пожаловать (и много работать). Всё, я художник, я иду сюда!	1445 (00:37:23-00:37:32)

21	ST/ UP	Триллер (Коридор - Никита)	(863) (начало: 00:00:00-00:08:0 6) (864) (конец: 00:00:11:19-00:00 :13:22)
22	Музей слепков		Проход: 1598 Скульптура: 1579 1583 1582 1586 1588 1589 1593 1594

23	ST/ UP	<p>У лошади здесь покладистый нрав, ведь она не просто животное, это существо искусства! Она с пониманием относится к творческой братии: не кусается, не лягается, даже позирует на камеру!</p> <p>Эту лошадь зовут Капризница или подругому Чуня. И это имя полностью оправдывает её характер. Она любит валяться в грязи, но при этом, посмотрите, какая она белоснежная. Она потрясающе красивая. Наверное, самая опытная из всех натурщиц-лошадей.</p> <p>Конюшня: 1651 1657 1654 1652</p>	<p>Начало: 1665</p> <p>Вторая часть: 1666 (00:25:36:01)</p>
24	CX	<p>1661 (00:20:40-00:20:44) (00:21:19:02)</p> <p>1663 (00:23:44-00:24:00)</p>	
25	ST/ UP	<p>Когда смотришь, как работают живописцы, понимаешь, они знают Петербурге то, о чём ты даже не догадываешься, может быть им сфинксы нашептали?</p>	<p>1648 + 1650 (00:18:45-00:18:50)</p>

Выпуск №2: «Вкусный Петербург»

Литературный сценарий

В/Р	А/Р
Эпилог	
<p>Начальный ST/ UP</p> <p>Жанр на Невском проспекте</p>	<p>Мы продолжаем путешествие по Петербургу – городу дворцов, каналов и мостов. Интересно, а вот считал ли кто-нибудь, сколько ресторанов в Питере? Вряд ли. А их здесь великое множество – на любой вкус и кошелек. От дорогих и элитных, до простых, но стильных.</p> <p><i>Люди едят в ресторанах и фастфудах</i></p>
<p>Отбивка «Вкусный Петербург»</p>	
<p>ST/ UP</p>	<p>Невский проспект протянулся на 4,5 километра от Адмиралтейства и до Александро-Невской лавры. Он пересекает три реки: Мойку, канал Грибоедова и Фонтанку. И на протяжении этих почти 5-ти км тянутся всевозможные кафешки, рестораны, закусочные, пышечные, блинные... В общем все то, что отвлекает прохожего от скучной питерской погоды.</p>
1. Кафе «Зингер»	

<p>LIFE Проходка у Казанского собора с видом на дом Книги)</p> <p>Эскиз рисунка</p>	<p>Если вы приехали в Питер на один день – советую начать его в Зингере. Это любимое место петербуржцев. Для тех, кто вырос именно в Ленинграде, дом компании «Зингеръ» всегда будет носить гордое имя «Дома книги».</p> <p>Бродский, например, скучая по Питеру в Америке рисовал Дом книги по памяти.</p> <p>Я бы так не смогла...</p>
<p>Подъем по лестнице</p>	
<p>Вход в кафе</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Сегодня на втором этаже расположился маленький кусочек Вены в прямом и переносном смысле этого слова. «Кафе Зингеръ», заведение с истинно петербургским настроением и аристократическим стилем.</p>
<p>Изучаю меню</p>	<p>LIFE</p> <p>Посмотрите: завтраки... Континентальный... остановимся на...</p>

<p>За столиком; зову официантку, заказываю кофе</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Вот оно истинно петербургское удовольствие: с утра, с первыми лучами солнца, с редко встречающейся тишиной на Невском, бодрой походкой вы входите в Дом Книги, поднимаетесь на второй этаж – и вот оно ваша нирвана – только посмотрите на вид из окна: величественный Казанский собор, главная улица города – Невский проспект, добавьте к этому ароматный кофе и хочется сказать...жизнь удалась. Не зря в «Зингере» бывает просто огромное количество туристов!</p>
<p>Пью кофе, читаю книгу за столиком; Прошу принести стакан воды</p>	<p>LIFE</p> <p>Очень необычный вкус, внизу шоколад...</p> <p>Истинно петербургское удовольствие: расположившись у окна, попивая ароматный кофе, проводите утро с любимой книгой...</p> <p>Существует поверье, что в старину, вода, которой запивался кофе, была не простой, а богатой различными полезными веществами – особенно кальцием.</p>
	<p>ЗК</p> <p>Шестиэтажное здание в стиле модерн было построено в 1904 году по проекту архитектора Павла Сюзора. Поначалу планировалось возвести целый небоскреб, но высотный регламент в городе этого не позволил - не более 23,5 метров до карниза. Архитектор придумал изящное решение - возвести изящную башенку, увенчанную стеклянным глобусом.</p>
<p>ST/ UP (у памятника Петру- плотнику)</p>	<p>В Голландии Петр I научился не только строить корабли, но и пристрастился пить кофе. Он перенес эту традицию в Россию.</p>

	<p>ЗК</p> <p>Придворный лекарь предписал Алексею Михайловичу рецепт: «Вареное кофе, персианами и турками знаемое, и обычно после обеда, изрядно есть лекарство против надмений, насморков и главоболений».</p> <p>Напиток быстро прижился в России и стал обязательным к употреблению на петровских ассамблях.</p> <p>Современники втихомолку окрестили горькое новшество «зельем» и «сиропом из сажи», так как были просто вынуждены постоянно его пить, а царь так пристрастился к кофе во время поездки по Европе, что по возвращении, даже приказал угощать этим напитком гостей Кунсткамеры!</p>
<p>2. Музей кофе</p>	
<p>Сидя на лестнице возле музея</p> <p>Спускаясь по лестнице возле музея</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Традиция пить кофе в России прижилась.</p> <p>ST/ UP</p> <p>Первый не только в Петербурге, но и в России Музей кофе. Интересной особенностью этого музея является то, что это не просто классический, в нашем понимании, музей, где нельзя ничего трогать руками и даже дышать!– здесь можно не только увидеть, как готовят кофе, но и лично попробовать его сделать, и даже провести дегустацию!</p>
<p>У экспонатов</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Смотрите, здесь есть прототип кофеварки а здесь представлена та самая кофемолка, которая стояла на столе, когда Ленин впервые встретился со Сталиным...</p>

