

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

На правах рукописи

СТЕПАНЯНЦ Валерия Вадимовна

Работа журналиста в развлекательных телепроектах

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

доктор филологических наук,

доцент С. Н. Ильченко

Кафедра телерадиожурналистики

Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____

Секретарь _____

Санкт-Петербург

2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. СОВРЕМЕННАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И РОЛЬ ЖУРНАЛИСТА	5
1.1. Рекреативная функция в современных телепередачах. Развлекательные телепроекты	5
1.2. Маски телевизионного журналиста	25
Глава 2. ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ, РОЛЬ И МАСКА ЖУРНАЛИСТА В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ТЕЛЕПРОЕКТАХ.....	30
2.1. Авторская рубрика «Острый репортаж с Аллой Михеевой» в информационно-развлекательной программе «Вечерний Ургант» на Первом канале.....	30
2.2. Информационно-развлекательная телепередача «Ревизорро» на телеканале Пятница!	37
2.3. Информационно-развлекательная телепрограмма «Луч Света» на телеканале НТВ	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ	67

ВВЕДЕНИЕ

Телезрители ежедневно выбирают, какой канал посмотреть. Естественно, возрастает конкуренция телеканалов. Журналисты стараются разными способами привлечь телезрителей. Так в последнее время в телевидении наряду с информационной функцией стала появляться рекреативная (развлекательная). Сегодня развлекательные телепроекты захватили практически все форматы телевидения. Такие программы впоследствии стали иметь большие рейтинги, следовательно, именно такие передачи с каждым годом все больше занимают сетку вещания. По данным «Аналитического Центра Vi», изучившего эфир крупнейших отечественных телеканалов за последние пять лет, сериальный контент и развлекательные программы в 2015 году, как и годом ранее, заняли совокупно почти половину времени вещания (оба – по 21 %, в 2014 году – 22 % и 21% соответственно. Тенденция к развлекательности очевидна сегодня и для многих журналистских проектов, использующих игру и театрализацию в подаче материала. В частности, характерным стал феномен маски журналиста. Отмечаемый исследователями в разные периоды развития ТВ, сегодня он, проявляя эффекты современной персонификации, приобретает смыслообразующую роль в программе, что заслуживает изучения. Это обуславливает **актуальность** и **новизну** данного исследования.

Цель работы – выявить роль журналиста в развлекательных телепроектах.

В соответствии с обозначенной целью ставятся следующие **задачи**: описать особенности рекреативной функции, дать определение понятию развлекательные телепроекты, рассмотреть теоретический аспект понятия «маска телевизионного журналиста», его основные составляющие, выявить особенности подачи информации в развлекательных телепроектах, выявить специфику журналистской деятельности в создании развлекательных телепроектов.

Объект исследования – развлекательные телепроекты отечественного телевидения, **предмет** – роль журналиста в развлекательных телепроектах.

Теоретическую базу исследования составили работы отечественных исследователей, а именно: Г.В. Кузнецова¹, С.Н. Ильченко², А.А. Новиковой³, С.А. Муратова⁴, С.Н. Акинфиева⁵ и других.

Эмпирическую базу формируют свыше 80 выпусков развлекательных телепроектов отечественного телевидения: 17 выпусков рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой», 27 выпусков программы «Ревизорро» и 38 последних выпусков программы «Луч Света».

Методами ВКР являются: наблюдение, описание, сопоставительный анализ.

Структура ВКР состоит из введения, двух основных глав, заключения и приложений. В первой главе мы рассматриваем теоретические аспекты развлекательных телепроектов и маски телевизионного журналиста. Во второй главе мы анализируем особенности подачи информации, роль и амплуа журналистов в развлекательных телепроектах.

¹ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – М., 2004. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения 10.09.16).

² Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания. – СПб., 2006. – 156 с.

³ Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб.: Алетейя, 2008. – 208 с.

⁴ Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – 280 с.

⁵ Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С. Н. Акинфиев // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – №6. – С. 110 – 124.

Глава 1. СОВРЕМЕННАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И РОЛЬ ЖУРНАЛИСТА

1.1. Рекреативная функция в современных телепередачах.

Развлекательные телепроекты

В книге С.Н. Ильченко «Отечественное телевидение на рубеже столетий» мы читаем: «Изменение общественно-политических условий развития нашей страны на рубеже 80-90-х годов XX в., трансформация государственной моносистемы СМИ в дифференцированную медиасистему в последнее десятилетие прошлого века, и, наконец, появление такой функции, как экономическая, - все эти обстоятельства не могли не отразиться на эволюции традиционного жанрового деления»⁶. Поскольку журналистика занимается, прежде всего, предоставлением информации для аудитории, то в основе её жанров лежат разные способы подачи этой самой информации. То, как будет подана информация, определяется функциями телевизионной журналистики.

