**1.Эволюция жанра репортаж в условиях технологического развития средств массовой коммуникации.**

 Репортаж – жанр, основной задачей которого является создание динамично развивающейся картины события [6]. Жанр репортажа, -отмечает В. В. Ученова, - требует достаточно строгой фокусировки точки зрения наблюдателя, искусного отбора и взаимоподчинения деталей наблюдения с одновременной передачей “сиюминутных” ощущений и ассоциаций наблюдателя-автора. [7, C. 77]. А. А. Тертычный подчеркивает, что журналист в репортаже создает «эффект присутствия», т.е. дает«аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца(репортера)».

Л. В. Шибаева наблюдала трансформацию жанра репортажа и отмечала появление новых разновидностей и «гибридов» репортажа. Если в 90е популярностью пользовался классический познавательно-тематический репортаж, то в последнее время верховенство взял аналитический репортаж, который счет своих аналитических компонентов трансформировался в «корреспонденцию -расследование» и в «расследование - статью». Можно сказать, что эта трансформация происходит под влиянием ускоряющегося темпа нашей жизни. Объяснить видоизменения жанра можно так: «Время резко ускорило свой ход, события понеслись стремительно, не оставляя возможности глубоко обдумывать их. Открылись предметы, которые раньше не полагалось замечать, и репортеры кинулись в темные углы бытия - устраивать для читателя экскурсии по притонам наркоманов, салонам хиромантов, рынкам живого товара, подвалам моргов... Да и самому читателю, уставшему от проблем, интереснее стало смотреть со стороны, нежели участвовать в охоте за мыслью» [Шибаева, 2000].

Если изначально репортаж абсолютно оправдывал свое латинское обозначение(от лат. «reportare» - «передавать», «сообщать») и представлял собой публикации, в которых рассказывалось о ходе парламентских заседаний, различных собраний, судебных процессов, а по своей форме был больше похож на сегодняшние отчеты, в них преимущественно отражались основные моменты собрания и их итоги [Козлова, 2000]. То сегодня это жанр, в котором тесно переплетаются как аналитические, так и публицистические элементы.

В разновидности современного информационного репортажа, главной целью является констатация факта. Для этого вида репортажа важны такие параметры, как эффект присутствия, событийность, выраженное «Я» автора. Обязательно должны быть обозначены пространственные и временные рамки. Для разновидности аналитического репортажа основной задачей стоит анализ факта, при сохранении основных жанровых черт информационного репортажа.

Для нее характерна особая техника: целью выступает не изображение какого-либо события или факта, а рассуждения и комментарии по поводу события. В аналитической разновидности репортажа используются самые разные элементы рассуждения: различные способы аргументации, композиционное решение репортажа часто усложняется, соединяя событие и строгое логическое рассуждение.

Как показывает анализ материалов современной российской прессы, жанр репортажа может изменяться в зависимости от типа издания.

Характеризуя трансформацию репортажа в целом, отметим, что изменению подвергается признак «эффект присутствия», который усложняется различными композиционными приемами, выполняющими функцию аргументации.

В жанровой структуре современной периодической печати происходят изменения. Репортаж, являясь отражением сугубо субъективного авторского видения, видоизменяется. В отдельных типах изданий репортаж даже вытесняется из жанровой структуры более объективными жанрами. Конечно, нельзя сказать, что печатный репортаж полностью вытесняется другими информационными жанрами. Напротив, в журналистских печатных текстах, таблоидной и качественной прессы, преобладает информационная разновидность репортажа [Уракчеева, Медиаспрут].

И один из самых важных жанрообразующих признаков репортажа - последовательное изложение события сохраняется. Однако в связи с усилением влияния других информационных жанров (хроники и новости) происходит трансформация признаков «эффект присутствия» и «Я» репортера.

Анализ научной литературы показал, что для российской журналистики неизменной остается проблема жанровой структуры. Это одно из актуальнейших направлений теории журналистики как науки. Извечными вопросами для теории жанров по-прежнему являются: что такое жанр? в чем его функции? насколько он устойчив? Не обошла эта проблема и репортаж. И сегодня у учёных и журналистов нету единого мнения насчёт данного жанра. Во многом это объясняется его многогранностью. Точно можно сказать только то, что репортаж претерпевает изменения и подстраивается под современный медиарынок.