<p>Рядом с Копи Лювак</p>	<p>LIFE</p> <p>Это как раз тот самый зверек, благодаря которому и получается самый дорогой кофе в мире. Вот так выглядят зерна...</p>
<p>Рядом с кофейной ягодой</p>	<p>LIFE</p> <p>Это кофейная ягода, внутри нее находятся те самые зерна, из которых мы уже и получаем сам кофе...</p>
<p>Дегустация СХ (Александр Максименко бариста; Екатерина Семеновна экскурсовод)</p>	<p>LIFE</p> <p>Готовим капучино; кофе по-восточному</p>
	<p>ЗК</p> <p>Это первое место подобного рода, он открылся в 2008 году. Кстати, при музее работает крытая Кофейная Терраса, на которой проводятся киносеансы. Это потрясающий вид на Неву, вкусный кофе и любимый кинофильм.</p> <p>Здесь есть выставочный зал, демонстрационный зал и даже дегустационный зал. На экскурсии можно узнать об истории напитка, сортах кофе, процессе изготовления кофе, традициях кофепития разных времён и стран, популярных рецептах и способах приготовления кофе в домашних условиях.</p>
<p>3. Пышечная</p>	

<p>Вдоль Большой Конюшенной улицы</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Нагулявшись по ДЛТ или Эрмитажу, ленинградцы по улице Желябова, ныне Большая Конюшенная, спешили в пышечную. В этом году ей исполняется 57 лет.</p>
<p>Покупаю пышки и кофе</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Что еще могло бы в этой стране объединить столь несовместимых персонажей? Где еще можно увидеть сумку Prada, поставленную на пластиковый стол рядом с бумажной тарелкой? Так сплотить людей способны только пышки.</p> <p>Дух советского времени; советское ретро...</p> <p>LIFE</p> <p>Очень вкусные... бумажные салфетки...коты – символ этого места... Готовить пышки нелегко: если тесто слишком густое, то оно не будет проходить через дозатор, если же, наоборот, слишком жидкое, то пышка потеряет форму, деформируется. В пышечной до сих пор используют старые автоматы советских времен, способные изготавливать около 600 пышек в час.</p>
<p>Опрос посетителей (Пышки – какие они на вкус?)</p>	<p>CX</p> <p>...</p>
<p>На выходе</p>	<p>ST/ UP</p> <p>В Париже есть кафе, где выпивал Пикассо, в Нью-Йорке – клуб, с которого начался джаз, на Кубе бар Хемингуэя. В Петербурге же таким знаковым местом вполне может стать Пышечная...</p>

	<p>ЗК</p> <p>Это место пропитано разнообразными историями и легендами, например, одна из них: до революции здесь была цирюльня, в ней работала симпатичная такая парикмахерша, в которую кстати был влюблен известный Распутин, и каждый раз когда он наводил красоту в районе головы с ее помощью, в качестве оплаты оставлял золотую монету, по тем временам на нее можно было купить корову!”</p> <p>ЗК (ПЕРЕХОД)</p> <p>Но несмотря на все эти достоинства, сегодня главные конкуренты этого места – блинные киоски.</p>
<p>4. Блинный киоск «Теремок»</p>	
<p>Рассматривая меню; заказываю блины</p>	<p>LIFE</p> <p>Так, давайте посмотрим: блин с ветчиной, простой... выберем один простой и один...</p>
<p>Ем блины</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Блинные так называемые киоски – современный фаст-фуд Петербурга, конечно, у них много достойных конкурентов – начиная с всемирно известного Макдоналдса и заканчивая новыми бургерными. Однако, согласитесь, что один горячий блин всегда лучше двух целых гамбургеров!</p> <p>LIFE</p> <p>Одной из самых старых профессий была продажа сбитня – медового напитка. Так, поробуем: здесь вода смешана с медом и различными приправами. Очень сладкий – вкусно!</p>

ЗК

Одной из самых старых профессий была продажа сбитня. Поясним: сбитень — чрезвычайно популярный в XVIII—XIX вв. медовый напиток, в состав которого, помимо меда, входили разные пряности: корица, гвоздика, мускатный орех и т. д. Употребляли сбитень в горячем виде, поэтому особенно ценился он зимой.

Еда на ходу, пропускание на морозце стаканчика горячительного напитка были в ту пору обыкновенным делом. К удивлению иностранцев, русский человек вовсе не заботился «ни о времени, ни о месте своих завтраков или обедов. Он ест, где случится, и тогда, когда почувствует в этом надобность».

Сообразно с этими привычками, в Петербурге и Москве, кроме харчевен или простых трактирных заведений для народа, сотни разносчиков ходят по улицам с едой и питьем, соответственным временам года.

Летом на лотках, а зимой на столиках, надстроенных над санками, продают: сдобные белые хлеба, булки, крендели, горячие пироги с разными начинками, блины, студень, кисель, вареную рыбу, икру, соленые грибы, огурцы, печеные яйца, овощи и проч.

Русский любит лакомиться, он и десерт свой находит на всех улицах. Различные пряники, орехи, сладкие стручки, изюм, свежие ягоды, яблоки или вареные груши, вишни и проч. продаются на лотках ходящими.

Поденщик, не имеющий постоянного жительства, может прокормить себя весьма хорошо за 40—60 копеек в сутки».