Журналисты А. Князев и Г. Кузнецов в своих работах выделяют следующие функции⁷:

- информационная функция;
- культурно-просветительская функция;
- интегративная функция;
- социально-педагогическая или управленческая функция;

⁶ Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. – СПб.: Изд-во С. – Петерб. ун-та, 2009. – С. 189.

⁷ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – М., 2004. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения 10.09.16).

- организаторская функция;
- образовательная функция;
- рекреативная функция.

В нашей работе мы обратим внимание на рекреативную функцию.

Средства массовой информации создавались для того, чтобы удовлетворить информационную потребность человека. Безусловно, это относится в том числе и к телевизионным СМИ. Благодаря телевидению информация стала доходить до человека быстрее и насыщеннее. В отличие от газет и радио, телевидение не только способно описать произошедшую ситуацию, но и показать то или иное событие.

В книге Г. Кузнецова мы читаем: «В общетеоретических курсов по журналистике известно разнообразие толкований понятия «информация». Здесь мы употребляем его в самом узком и конкретном смысле: осведомление людей о событиях в стране и мире, показ новостей. Лишь в этом смысле можно выделить собственно информационную функцию телевидения, поскольку информацией в широком плане можно считать и трансляцию театрального спектакля, и сам факт работы телевизионного передатчика («сообщением служит само средство сообщения» – один из парадоксов М. Маклюэна). Попадая в контекст телевизионной программы, любая передача обретает дополнительную информационную окраску благодаря взаимосвязи с другими элементами программы и с событиями дня»⁸.

Получение социально значимой информации для людей стало необходимостью. Поэтому выпуски новостей, которые состоят из устной информации и репортажей занимают центральное место в вещании телеканалов.

⁸ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – М., 2004. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения 10.09.16).

Но не менее важна и другая функция, на которую мы обратим свое внимание, – рекреативная функция, которая в последнее время все чаще оказывает влияние на телевизионные средства массовой информации.

По мнению журналиста А. Князева⁹, рекреативная функция мало связана с журналистикой. Рекреация – это отдых, расслабление, восстановление сил. А. Князев пишет об участии журналистов в программах рекреативной направленности так: «Журналисты могут принимать участие в создании развлекательных программ рекреативной направленности в качестве редакторов, ведущих»¹⁰.

Но все-таки в конце XX века можно отметить широкое появление развлекательных программ на российском телевидении, и они пользуются успехом у телезрителей. Даже без глубокого анализа передач очевидно, что современное телевидение состоит по большей части из развлекательных программ. Для того, чтобы убедиться в этом берём сетки передач самых популярных телеканалов: «Первый канал», «Россия», «НТВ», «Пятый канал». Разумеется, есть и специализированные на определённых темах каналы (спорт, кино, музыка), где entertainment не так развит, но мы говорим о тенденции увеличения развлекательности на общественно-политическом телевидении. Сейчас многие деятели телеиндустрии стараются создавать именно эскапистский продукт, потому что он привлекает внимание большого количества зрителей.

По мнению исследователя С.Н. Акинфиева, «развлекательная программа на телевидении – это программа, сочетающая в себе признаки азарта, юмора, игры, рассчитанная на эмоциональную реакцию аудитории, связанную с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального

⁹ Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа. М., 2003. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text1/09.htm> (дата обращения 12.09.16).

¹⁰ Там же.

комфорта и релаксации»¹¹. По классификации С.Н. Акинфиева, развлекательные программы делятся на на реалити-шоу, ток-шоу, хроники, викторины и шоу.

Как считает исследователь С.Н. Акинфиев, «основной признак реалити-шоу – наблюдение за жизнью героев передачи в реальном времени, обращение к реальности во всех ее проявлениях»¹². Реалити-шоу можно разделить в соответствии с тематикой проекта. С.Н. Акинфиев пишет, что «программы формата реалити-шоу эксплуатируют, прежде всего, человеческие инстинкты и эмоции, это передачи, построенные по принципу “отношения – конкурс – изгнание”»¹³. Примеры таких программ – «Последний герой» (Первый канал), «Дом 2» (ТНТ). Также в формате реалити-шоу, по мнению С. Акинфиева, сделаны шоу, в которых главный форматный признак – саморазвитие участников шоу, например, «Голос» (Первый канал), «Танцы» (ТНТ).