Часто репортаж смешивается с микроблогом. С формальной точки зрения, Twitter-репортаж – это журналистский текст, состоящий из ряда сообщений для микроблога (длиной не более 14 0символов), представляющий собой прямую трансляцию с места событий.

Материал может сопровождаться фотографиями, однако, как показал анализ текстов, большинство Twitter-репортажей обходятся без них. Специфической особенностью жанра является и то, что текст может публиковаться одновременно в двух источниках: на сайте сетевого СМИ и в Twitter-аккаунте автора или издания. Развивается он в реальном времени, между событием и появлением сообщения о нем проходит несколько минут. Twitter-репортаж может принадлежать одному автору или коллективу. Так, например, ряд текстов в «Газете.ру» написан сразу несколькимижурналистами, что позволяет дать в одном материале сразу несколько точекзрения на событие. Характерно, что иногда авторство текстов вообще неуказывается (см. Twitter-репортажи в журнале Forbes), – в таком случае материал становится безличным, хотя это и противоречит природеклассического репортажа, и свойственно скорее заметке.Однако, в целом, автору отводится роль фиксатора событий.

Рамки жанра не дают ему возможности интерпретировать или детально описывать происходящее. Жанр Twitter-репортажа стал актуален в конце 2011 года в связи с многочисленными акциями протеста в Москве и в других городах страны. Эти события стали плодотворной почвой для развития новой формы журналистского материала. На наш взгляд, причина кроется в специфике участников митингов. Среди них было много молодежи, для которой коммуникация в глобальной сети естественна и привычна, и форма Twitter- репортажа оказалась очень органичной для подобной аудитории. Сами участники сообщали в своих аккаунтах о том, как разворачивались события, и журналисты стали использовать стихийно складывающуюся форму и заговорили со своими читателями на их языке. Все проанализированные нами тексты относились к сфере политики или общественной жизни. Они были посвящены московским митингам декабря 2011 года, съезду партии «Единая Россия», волнениям после выборов в Южной Осетии и другим событиям. Во всех случаях мы можем определить целевую установку текстов как стремление показать развитие событие, отразить его динамику. Так, например, репортажи с митингов начинаются с описания того, как люди собираются, и завершаются вместе с последними словами выступающих.Ведущим методом отображения действительности оказывается фактографический метод. Авторы фиксируют то, что происходит вокруг них.

Forbes пишет: «Первым выступает Акунин. Предлагает назвать движение"Честная Россия". Аплодисменты редкие, но крики одобрительные».Аналогичный текст появляется в «Газете.ру»: «Около ТИК у девушки, снимавшей группирующихся крепких ребят, отобрали фотокамеру. Там же замечен зам мэра по безопасности Виктор Мещеряков», в «Коммерсанте»:«Людей примерно 2 тысячи».Поскольку авторы Twitter-репортажей фиксируют свои сиюминутные впечатления, то в поле их зрения могут попадать и малозначительные детали, на которые они обращают внимание читателей или по поводу которых они высказывают свое мнение. Это, кстати, характерно для записи в микроблоге вообще. Forbes: «Находящийся на проспекте Subway пользуется спросом у полицейских. У кого-то сегодня будет хорошая выручка». «Газета.ру»:«Едкая попса на участке сменилась на симфоническую музыку. К чему быэто?». «Коммерсант»: «Машина рядом с посольством заведена. Неужели,готовились бежать?». То, что происходит с журналистом, тоже может попасть в текст репортажа: «Получил прикладом!» («Коммерсант»).Малозначительные детали и ключевые элементы событий уравниваются вт ексте. Большим разнообразием языковых средств Twitter-репортаж не отличается. Используется телеграфный стиль. Если цитируются чьи-то слова, то приводится не дословная цитата, а скорее конспект речи: «Джиоева: я хочу, чтобы люди разошлись, но они боятся ночных арестов»(«Коммерсант»). Авторы обходятся простыми предложениями, глаголами настоящего времени, практически не употребляют эпитетов. До предела это доведено в одном из репортажей корреспондента «Коммерсанта» Заура Фарниева, он активно пользуется назывными предложениями: «Крики.Свист». Подобная лаконичность объясняется тем, что на первом месте вTwitter-репортаже оказывается скорость. Twitter-репортаж фрагментарен. Особенно фрагментарность заметна в материалах, написанных несколькими авторами. Так, три автора «Газеты.ру»пишут: «Опять в ТИКе - по сравнению с парламентскими движемся очень быстро (А. Артемьев). Закончили пересчет президентских: Путин 492, Прохоров 341, Зюганов 236, Жириновский 70, Миронов 60 (П. Гущенкова).Учу комиссию заверять копии протоколов (Т. Сысоева)». Мы можем лишь условно говорить о полноценном тексте, в действительности он распадается на отдельные сообщения. Эта ситуация усиливается, если мы рассмотрим репортаж не в структуре сайта сетевого СМИ, а в структуре Twitter-аккаунта издания. Здесь каждая запись может быть прокомментирована пользователем или скопирована в его собственный аккаунт, таким образом потенциально каждый элемент репортажа может быть помещен в новый контекст. Кроме того, будет реализована возможность так называемого «ленивого авторства».Таким образом, мы можем констатировать появление новой жанровой формы, родившейся на стыке журналистики и социальных медиа. Как и традиционный, Twitter-репортаж представляет динамику развития события и создает «эффект присутствия». Как в микроблоге, здесь на равных сосуществуют малозначительное и важное, каждое сообщение может изменить контекст, а материал, в конечном итоге, распадается на фрагменты.