5. Кондитерская «Север»

<p>Рядом с входом</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Наверное, каждый ленинградец помнит огромные очереди, которые выстраивались у магазина «Север», чтобы приобрести помадку (?) или другие сладости. Сейчас, конечно, таких очередей нет, но вот вкус изделий ничуть не изменился, напротив с годами стал даже лучше!</p>
<p>Вход в кондитерскую (рядом с дверью)</p>	<p>ST/ UP</p> <p>В кондитерской на Невском, как и век назад, в витрине – белые медведи, пирожные тают во рту, а душевная обстановка располагает к простым радостям-сладостям жизни.</p> <p>С самого открытия этого предприятия ему сопутствовал успех – хозяин сам стоял у прилавка магазина, чтобы лично каждому из длинной очереди продать свежую булку и пирожные. Ежедневная прибыль доходила до 500 рублей, и это по меркам начала 20 века, деньги немалые.</p>
<p>Покупаю пирожное и чай</p>	<p>LIFE</p> <p>Расскажите, пожалуйста, про ваши пирожные CX (Бариста)</p>

За столиком	<p>LIFE</p> <p>Раньше на любой празднике можно было увидеть красивую коробку с лентой с символом “Севера”. Сейчас эта традиция тоже сохранилась...</p> <p>LIFE</p> <p>Попробуем: здесь крем, тесто, изюм...</p> <p>Кстати, ты знаешь, как изобрели булочки с изюмом? Легенда, описанная Владимиром Гиляровским, о том, что булочку с изюмом изобрел знаменитый булочник Иван Филиппов. Генерал-губернатор, купивший как-то свежую сайку, вдруг обнаружил в ней таракана. Вызванный на ковер Филиппов, схватил насекомое и съел, заявив, что генерал ошибся — это была изюминка. Вернувшись в пекарню, Филиппов распорядился срочно начать печь булочки с изюмом, чтобы оправдаться перед губернатором.</p>
--------------------	--

ЗК

С 1936 года предприятие стало филиалом 1-й Государственной конфетно-шоколадной фабрики имени Самойловой. Магазин получил название «Норд», а эмблемой производства стали два белых медведя.

Нынешнее название «Север» производство получило в 1951 году в рамках борьбы с космополитизмом и низкопоклонничеством перед Западом.

Теперь «Север» — это несколько уютных современных кафе, высокотехнологичный завод, а также более 40 фирменных торговых точек по городу. Здесь продают: печенье, торты, пирожные, рулеты, пряники и т. д.

Первоначально полностью размещалось в здании Санкт-Петербургского управления Сибирского торгового банка, по адресу Невский проспект, 44.

Сегодня вместо кафе "Север", который располагался на втором этаже, и ресторана "Нева" открыт универмаг "Гранд Палас".

Кондитерской «Север» уже более века. Первое упоминание о Мекке всех сладкоежек отмечено 1903 годом. В ежегоднике «Весь Петербург» в начале прошлого века опубликовали небольшую заметку о новой булочной-кондитерской. Вкус пирожных временем лишь совершенствовался.

Во время войны магазин «Норд» и кафе приостановили работу, но возобновили ее уже в 1946 году. С этого же года в должности заместителя заведующего производством работала исключительно талантливый технолог — Виктория Татарская. Она разработала торты-легенды: «Белая ночь», «Лунный», «Норд», «Славянский», «Аврора» и пирожные «Север», «Ленинградское», «Невское», «Лотос». Виктория

6. Елисеевский магазин	
На Малой Садовой улице	<p>ST/ UP</p> <p>На улицах продавали пироги, леденцы и сбитень. А вот Петр – отец купцов Елисеевых вышел на Невский и стал торговать с лотка ...апельсинами.</p> <p>Сначала стеснялся, но к концу дня научился бойко выкрикивать: «Кто хочет угостить даму апельсином? Кто не пожалеет копейку, чтобы порадовать даму апельсином?». Вернулся с удачей.</p>
Возле магазина	<p>ST/ UP</p> <p>Тогда тропическими фруктами с лотка не торговал никто. До такого никто не додумался. Его товар на Невском проспекте пошел на «ура». С этих «апельсиновых» денег и начался успех будущих знаменитых купцов Елисеевых.</p>
У витрины с героями «Щелкунчика»	<p>LIFE</p> <p>Витрины украшены художником, скульптором, художником-постановщиком балета "Щелкунчик" Михаилом Шемякиным. По замыслу автора сказочные персонажи здесь предстают с продуктами в руках: мышиный король и его свита сосиской в лапе, кто с сырной головкой за плечами, кто с мешком, наполненным копченостями и другими деликатесами.</p>

<p>Возле рояля</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Раньше внутри было три торговых зала, повсюду висели зеркала и бронзовые светильники. Сейчас, как вы видите, здесь единое торговое просторное пространство с множеством красивых витрин, прямо посреди кафе-кондитерская, где можно отведать пирожные не отходя от кассы, как говорится, а также знаменитый рояль, который, внимание, играет самостоятельно, без музыканта - еще одна загадка Петербурга!</p>
<p>Рядом со стеллажом на фоне скульптур братьев Елисеевых</p>	<p>ST/ UP</p> <p>На втором этаже расположились хохяева сего места – бартья Елисеевы. Обычно считают, что их два брата, но на самом деле их было три: Сергей, Григорий и Степан. Они объездили полмира, свободно говорили на нескольких европейских языках. И дело своего отца преумножили.</p>
<p>Проходка у витрины покупка лукума; Пробую лукум</p>	<p>LIFE</p> <p>Посмотри, сколько тут красоты, как это вкусно все, наверное...Елисеевский магазин всегда славился своими сладостями. Говорят, что один из братьев – Григорий был страшный сладкоежка и устроил на втором этаже шоколадную кондитерскую, где готовили фирменные сладости для магазина, он сам часто захаживал туда. Давай попробуем... Очень здорово, вкусно! ...</p>

<p>Проходка вдоль витрин с рыбой, икрой, морепродуктами</p>	<p>LIFE</p> <p>Посмотри, тут даже есть целая рыба, а там огромное количество икры! Кстати, о магазине ходили легенды. Рассказывали, будто купцы заставляли своих приказчиков съедать непроданный товар, если он хоть немного не соответствовал стандартам высшего качества.... Я думаю, приказчики делали это с удовольствием.</p>
<p>У Кота Елисея (пытаясь забросить монетку)</p>	<p>ST/ UP</p> <p>Не так давно на углу магазина появился кот, зовут его, как модно догадаться, Елисей. Есть легенда – если забросить к нему монетку, станешь таким же богатым, как купцы Елисеевы!</p>