Разница между первым и вторым типами реалити-шоу в том, что в первом для победы важны в первую очередь отношения с коллективом, а во втором – собственные умения.

Стоит упомянуть, что С.Н. Акинфиев, разделяет ток-шоу на три категории по целевой аудитории, для которой они предназначены: семейные («Голос» (Первый канал)), женские («Наедине со всеми» (Первый канал)), узкоспециализированные («Смак» (Первый канал)), конфликтные («Пусть говорят» (Первый канал)), ток-шоу – совет («Мужское / Женское» (Первый канал)).

¹¹ Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С.Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. – №6. – М.: Изд-во МГУ, – 2008. – С. 23.

¹² Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С. Н. Акинфеев // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – №6. – С. 111.

¹³ Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С.Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. №6. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – С. 22.

По мнению исследователя, в таком жанре, как хроника, акцент сделан на развлекательную составляющую передач. Герою нужно доказать свое первенство в той или иной сфере. Например, программы «Битва экстрасенсов» (ТНТ), «Ледниковый период» (Первый канал).

Также исследователь С.Н. Акинфиев выделяет и реалити-шоу – хроники, где люди не соревнуются, камера просто фиксирует происходящее, но в центре внимания главный герой шоу (может быть и ведущим). К примеру такой программы относится шоу «Ревизорро» (Пятница!).

Следующий жанр, выделенный С.Н. Акинфиевым – викторины. В центре внимания таких программ всегда ведущий, поэтому можно викторины разделить на две группы: «в зависимости от того, кто является антагонистом ведущему в ходе игры: один игрок или команда»¹⁴. Викторины, в которых каждый раз ведущему противостоят новые, незнакомые игроки. Например, проекты Первого канала: «Кто хочет стать миллионером», «Поле чудес» и «Угадай мелодию». Также существуют программы, в которых ведущий проводит игру с определённым количеством постоянных участников. В некоторых случаях, игроков объединяют в команды, как в «Что? Где? Когда?» (Первый канал), или они сражаются каждый сам за себя как в «Своей игре», (НТВ).

Следующий тип развлекательных программ – шоу. По поводу этого жанра до сих пор ходят споры: вообще имеет ли он отношение к журналистике. В.Л. Цвик опроверг это утверждение, он писал, что журналистика – это не только «средство выражения и формирования общественного мнения, инструмент опосредованного общения (средство коммуникации)», но и «в ряде случаев – способ эстетического осмысления

¹⁴ Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С.Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. №6. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – С. 120.

реальной действительности»¹⁵. С.Н. Акинфиев разделяет шоу на «концерты» и «юмор». В.Л. Цвик выделяет такие функции шоу, как непосредственно-организаторская и культурно-просветительская.

Также существует такое понятие, как вечерние шоу (latenight show), так обозначается ток-шоу с элементами юмора, которое развлекает своих зрителей поздно ночью. В студию приглашаются знаменитые гости, с которыми непринужденно беседует ведущий. Разговор может происходить как с одним гостем, так и сразу с несколькими. Живое музыкальное сопровождение – обязательный элемент latenight show. Как правило, это инструментальный оркестр, задача которого реагировать на реплики ведущего и исполнять звуковые отбивки, которые разграничивают тематические блоки программы. Живое выступление знаменитого исполнителя, или популярной музыкальной группы завершает выпуск программы. Сегодня аналоги американских вечерних шоу захватили ТВ вещание стран Европы, России и Украины. Яркий пример шоу подобного жанра на российском телевидении – «Вечерний Ургант». Программа выходит с апреля 2012 года в 23:30 с понедельника по пятницу. Его главное отличие от американских проектов, что «Вечерний Ургант» выходит в записи. Программа открывается видеороликом с участием ведущего и гостей студии.

Типология жанров развлекательных телевизионных проектов также присутствует и в исследовании С.Н. Ильченко «Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания»¹⁶:

- игры («Алчность», «Поле чудес»);
- лотереи («Русское лото»);
- игры-викторины («Кто хочет стать миллионером?»);

¹⁵ Цвик В. Л. Введение в журналистику. – М., 2000. С. 65.

¹⁶ Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания. – СПб., 2006. – С. 33.

- шоу-викторины («Колесо истории»);
- интеллектуальные игры-викторины («Что? Где? Когда?»);
- игры-розыгрыши («Блеф-клуб»);
- шоу-соревнование («Империя страсти»);
- музыкальные игры («Угадай мелодию»);
- музыкальные шоу-соревнование («Народный артист»);
- спортивные шоу-соревнование («Большие гонки», «Форт Байярд»);
- ток-шоу («Пусть говорят»; «Школа злословия»);
- шоу-розыгрыш («Розыгрыш»);
- скетч-шоу («Городок», «6 кадров»);
- ток-шоу-соревнование («Кулинарный поединок»);
- юмористические ток-шоу («Комеди Клуб»).