Мы полагаем, что новый жанр может быть продуктивен, когда необходимо освещать быстро развивающиеся события. Подобный текст может быть основой для другого, более развернутого, материала или для мультимедийного репортажа (пример последнего мы видим на сайте радио«Свобода»).Twitter-репортаж развивается под непосредственным влиянием социальных медиа и отражает ту тенденцию, о которой мы говорили в начале доклада, когда журналисты осваивают новые пространства в поисках новой аудитории.

**2. Специфика репортажа на радио и телевидении**

Современный мир переполнен информацией, поэтому выбрать тему репортажа не так просто, как это может показаться на первый взгляд. Каждую минуту происходит множество событий, о которых можно рассказать в репортаже. Проблема отбора самых важных и интересных событий, о которых расскажут в телевизионных новостях, и есть проблема информационного повода. Иначе ее называют проблемой отбора новостей. Есть темы, которые, как правило, всегда попадают в выпуск новостей, это конфликт, столкновение интересов, террористические акты, митинги, военные действия, катастрофа, авария, стихийное бедствие, чрезвычайные происшествия, последствия какого-то значимого события, новости политики и экономики, принятие новых законов, встречи на высшем уровне, заключение политических договоров, итоги выборов, новости культуры, спорта, какие-то события из жизни известных людей, юбилей какого-либо артиста, смерть политического лидера. Именно на такие темы корреспонденты и готовят событийные репортажи, каждый из которых, независимо от своей важности, привязан к какому-то конкретному событию. Информационные поводы другого характера чаще служат для создания тематического репортажа, поэтому журналисту, выбирающему тему для событийного репортажа, необходимо обращать свое внимание только на конкретные события, произошедшие в последнее время. Есть и другой важный принцип отбора информационного повода: новость должна представлять всеобщий интерес. Другими словами, новость - это не только то, что людям необходимо знать, но и то, что им интересно знать, поэтому, выбирая информационный повод для репортажа, нужно прежде всего учитывать эти критерии.

Можно ли считать интересным такой информационный повод, как, скажем, забастовка сантехников, недовольных заработной платой? Можно, если журналист работает в отраслевой многотиражной газете. Для солидных печатных изданий или электронных СМИ такой повод, скорей всего, будет мало интересен для аудитории. Должны ли зрители знать о проблемах сантехников? Испытывают ли они в этом потребность? Большинству зрителей (если они не сантехники) эта тема просто не интересна. А некоторые сюжеты, наоборот, могут попадать сразу в несколько категорий: они и интересны, и необходимы. Например, репортаж о принятии нового закона, повышающего зарплату бюджетникам, привлечет большую аудиторию зрителей.

Есть два варианта подготовки сюжета категории breakingnews (экстренной новости):

1. Материал, подготовленный до выхода в эфир: автор мониторит ход событий из студии и при необходимости обновляет закадровый текст.

2. Прямая трансляция с места события: репортёр знает или вычисляет, что событие состоится во время выхода новостей в эфир. Тогда на место действия выезжает передвижная телевизионная станция (ПТС) и в эфир выдается прямое включение, у журналиста есть возможность эфиритьстендап на фоне происходящего.

Процесс подготовки газетного, радийного и телевизионного репортажа имеет много общего и много различий. Общее то, что вначале необходимо собрать всю (нужную и ненужную) информацию о событии для того, чтобы определить, какую часть этой информации следует донести до аудитории. Как правило, в этом случае необходимо опираться не только на свой журналистский опыт и чутье, но и пользоваться любыми источниками информации.