	<p>ЗК</p> <p>Это здание выделяется на фоне других домов на Невском проспекте. Посмотрите на эти витражи, скульптуры, а какая роскошь отделки! Так называемый “купеческий” модерн. Этот стиль был призван показать богатство товарищества и привлечь внимание потенциальных покупателей, что-то мне подсказывает что этот маркетинговый ход не потерял своей актуальности и сейчас. Кстати в стилистике Елисеевского также оформлен Магазин Жоржа Бормана (Харьков).</p> <p>Дом был построен в 1902—1903 годах архитектором Гавриилом Васильевичем Барановским. Современники безусловно были шокированы необычностью стиля здания. Поэт Георгий Иванов писал: «на Невском, как грибы, выростали одно за другим „роскошные“ здания — настоящие „монстры“, вроде магазина Елисеева или дома Зингера».</p> <p>В советское время официальное название магазина было «Гастроном № 1 “Центральный”», но ленинградцы продолжали звать его Елисеевским магазином.</p>
Эпилог	
<p>Завершающий ST/ UP (у Елисеевского магазина)</p>	<p>Петербург – как мы уже говорили, столица кофе, культурная столица, но для меня, этот город - еще и столица гурманов. Где, как ни здесь можно отведать свежих пышек, запить все ароматным кофе в Зингере, убедиться в том, что на Севере не так уж и холодно, а наоборот даже тепло и очень уютно, и, наконец, зайдя в Елисеевский, отправиться вперед... в прошлое!</p>

Выпуск №3: «Киношный Петербург»
Литературный сценарий

Автор: Рахматуллина Я.О.

В/Р	А/Р
<p>ST/UP (Каменоостровский проспект; Петропавловская крепость, сад рядом с крепостью)</p>	<p>Прогуляться по улицам Лондона, встретить на Патриарших Волах и даже оказаться в лихих 90-х – все это можно успеть сделать за один день! Только с одним но: если вы, конечно, в Петербурге.</p> <p>И сегодня вместе с вами мы отправляемся в мир кино!</p> <p>На протяжении десятилетий Санкт-Петербург в фильмах и сериалах играл различные роли. То самого себя, то загримированный представал перед зрителями в образе мировых столиц. И не зря!</p> <p>Ведь особая атмосфера города располагает к себе режиссеров и сценаристов. Кто кроме Петербурга может умело перевоплощаться в другие города и страны. Да так, что зритель даже не заметит подмены!</p>

ЗК	<p>Кстати, первый художественный фильм, который появился в России, был снят именно в Петербурге, на озере Разлив.</p> <p>Созданию ленты помог случай. Театральный режиссёр Владимир Ромашков хотел поставить пьесу "ПонизОвая вОльница", посвящённую жизни Стеньки Разина. Для спектакля нужны были особые декорации. И тогда режиссер обратился за ними к предпринимателю Александру Дранкову.</p> <p>Тот быстро убедил режиссёра, что нужно снимать фильм, а не только ставить спектакль. Так появилась семиминутная картина "Понизовая вольница". Ленту впервые показали публике в октябре 1908 года. Критика восприняла её неоднозначно. Но вот у зрителей фильм пользовался огромной популярностью.</p> <p>Петербург здесь играет чуть ли ни главную роль! Снято в нашем городе, все роли исполнили актеры Петербургского народного дома. И даже рекламную афишу фильма нарисовал петербургский художник Поль Ассатуров. (КАДРЫ ИЗ ФИЛЬМА)</p>
Ленфильм	
ST/UP	<p>Каменноостровский проспект 10, колыбель российского кинематографа – Ленфильм. Говорить о кино и не побывать здесь – было бы просто непростительно! Именно здесь майским вечером 1896 года состоялся первый в России киносеанс, где показали показали фильмы братьев Люмьер.</p>
ЗК	<p>Время революции – это эпоха, когда разгоралась звезда фабрики совесткого кино. Но вот со временем Ленфильм опустел, обнищал, и даже находился на пороге банкротства. Долгие годы стоял вопрос, нужна ли киностудия или нет.</p>

ЗК	К всеобщему счастью, ответили однозначно – нужна! Сегодня Ленфильм не просто вернется, он живет, и живет хорошо. Это многофункциональный киноцентр. 2016 год в России объявлен годом кино – это будет еще один этап на пути возрождения Ленфильма.
ЗК	Сегодня на Ленфильме продолжается работа над разными картинами. В скором времени планируется выход киноальманаха «Петербург. Селфи». Это истории, написанные особым мягким почерком о Петербурге – не картинном, туристическом, а живом, реальном, зримом. В фильме приняли участие такие актеры, как Анна Михалкова, Александр Паль, Никита Смольянинов, Анастасия Пронина и другие.
ЗК (музей, кресло Шерлока Холмса)	Киностудия дала стране и миру имена многих кинематографистов и подарила яркие и незабываемые киноленты: «Чапаев», «Собачье сердце», «Гамлет», «Золушка», «Влюблен по собственному желанию» и другие.
ST/UP	В музее на киностудии можно своими глазами увидеть реквизит, с которым работали знаменитые артисты разных эпох. Здесь и мебель из фильма... костюмы из киноленты... и, конечно, реквизит со съемок фильма “Приключение Шерлока Холмса и доктора Ватсона”. Вот то самое кресло, где сидел актер Василий Ливанов, сыгравший роль знаменитого сыщика.
«Шерлок Холмс»	
Открывает газету на кресле, стоят с газетой в руках у кресел и поют, курит в кресле сигару	Казалось бы просто кресло - мелочь, но нет ничего важнее мелочей – ведущий От любой даже самой ничтожной мелочи можно протянуть цепь логических рассуждений – на этом мы построим мой метод дедукции – говорит Шерлок (КАДР ИЗ ФИЛЬМА, серия: Знакомство)

ЗК	Цикл телефильмов Игоря Масленникова "Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона" , снимался на Ленфильме в 79-86 годах. Эта картина считается по праву лучшей экранизацией рассказов и повестей Артура Конана Дойля.
ST/UP	В это трудно поверить, но тот Лондон, который мы видим на экране, на самом деле, был снят именно в Петербурге. Авторам удалось поразительно воссоздать атмосферу англйи прошлого века. Маленькие, но такие шумные улочки, горожане с газетами в выглаженном твиде – по описанию, чем не Петербург?