А также С.Н. Ильченко была описана типология развлекательных реалити-шоу¹⁷:

- реалити-шоу («Русское чудо»; «За стеклом»);
- реалити-соревнование («Последний герой»);
- реалити-ток-шоу («Окна», «Запретная зона»);
- документальное шоу-реконструкция («Настоящий герой»);
- судебное шоу («Час суда»);
- деловое шоу («Капитал»).

¹⁷ Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания. – СПб., 2006. – С. 35.

Стоит отметить, что развлекательные телепроекты несут не только положительное содержимое, но и отрицательное. Также существуют передачи, которые выполняют еще и просветительскую функцию.

По словам Д. Б. Дондурей, наше время действительно можно назвать эпохой развлекательного телевидения: «Оно становится одним из важнейших факторов, определяющих структуру и содержание человеческих взаимоотношений в современном обществе¹⁸. Развлекательные программы на первый взгляд кажутся бессодержательными и легкомысленными, но они способствуют соединению различных слоев общества в единое целое, формированию новых социальных святей, влиянию на поведение аудитории. Для зрителей это самый доступный источник рекреации в условиях информационных перегрузок и ускоренного жизненного ритма. По мнению исследователя, «именно развлекательные телепрограммы позволяют аудитории преодолеть монохромность и безыскусность окружающего мира, развивают творческий поиск, призывают к самосовершенствованию, помогая ощутить в себе качества, не проявившиеся в повседневной жизни»¹⁹. Возможно, именно по этой причине самыми востребованными на российском телевидении являются развлекательные телепередачи.

В соответствии со сложившейся экономической ситуацией в стране, владельцы телекомпаний стараются различными способами удерживать аудиторию, поэтому на российском телевидении активно используется развлекательный контент. Как подчеркивает Э. Тоффлер, «информационное общество характеризуется недолговечностью ценностей и идеалов, временным характером потребностей, резким увеличением объема научно-технической информации, серьезным повышением разнообразия жизненных явлений, обилием субкультур: «Мир вокруг постоянно изменяется с невероятной скоростью, что ставит человека на грань его

¹⁸ Дондурей Д. Б. Развлекательное ТВ: шутки в сторону/ Д. Б. Дондурей, А. Роднянский// Телевидение: режиссура реальности.– М.: Искусство кино, 2007. – С. 34.

¹⁹ Там же. С. 37.

способностей к адаптации»²⁰. «В результате, человек впадает в особое психологическое состояние – «футурошок» (шок будущего), которое характеризуется внезапной, ошеломляющей утратой чувства реальности, умения ориентироваться в жизни, вызванной страхом перед близким грядущим. Перегруженность информацией лишает человека возможности рационально мыслить и принимать оптимальные решения. Неспособность решать собственные проблемы в условиях усиливающегося информационного потока порождает «эскейпизм» – бегство от реальности»²¹.

Также, рассуждая о развлекательных телепроектах, стоит упомянуть о таких понятиях, как «формат» и «жанр» и проследить, разграничивают ли эти понятия исследователи.

С.Н. Ильченко в учебном пособии «Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания» определяет эти понятия следующим образом²²:

«Формат единицы эфирного контента – это совокупный набор организационных приемов и структурных элементов телевизионного продукта, среди которых - драматургия конкретных ситуаций, характерный состав ведущих и приглашенных участников, система отношений между ними, продолжительность данной эфирной единицы, степень и качество участия публики и т.п. Проще говоря, формат определяет для программы (передачи) все те внешние признаки и качества, которые отличают ее от других. В международном телебизнесе под «форматом» также понимают характеризующее описание конкретной программы, применяемое при продаже лицензии на ее воспроизводство в других странах и регионах».

²⁰ Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2004. – С. 214.

²¹ Там же. С. 215.

²² Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания. СПб., 2006. – С. 67

«Жанр единицы эфирного контента – совокупность формальных профессиональных приемов в журналистском творчестве, которые используются при обработке информации с целью придания ей необходимого законченного вида как единице эфирного контента, охватывающей собственное конкретное содержание».