Что касается принципиальной разницы между репортажем в печатных и электронных СМИ, то, готовя репортаж для газеты, журналист описывает событие, рассказывая читателям подробности того, что они не смогли и уже не смогут увидеть. К примеру: «…чудотворную икону пронесли по Иртышской набережной до Ленинградского моста…». Корреспондент, готовящий телевизионный репортаж, имея в своем арсенале изобразительный материал, избавлен от таких нюансов. Его словами говорит «картинка» на экране телевизора. Зритель видит, где проносят икону и ему не нужно дублировать видеоряд голосом корреспондента за кадром. Автору лучше рассказать на этих кадрах об истории написания лика, вследствие чего началось паломничество по городам России, словом, дать дополнительную информацию о том, что не в состоянии был снять оператор.

Специфика телевизионного репортажа. Корреспонденты телевизионных компаний обычно излагают свой материал так, чтобы в рассказе было начало, сердцевина и заключение (почти как в романе). В тексте должна соблюдаться логика изложения, которая строится по принципу детской пирамидки. Есть один общий стержень, на который нанизываются звенья, тесно прилегающие одно к другому. Вершина пирамидки - насадка, которая скрепляет всю структуру репортажа. Если идти от вершины пирамидки вниз, то насадка - не что иное, как информационный повод. От него выстраивается весь материал. Верхняя часть пирамидки - самое маленькое звено. По мере продвижения вниз кольца становятся больше, т. е. от частного - к общему.

На подготовленный текст монтируется видеоряд. Телевизионный репортаж подразумевает наличие нескольких элементов: закадровый текст, видеоряд, звуковой фрагмент или синхрон (интервью с кем-то), интершум, лайф и stand ur (журналист непосредственно в кадре). Можно, конечно, ограничиться видеорядом и закадровым текстом, но мы говорим о тех элементах, при наличии которых репортаж будет смотреться в наиболее выгодном свете.

Закадровым текстом называют текст сообщения, написанный репортером и записанный на пленку в студии. При монтаже закадровый текст закрывается видеорядом.

Видеоряд - это смонтированные воедино планы видеоизображения, выбранные из исходного, отснятого оператором материала.

Интершум - это звук, записанный фоном на пленку. Сопровождает текст автора репортажа. К примеру, если съемка в выставочном павильоне, фоном должны звучать голоса людей, обсуждающих экспонаты выставки, если строительная площадка - шум работающих механизмов и т. п.

Синхрон - сочетание изобразительного материала на кинопленке (не пу-тать с видеокассетой) с артикуляцией губ человека, снятого крупно. Обе ленты в специальном оборудовании движутся каждая по своей дороже: магнитная - с записанным на ней звуком - и кинопленка должны идти синхронно, не обгоняя и не отставая одна от другой. С появлением видео необходимость синхронизировать изображение и звук отпала - видеокамера способна сделать это уже без дополнительных технических усилий, но термин «синхрон» перебазировался на видеокассеты. Многие начинающие журналисты, пришедшие на телевидение сравнительно недавно, никогда не работали с кинооператорами, которые снимали сюжеты на кинопленку. Для них синхрон - не что иное, как интервью в чистом виде, один из фрагментов репортажа или материала другого жанра телевизионной журналистики.

Лайф (рэпэраунд) - практически это тот же синхрон, снятый случайно не на выносной микрофон, а на так называемую «пушку», жестко установленную на видеокамере. Лайф - это может быть чья-то реплика, удар колокола, возглас, рыдания. Все это звучит уже не на фоне закадрового текста корреспондента, а совершенно самостоятельно. Как правило, это господин случай, который позволил оператору случайно записать на видеопленку тот или иной фрагмент происходящего в кадре события. К примеру: оператор снимает процесс похорон, опускают гроб, все рыдают и оператору случайно удается снять женщину, которая с гневом произносит слово «Убийцы!» или что-то в этом роде.

Рэпэраунд должен нести определенную смысловую (а может быть, в большей степени и эмоциональную) нагрузку, а не просто дать возможность зрителю зрителю переключиться с голоса корреспондента. Хронометраж рэпэраунда обычно составляет от 10 до 30 секунд. Если такой фрагмент записи отмечен журналистом или оператором в процессе съемки, он может очень хорошо «сработать» в контексте репортажа.