<p>ЗК</p>	<p>Лаусерский пассаж (Выставочный зал «Цветы» Адрес: Шпалерная улица, дом 43; серия: Смертельная схватка)</p> <p>Это старейшая в Петербурге оранжерея, любимая многими поколениями горожан. В свое время она сыграла роль Лоусерского пассажа в фильме о Шерлоке Холмсе. Это здание на углу Потемкинской и Шпалерной — то самое место внезапной встречи Лестрейда и Ватсона в серии «Смертельная схватка», перед отъездом Холмса и Ватсона на континент.</p>
<p>ST/UP</p>	<p>Доктор Ватсон, Доктор Ватсон... переход на кадр из фильма ... увидел вашу спину и сразу узнал, вот что значит наметанный глаз</p>
<p>ЗК</p>	<p>Оранжерея Милвертона (Ленинград, ул. Профессора Попова, д. 2, Ботанический сад; серия: король шантажа)</p> <p>Ботанический сад расположен на Аптекарском Историческая дверь, которую Холмс открыл при помощи стеклореза, находится в самом конце длинного маршрута Тропиков – здесь экскурсоводы потарапливают посетителей на выход. Рукоятка двери сейчас другая.</p>
<p>ST/UP</p>	<p>Холмс и Ватсон обходят бассейн водной оранжереи, которая примыкает к Большой пальмовой. Сейчас этот бассейн очень зарос. Бассейн окаймляют тропические кувшинки с голубыми, синими, розовыми и красными цветками. Здесь же растут лотос, папирус, рис, сахарный тростник, тропические лианы, орхидеи, насекомоядные растения - непентесы.</p>

<p>ST/UP</p> <p>ЗК</p> <p>ЗК</p>	<p>Мостовая на бейкер-стрит (Ленинград, Запсковая улица; серия: король шантажа)</p> <p>По этой брусчатке в разное время ходили маркер, мисс Морстен и сам Холмс в костюме моряка.</p> <p>Этому месту принадлежит рекорд по неприметности. Ведь из окон Холмса нам показывают только кусок мостовой и больше ничего. Без подсказки Игоря Масленникова найти его было бы почти невозможно.</p> <p>Днём эта улица вся уставлена легковыми, грузовыми машинами и экскурсионными автобусами. Несмотря на большие преобразования вокруг замка, мостовая осталась нетронутой.</p>
<p>«Мастер и Маргарита»</p>	
<p>Ленфильм (костюмерный цех, примеряю шляпку)</p> <p>ST/UP</p>	<p>СХ с директором костюмного цеха, рассказваю о костюмах</p> <p>Смотрите – шляпка почему-то мне напомнила ту, которая была на актрисе Анне Ковальчук в фильме “Мастер и Маргарита”, не хватает только желтых цветов, и, конечно, самого мастера...</p>

<p>ST/UP (улица Репина)</p>	<p><i>Первая встреча Мастера и Маргариты:</i> прохожу вдоль улицы, оборачиваюсь, переход на кадр из фильма:</p> <p>Удивительно, но большая часть съемок проходила в Санкт-Петербурге – именно здесь, по мнению режиссера Бортко, оказалось гораздо легче воссоздать Москву 1930-х.</p> <p>1) Она несла в руках отвратительные, тревожные желтые цветы. Черт их знает, как их зовут, но они первые почему-то появляются в Москве. нравятся ли вам мои цветы... <i>(диалог про цветы (мастер гооврит, что любит розы) хотел человек роз, пожалуйста, вот вам розы (несу букет желтых роз)</i></p>
<p>ЗК</p> <p>ST/UP</p>	<p>Однажды весной, в час небывало жаркого заката, в Москве, на Патриарших прудах... а точнее на площади Тургенева... подлетел трамвай... Берлиоз лишился головы</p> <p>Патриаршие пруды и трамвайная остановка, стоившая Берлиозу жизни: это площадь Тургенева Обратите внимание на дорисованную в кадре фильма мостовую выложенную камнем. Улицы Москвы, по которым Бездомный преследует Воланда и его свиту это тоже эта же площадь Тургенева.</p>
<p>ST/UP (Пассаж на Невском проспекте)</p>	<p>Во время сцены представления Воланда и его свиты в театре варьете, которое снимали в Молодежном театре на Фонтанке (наб. реки Фонтанки, 114) на сцене появляется магазин – показывают не что иное, как знаменитый Пассаж на Невском проспекте: последние модели дамских платьев, обуви, шляп, нижнего белья: весна-лето 35 года, Париж, Рим, Берлин...</p>

<p>пер. Институтский, 5 - парк Лесотехнического университета</p> <p>ЗК (кадры из фильма)</p>	<p><i>Сцена прилета на шабаш снималась около пруда в парке Лесотехнической академии в Санкт-Петербурге. В пруд вместо Маргариты прыгала дублерша, а актриса <u>Анна Ковальчук</u> лишь шла по кромке воды.</i></p> <p>В мутном зеленом водоеме плавали крысы, что сильно напугало актрису. Она даже признавалась, что это был один из самых страшных моментов на съемках.</p>
<p>ЗК</p>	<p><i>Очень часто эту экранизацию связывают с какой-то мистикой – сам роман, съёмки. Однако сам режиссер признавался, что не верит в различные суеверия, но вот факты упрямая вещь и говорят об обратном:</i></p> <p><i>еще перед началом съемок с ним произошла странная история: на Патриарших прудах случайный прохожий, следуя мимо Бортко, произнес: "Ничего у вас не получится!" и пошел дальше. Режиссер не стал догонять его и расспрашивать, что тот имел в виду.</i></p>
<p>«Брат»</p>	
<p>ST/UP</p>	<p>По-англиски аристократичный или мистический – Петербург – это просторное полотно для творчества. Однако вот его привычное состояние, что подтвердят многие петербуржцы, это туман, мелкий дождик, холодный ветер – атмосферно, не правда ли? Сегодня, кстати, не исключение...</p>

<p>ЗК</p> <p>ST/UP</p>	<p>Фильм “Брат” режиссера Алексея Балабанова, наверное, атмосферне киноленты не найти. Это наглядное пособие, энциклопедия русской жизни в 90-е годы. Как жили, как одевались, где работали и как зарабатывали – страшное время, но в то же время притягательное.</p> <p>Бандитский Петербург становится в то время нарицательным выражением, если сейчас Пеетербург – культурная и кофеная столица России, то раньше - это криминальная столица страны.</p>
<p>ЗК</p>	<p>Вот и герой фильма Данила Багров, которого сыграл актер Сергей Бодров, тоже не устоял перед чарами тогдашнего Питера и приехал в город искать старшего брата, приехал на Витебский вокзал. Кстати, свитер крупной вязки, который носил главный герой, купила художник Н. Васильева в секунд-хэнде за 35 рублей.</p>
<p>ЗК</p>	<p>После вокзала Данила отправляется на поиски брата. Автор фильма демонстрирует зрителям различные достопримечательности города на Неве. Проходит мимо Зимней канавки, Медного всадника, вглядывается в записную книжку на Аничковом мосту, стоит в раздумьях у Казанского Собора (у сломанного ограждения)</p>
<p>ST/UP</p>	<p>У Троицкого моста: фильм довольно удачно передает пасмурную атмосферу города.</p> <p>Момент, где Данила спускается к Неве помыть руки происходит у Эрмитажного моста на Дворцовой набережной. Там есть спуск к воде, выложенный из камней.</p>

ЗК	<p>С тех съёмочных дней прошло 19 лет. Изменилось на улицах города многое. Почти везде из показанных мест уже не ходят трамваи, много где убрали скамейки, урны и т. д. И вообще улицы изменились. Машин стало больше, тротуары вместо разбитого асфальта выложены плиткой, город стал чище, появилось больше рекламы, — много частных изменений можно перечислить. Кое где напоминания остались, например, на некоторых кадрах можно даже увидеть одни и те же стволы деревьев.</p>
ST/UP	<p>Все фильмы разные – у них разные идеи, сюжеты, актеры, режиссеры, но одно их точно объединяет – главный герой в них – наш город, наш Петербург – атмосферный, где-то теплый и веселый, где-то туманный и холодный, но всегда узнаваемый, кем бы он не притворялся.</p>

**«Киношный Петербург»
Сценарный план**

Автор: Рахматуллина Я.О.

Эпизод 1. Киношный Петербург

1. Начальный стендап (о Петербурге)
2. Заставка «Киношный Петербург»
3. На Ленфильм
4. Стендап в музее (кресло Шерлока Холмса)

Эпизод 2. Питерский бестселлер

5. О фильме «Шерлок Холмс и доктор Ватсон»
6. Отбивка

Эпизод 3. «Московский Петербург»

7. Ленфильм костюмерный цех

8. Проходка в шляпке по ул. Репина, стендап, переход на фильм.
9. О фильме «Мастер и Маргарита»
10. Синхрон с директором костюмного цеха
11. Отбивка

Эпизод 4. Особая атмосфера

12. Прогулка с Братом Съёмка в разных местах – эффект сопоставления (кино на планшете и натура)
13. Фильм «Брат»

Эпизод 5. Эпилог

14. Финальный стендап
15. Нарезка из эпизодов фильмов
16. Титры

«Киношный Петербург» География съёмок (логистика)

Автор: Рахматуллина Я.О.

Эпизод 1: Шерлок Холмс

- Лаусерский Пассаж – Оранжерея (Шпалерная улица 43)
- Лондонский Тауэр (причал на Темзе) – Большеохтинский мост

Эпизод 2: Мастер и Маргарита

- «Нехорошая квартира», дом 302-бис - Старорусская ул. Дом 5

Эпизод 3: Брат

- Нарезка (виды Петербурга) – Зимняя канавка, Медный всадник, вглядывается в записную книжку у Аничкова моста, стоит в раздумьях у Казанского собора (у сломанного ограждения), Исаакиевский собор
- Данила моет руки – Эрмитажный мост на Дворцовой набережной, спуск к воде, выложенный из камней
+
- Дворцовая площадь
- ВО – пешеходная зона 6 линия

**Выпуск №4: «Литературный Петербург»
Литературный сценарий**

Автор: Рахматуллина Я.О.

В/Р	А/Р
Пролог	

ST/UP	Ленинград, Петроград, Санкт-Петербург – величественный город мечты. Прошлое, настоящее и будущее нашей страны сливаются в нём воедино. И он отнюдь не просто действующее лицо, он главный вдохновитель для многих писателей и поэтов, например, таких как: Гоголь, Пушкин, Достоевский. Они ушли, а он остался, остался, чтобы объединять поколения.
ЗК	Одни из самых главных имен русской литературы – Пушкин, Достоевский, Гоголь. Именно здесь они написали большую часть своих произведений. А как иначе? Кто, как ни Петербург смог бы перенести героев с городских улиц на страницы их произведений.
Петербург Пушкина – Медный Всадник	
ST/UP	У Медного Всадника: “Петербургская повесть” – именно так Пушкин определил свою поэму “Медный всадник”, уже этим он подчеркнул неразрывную ее связь с Северной столицей.
ЗК	У таблички с отметкой о наводнении: Поводом к созданию поэмы стало ужасное наводнение 1824 года, принесшее городу огромные беды. Уровень поднявшейся невской воды превысил отметку в 4 метра. На фасадах некоторых домов Петербурга в память об этом событии нанесены метки, наглядно показывающие, до какого места добралась река.
ОТБИВКА	