Лид (информационный повод) - первый абзац текста репортажа, которым ведущий представляет репортаж и предоставляет слово корреспонденту. Лиды бывают двух видов. Жесткий лид содержит главный факт, на котором и строится репортаж. Телезритель точно знает, о чем последует сюжет. Жесткий лид всегда прямой и конкретизированный. Мягкий лид - это, напротив, некая неконкретизированная, обобщенная информация.

Stand up используется не только для того, чтобы доказать, что… репортер действительно работал на месте съемки сюжета, но и для того, чтобы телезрители могли непосредственно на экране видеть лицо корреспондента. Появление журналиста в кадре, где второй план (в этом случае корреспондент на первом плане) является местом события, имеет точный эффект присутствия. Это важно, хотя возможность записать stand up в нужном месте, в нужный момент используют далеко не все корреспонденты. Причин здесь несколько: журналисту не всегда легко сориентироваться в содержании будущего закадрового текста на месте съемок, а текст stand up непременно должен органично в него вписываться, поэтому можно записать несколько вариантов фрагмента «репортер в кадре». Так как у журналиста бывает мало шансов переписать stand up, то его текст надо выверять со всех позиций. Например, не стоит сообщать цифры или факты - ко времени выхода материала в эфир они, скорее всего, устареют и stand up придется исключить из репортажа. Текст stand up должен быть таким же ясным и четким, как и весь текст репортажа. Записывая фрагмент «корреспондент в кадре», репортер не должен забывать о языковых нормах. Нередко stand up выбраковывается как раз из-за косноязычия или неграмотности построенных фраз.

Появление журналиста в кадре - это не просто демонстрация себя. В stand up репортер чаще всего сообщает наиболее важную информацию. Журналист также может объяснить зрителю, что произошло, и указать рукой на какое-то конкретное место, сопроводив свой жест словами: «За моей спиной тот самый дом, в котором пожар возник раньше всего».

Существуют разные способы записи stand up. Журналист может просто стоять на каком-то фоне. Необходимо следить за тем, чтобы задний план имел как возможно большую перспективу. За журналистом ни в коем случае не должна быть стена или ни к чему не обязывающий кустик. Подобный фон наводит на мысль, что вначале корреспондент решил подготовить материал, написал текст и только после этого выхватил кусок фразы для того, чтобы появиться в кадре. Если есть возможность, то stand up снимают в гуще событий. На митинге, например, репортерская команда может расположиться где-то в колонне: репортер говорит, а в это время мимо него идут демонстранты.

Другой способ создания stand up основывается на движении телерепортера. В таком случае журналист одновременно говорит и идет (бежит). Но и stand up с неподвижным репортером, и включение с идущим не должны выбиваться из общей картины сюжета по смыслу, обстановке и месту. Поэтому stand up записывают одновременно со съемкой самого события.

Далеко не каждое событие настолько зрелищно, что позволяет записать визуально содержательный stand up. В таких случаях stand up может выполнять функцию композиционного элемента, с помощью которого в репортаже происходит переход от одной видеоинформации к другой. (Такую функцию выполняют stand up-мостики.) Например, в начале репортажа видеоряд повествовал о пожаре, затем и в тексте, и на «картинке» речь идет о последствиях пожара. Переходом в таком репортаже как раз и мог бы стать stand up-мостик.

Финальные stand up выполняют также функцию некой подписи репортера под всем сказанным. Журналист говорит последние фразы, а потом называет себя (или себя и оператора). Таким образом, телезритель может еще раз взглянуть на место, откуда велся репортаж, и на человека, которого они выслушали.

Заканчивая разговор о применении stand up, стоит отметить, что в некоторых телекомпаниях не принято «показывать» репортеров. Зачастую это компании, в которых занижено мнение о роли личности журналиста при работе над новостями.

Ситуации для съемки stand up:

· когда нет необходимой «картинки», чтобы проиллюстрировать сам сюжет;

· если нужно связать между собой эпизоды, места событий;

· когда нужно зафиксировать присутствие журналиста в каком-либо необычном месте, например на фоне ведения боевых действий;

· когда требуется изложить контекст события; даже при наличии соответствующего видеоматериала иногда большего эффекта можно добиться, если обращаться непосредственно к зрителю;

· когда нужно проанализировать ситуацию или высказать свои предположения о возможном развитии событий в будущем;

· когда необходимо описать чьи-то сильные эмоции, ощущения и т. д., например: «Спасшиеся говорили, что дым был густой и едкий, как кислота...»;

· когда нужно что-либо наглядно продемонстрировать, например: «Трудность заключалась в том, чтобы передвинуть двухтонную статую отсюда (показать, где стояла статуя) вот на это место (подойти к статуе), т. е. на тридцать метров, без помощи автомобиля».

Казалось бы, при том однообразии, при котором можно записать stand up, существует масса различных вариантов: статика, проходка, пробежка, вход в кадр и выход их кадра. Иногда можно начинать произносить текст, предназначенный для stand up, в тот момент, когда в объективе видеокамеры не корреспондент, а другой человек или группа людей, имеющих непосредственное отношение к теме репортажа. В кадре не обязательно могут быть люди, это может быть река, строительная площадка, панорама какой-то местности. В этом случае при записи stand up произносится текст о том, о чем хотел сказать корреспондент, а оператор постепенно, через панораму, переводит объектив на журналиста (теперь уже наговаривающего текст в кадре). Есть и другие варианты для подготовки и записи stand up.

Работая в кадре, нужно стараться выглядеть естественно, соответствуя теме по выражению лица и по одежде. Скажем, съемка в государственных учреждениях как бы… обязывает одеваться соответственно. В лучшем случае - традиционный классический костюм, как вариант - нечто аналогичное. А если снимается сюжет во время уборочной страды, то костюм, в процессе записи stand up будет выглядеть неестественно. Тем более неестественно будет смотреться шикарный «прикид» в светлых тонах в каком-нибудь коровнике или свинарнике. Впрочем… это только совет. Гардероб автора того или иного материала в процессе съемки - его личное дело.

Записывая stand up (если это финальный вариант репортажа), нужно представиться, назвав не только фамилию корреспондента, но и оператора, который работал в процессе съемки самого сюжета, затем обозначить место съемки и назвать телекомпанию, для которой готовился этот материал. К примеру: «Леонид Мутовкин, Олег Шевелев. Чечня. Ханкала. Специально для программы «Вести».

Интервью в радиорепортаже берутся непосредственно на месте события. В них неизбежно присутствует атмосфера происходящего. Если в обычном интервью журналиста интересует в первую очередь актуальная информация, то в интервью радиорепортажа он должен направлять разговор на характеристику самого события или на проблему, обсуждаемую его участниками. Запись интервью на месте события, в окружении других людей требует от корреспондента не только находчивости, психологической уверенности в себе, но и умения передать эту уверенность собеседнику. Интервью в репортаже должно быть динамичным, кратким, выразительным. Растянутые интервью, их обилие деформируют радиорепортаж.

В радиорепортаже также не должны преобладать элементы комментария. Их задача пояснить, растолковать слушателям то, чего они не видят, т.е. вычленить из происходящего самое главное, но не интерпретировать его глубоко, с привлечением дополнительных аргументов, без которых невозможен серьезный анализ, а дать простор для размышления и воображения самим слушателям.

Событие диктует репортажу сюжет. Однако в выборе эпизодов, в архитектонике материала велика роль автора. Журналист в репортаже активен, он всегда в центре не только события, но и самого репортажа. Он и дирижер материала, и режиссер, и оператор, и, естественно, ведущий.

Очень важно начало радиорепортажа. И не только потому, что в нем дается мотивировка выбора темы, события и информация о его месте и времени, – эти информационные данные вводят слушателя в курс дела, настраивая его на определенные ожидания. Начало должно заинтриговать слушателя. Для этой цели может быть использован необычный журналистский «ход», яркая характеристика происходящего.

Радиорепортаж требует и небольшого заключения, в котором журналист должен подвести итог, дать маленькое резюме. В заключение желательно повторить, что и где проходило. Нередко журналисты обрывают репортаж на описании деталей или, что еще хуже, на интервью с собеседником.

Радиорепортер должен обладать хорошим голосом и хорошей дикцией. Большую роль в радиорепортаже играют и документальные шумы. Они служат звуковой декорацией.

Музыка в радиорепортаже присутствует как естественный звук во время события, усиливая эмоциональность передачи. Шумы и музыка не должны заглушать голосов журналиста и участников события, которых он пригласил к микрофону.

Радиорепортаж – информационный жанр, но он соседствует на радио с комментарием и композицией – жанрами, в которых преобладают аналитическое начало в первом случае и художественное – во втором.