ST/UP	<p>Проходя у памятника: Однажды ночью, проходя мимо памятника Петру I, герой поэмы Евгений, в своем безумии, прошептал ему несколько злобных слов, видя в нём виновника своих бедствий. Расстроенному воображению Евгения почудилось, что медный всадник разгневался на него за это и погнался за ним на своем бронзовом коне. Через несколько месяцев после того безумец умер.</p>
ЗК	<p>У стороженвых львов:</p> <p>Для Пушкина было чрезвычайно важным то, что Евгений в начале поэмы сидит именно за спиной Медного всадника.</p> <p>Противопоставляется Великий Петр и заурядный житель Коломны с его мечтами о семейном счастье. Бедный молодой человек, пытаясь спасти от новоднения, как бы “оседлал” скульптуру льва, но при этом он все равно выглядит жалким подобием памятника тому, кто основал этот город</p> <p><i>«Тогда, на площади Петровой, Где дом в углу вознёся новый, Где над возвышенным крыльцом С поднятой лапой, как живые, Стоят два льва сторожевые, На звере мраморном верхом, Без шляпы, руки сжав крестом, Сидел недвижный, страшно бледный Евгений...»</i></p>
ST/UP	<p>На Васильевском острове:</p> <p>Пушкин противопоставляет не только Петра I и героя Евгения, он показывает нам и два Петербурга: в одном стоят роскошные дома, в другом есть место только деревянным лачугам.</p>

ЗК	Для современников Пушкина Васильевский остров представлял собой загородную местность. Постройки приличного вида располагались лишь до 7-й линии. Далее можно было встретить только убогие домики или Финляндские казармы. Даже нанять извозчика здесь было проблематично, поскольку отсутствовали даже тротуары.
ОТБИВКА	
ST/UP	Домик невесты Евгения мог находиться в селении Галерной гавани. Неудивительно, что девушка погибла во время наводнения - побережье Васильевского острова первым почувствовало на себе силу воды и более всего пострадало от нее.
ЗК	У Меншиковского дворца: Как только вода немного отступает, главный герой отправляется на лодке «через волны страшные» от ближайшей переправы на Васильевский остров. Пристав к берегу у Меншиковского дворца, Евгений кратчайшим путем направляется к ветхому домику на набережной и не находит его на привычном месте.
ST/UP	На Сенатской площади: Евгений в конце поэмы умирает на маленьком острове, упоминая его Пушкин мог иметь в виду место под названием Говоропуло. Именно там предположительно были переданы тела декабристов. Герой в какой-то степени повторяет их судьбу: сначала бунтует здесь – на Сенатской площади против императора, а затем находит последний приют там же, где и они.
ОТБИВКА	
Петербург Достоевского – Преступление и наказание	

ЗК	Город хранит места жизни, маршруты, и кажется даже запах героев, вот почему излюбленные экскурсии туристов – прогулки по местам жизни их любимых литературных героев. Наверное, рекордсменом на этом поприще является роман «Преступление и наказание» Ф.М. Достоевского.
СХ С.Н. Ильченко	Экскурсии по Петербургу Достоевского: насколько востребованы такие экскурсии; кого больше на них иностранцев или местных жителей?
ОТБИВКА	
ST/UP	Если внимательно прочитать роман и расшифровывать слова: «С-й переулок», «К-н мост», «В-й проспект» – получится: Столярный переулок, Кокушкин мост, Вознесенский проспект.
ЗК	"Преступление и наказание" часто называют "петербургским романом". Достоевский, как и герой романа, любил этот город горькой и мучительной любовью и по-своему воспринимал его. "Петербург Достоевского" – это мрачный, больной, сырой и все-таки прекрасный город.
ST/UP	Сенная площадь: Глазами Раскольникова мы смотрим на летний Петербург, голодный юноша чувствует себя отверженным среди богатых особняков, разряженных женщин. От того-то ему больше по сердцу нищая Сенная площадь:

ЗК	<p>«Все торговцы на столах, на лотках в лавках и в лавочках запирали свои заведения или снимали и прибирали свой товар и расходились по домам, равно как и их покупатели. Около харчевен в нижних этажах, на грязных и вонючих дворах домов Сенной площади, а наиболее у распивочных, толпилось много разного и всякого сорта промышленников и лохмотников... Тут лохмотья не обращали на себя ничьего высокомерного внимания, и можно было ходить в каком угодно виде, никого не скандализуя».</p>
ST/UP	<p>Именно здесь герой услышал, что “завтра, ровно в семь вечера”, старуха-ростовщица “останется дома одна” и тогда возникла мысль о преступлении.</p> <p>На Сенной площади он и всенародно будет кается: «Все разом в нем размягчилось, и хлынули слезы. Как стоял, так и упал он на землю...Он стал на колени среди площади, поклонился до земли и поцеловал эту грязную землю с наслаждением и счастьем...». Раскольников осознал преступление, смирился и покался перед наказанием.</p>
ОТБИВКА	
ЗК	<p>Покидая шумные, грязные улицы, писатель ведет нас в дома, где живут его герои. Обычно это — доходные дома, столь типичные для капиталистического Петербурга. Мы входим в грязные и вонючие дворы, поднимаемся по темным лестницам. Вот одна из них — "узенькая, крутая и вся в помоях...".</p> <p>А комнаты? Они рисуются обычно в полутьме, слабо освещенные косыми лучами заходящего солнца или тускло мерцающим огарком свечи...</p>

ST/UP	<p>«Дом Раскольников» (Гражданская ул., 19): Будучи бедным, студент обосновался на четвертом этаже, к которому вели знаменитые тринадцать ступеней, сохранившиеся до сих пор. Достоевский, в пору написания романа, жил неподалеку от этого места, поэтому с английской точностью изобразил место существования своего персонажа.</p>
ЗК	<p>Приют Раскольникова – небольшая каморка, где еле-еле помещается стол, старый диван и шкаф. «Это была крошечная клетушка, шагов в шесть длиной, имевшая самый жалкий вид со своими жёлтенькими, пыльными и всюду отставшими от стен обоями...».</p>
ST/UP	<p>«Дом старухи-процентщицы» (Канал Грибоедова, 104): Комната старухи – процентщицы, распивочная на Сенной, угол Дмитрия Разумихина – все эти помещения мало чем отличаются друг от друга. Убожество, нищета делают их похожими.</p> <p>С одной стороны, Петербург является фоном, на котором разворачиваются события, а с другой — он тоже действующее лицо, соучастник страшного поступка Раскольникова, его раскаяния, а затем и возвращения в мир людей.</p>
ST/UP	<p>В 1999 году на фасаде здания, где жил Раскольников появилось рельефное изображение Достоевского и гранитная табличка: «Дом Раскольникова. Трагические судьбы людей этой местности Петербурга послужили Достоевскому основой его страстной проповеди добра для всего человечества».</p>
ОТБИВКА	
Петербург Гоголя – Нос и Невский проспект	

ST/UP	<p>На Садовой улице (Квартира майора Ковалёва находится на Садовой улице):</p> <p>Гоголь скорее отрицательно относился к Петербургу, видел в нем больше минусов, чем плюсов. Ведь для писателя это город разрушения, обмана, жестокости и одиночества. Петербург ломает жизни, он безразличен к «маленькому человеку».</p>
ЗК	<p>Невский проспект:</p> <p>Описывая толпу праздного Невского проспекта в повести «Невский проспект», Гоголь не раскрывает характеров обывателей и даже не даёт их внутренних переживаний. Писатель использует особый прием – берёт лишь одну какую-нибудь особенность облика или туалета и доводит характеристику героя до гротеска. Поэтому отнюдь не люди двигаются по улице, а «бакенбарды, атласные, чёрные, как соболь», «усы, которые заворачиваются на ночь тонкою веленевою бумагой», «дамские рукава, похожие на воздухоплавательные шары».</p>
ST/UP	<p>Невский проспект:</p> <p>Таким приёмом Гоголь ещё более подчёркивает условность и «призрачность» петербургской жизни. Петербург - город, где цену человеку придают лишь вещи, а не мысли и чувства. Тот же образ города предстает перед нами и в “Носе”.</p>
ОТБИВКА	
ST/UP	<p>Вознесенский проспект:</p> <p>Цирюльник, который нашел в печёном хлебе знаменитый нос, жил на Вознесенском проспекте...</p> <p>На Исаакиевском мосту:</p> <p>...а вот избавился от него он уже на Исаакиевском мосту.</p>

ST/UP	<p>Памятник носу майора Ковалева: На стене дома на Вознесенском проспекте, 11 установлен один из самых диковинных памятников города – памятник носу майора Ковалева. Место было выбрано не случайно – коллежский асессор Ковалев проживал именно на Садовой улице, а его цирюльник работал на Вознесенском проспекте.</p>
ЗК	<p>Сто килограммовый нос в 2002 году таинственным образом пропал с фасада здания, и был найден лишь через год. Так нос майора Ковалева в очередной раз «поводил людей за нос», оставив тайну своего исчезновения нераскрытой и по сей день.</p>
ОТБИВКА	
Эпилог	
ST/UP	<p>Вот-вот кажется сойдет с постамента медный всадник, или мы встретим Раскольников, гуляя по Сенной, а может на Невском проспекте нам даже удастся столкнуться нос к носу с... самым настоящим носом, кто знает, что еще таят улицы Петербурга. Но одно совершенно неизменно: каждый переулок, каждая улочка, даже целые проспекты, бульвары и районы хранят в себе атмосферу и историю разных эпох.</p>
ЗК	<p>Забавно, но если задуматься, то понимаешь, что издавна на Петроградке жила интеллигенция, в районе Сенной площади разночинцы и торговцы, в районе Песков было всегда много рабочих, на Суворовском проспекте – военных, а на Фонтанке и по сей день живет профессура! Ведь ничего не меняется! Меняются лица, характеры, даже судьбы, но город неизменно живет своей жизнью. Традиция брать город в со-авторы продолжилась и в 20 веке – теперь мы знаем эту эпоху как «Серебряные век». Но это уже совсем другая история.</p>

Приложение №2

**Активные ссылки на выпуски авторского телепроекта «Питер-life»
на сайте Интернет-телеканала «МОСТ»:**

– **Выпуск №1: «Студенческий Петербург»:**

http://jf.spbu.ru/1_linia/5400-21619.html

– **Выпуск №2: «Вкусный Петербург»:**

http://jf.spbu.ru/1_linia/5400-22484.html

– **Выпуск №3: «Киношный Петербург»:**

http://jf.spbu.ru/1_linia/5400-26721.html

Приложение №3

Эфирная справка:

Приложение №4

Дипломы и иные награды:



ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИУ)
I Международный научно-образовательный форум
«КОММУНИКАЦИОННЫЙ ЛИДЕР XXI ВЕКА»



Международный мультимедийный
фестиваль-конкурс студенческих и школьных
СМИ «ПЛАНЕТА МЕДИА»

ДИПЛОМ

III МЕСТО

Номинация «Информационно-развлекательная программа»,
«Питер life»,
НАГРАЖДЕТСЯ

Яна Рахматулина, Татьяна Расщупкина,
Рустам Акберов, Никита Бичурин

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Зам. председателя Большого жюри,
вице-президент ЕАТР,
д.ф.н., профессор,
декан факультета «Журналистика»



Л.П. Шестеркина

г. Челябинск



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

**ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**



УЧЕБНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС «1-Я ЛИНИЯ»,
КАФЕДРА ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКИ,
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
СТУДЕНЧЕСКИЙ ТЕЛЕРАДИОКАНАЛ «МОСТ»

**Конкурс лучших студенческих работ
в области телерадио журналистики
VICTORIA 2015**

ДИПЛОМ

**победителя конкурса в номинации
«Лучший ведущий художественной программы»**

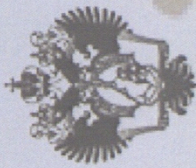
**Награждается
Яна РАХМАТУЛЛИНА**

Директор Института «Высшая школа
журналистики и массовых коммуникаций»
СПбГУ

Руководитель телерадиоканала «МОСТ»

А. С. Пулю

В. П. Летуновский



Санкт-Петербургский
государственный
университет
www.spbu.ru



УЧЕБНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС «1-я ЛИНИЯ»,
КАФЕДРА ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКИ,
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
СТУДЕНЧЕСКИЙ ТЕЛЕРАДИОКАНАЛ «МОСТ»

Конкурс лучших студенческих работ
в области телерадио журналистики
VICTORIA 2016

ДИПЛОМ

финалиста конкурса в номинации
«Лучший ведущий художественной программы»

Награждается
Яна РАХМАТУЛЛИНА

Директор Института «Высшая школа
журналистики и массовых коммуникаций»
СПбГУ

Руководитель телерадиоканала «МОСТ»


А. С. Пулю

В. П. Летуновский