То есть, если говорить простыми словами, то формат – это внешнее обличье программы, ее основные признаки и характеристики (то, как подавать информацию), а жанр является внутренним наполнением (то, какую информацию подавать)

По мнению другого исследователя, О. Р. Лащук, жанр является одним из компонентов формата. Основной причиной такого мнения стали параметры, определяющие форматы разных медиа. Например, на радио форматобразующим фактором являются музыкальные особенности и особенности работы ведущего новостных, информационных и рекламных выпусков. О.Р. Лащук считает, что «в аудиовизуальных СМИ элементы, составляющие контент, могут быть созданы в соответствии с каким-либо жанром. А уже продолжительность, последовательность, количество, стиль подачи этих элементов будут определять формат. То же характерно и для печатных СМИ: рубрики, разделы заполняют материалами, подготовленными в соответствии с определенными жанрами. Но опять же: объем, последовательность, количество материалов, их расположение на полосе задают формат»²³.

И.Н. Кемарская также считает, что «формат включает в себя жанровые признаки. Говоря о жанрах, мы объединяем группы произведений в одну на основании их общности. Говоря о формате, мы подчеркиваем уникальность

²³ Лащук О. Термин формат в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2010. – №6. – С. 37.

конкретного произведения, наличие признаков, характерных только для него»²⁴.

В нашей работе мы будем опираться на то, что понятия «жанр» и «формат передачи» следует решительным образом разделять. Форматы передач более подвижны и разнообразны, чем жанры, «так как разнообразнее их конкретные функции, приемы структурирования материала. Жанр более консервативен. В нем чаще меняется тематическое содержание, стилистические, тональные характеристики воплощения текста. Но функции и методы, обуславливающие и создающие формообразующую «решетку» жанра, обладают значительной устойчивостью»²⁵. В нашей работе мы будем считать, что формат – это стилевое понятие, в котором четко определены аудитория и стиль. Несомненно, жанр и стиль влияют друг на друга, ведь жанровые системы входят в число стилеобразующих. С другой стороны, стиль может спровоцировать изменения внутри жанров. Случается, что стилевые признаки жанров и называют форматом. Также процесс форматизации телевидения влияет на трансформации жанров. Например, стилевые характеристики развлекательных жанров на телевидении начинают активно проникать в другие жанровые системы, создавая новые симбиозы: «инфотеймент», «бизнесейнмент», «политейнмент» и т. д.

Стоит отметить, что у жанра и формата есть также и сходства, в частности функция невербального диалога со зрителями. Жанр отражает представление автора о предмете, формат разрабатывается в соответствии с психологическими установками аудитории. «Формат – это своего рода

²⁴ Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №10. – С. 69.

²⁵ Смирнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов/В. В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 143.

рыночный договор между продюсером и зрителем... жанр – негласный договор между автором и зрительскими ожиданиями»²⁶.

А вот существенным отличием между двумя понятиями «жанр» и «формат» является то, что форматные признаки меняются в зависимости от типа программы, а жанровые всегда остаются неизменными. Как отмечает А.А. Новикова, «телевизионные форматы постоянно находятся в состоянии переформатирования и заимствования признаков, приемов и методов воздействия из других зрелищных искусств, жанр же более статичен»²⁷.

Таким образом, в нашей работе мы будем придерживаться теории, что «жанр» и «формат» – это два зависимых друг от друга понятия, но тем не менее форматные признаки меняются в зависимости от программы, а жанровые – неизменны.

Невозможно перейти к анализу развлекательных телепроектов, если не определить специфику журналистской деятельности в развлекательных программах на телевидении. С развлекательной программой у зрителя в первую очередь ассоциируется ведущий, он же является и лицом программы. Стоит отметить, что его образ крайне важен для целостного восприятия данных телепроектов. Но для подготовки любой развлекательной программы работает целая команда журналистов. Специфика журналистской деятельности зависит от жанра, цели, концепции и формата того продукта, который он создает.

Одним из основных достижений современных СМИ стало раскрепощение личности. «Журналист получил полное право на распоряжение материалами в эфире, возможность любых контактов со

²⁶ Цвик В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №1. – С. 55.

²⁷ Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №10. – С.58.

своими зрителями, слушателями и собственного самовыражения»²⁸.

Любая телепрограмма – продукт коллективного творчества. Это работа и операторов, и режиссеров, и корреспондентов и т.д. Предлагаем подробнее рассмотреть роль журналиста в создании развлекательной программы.

1. Важную роль в развлекательных программах играет **ведущий**. Он должен объективно отобразить информацию, представить всевозможные мнения по проблеме.

2. Но, по прежнему, основная профессия на телевидении – профессия **корреспондента**. В обязанности журналиста входит подготовка собственных материалов. Главная задача корреспондента, работающего в развлекательном телепроекте, – умение найти интересную, занимательную, необычную информацию. Помимо работы на съемочной площадке, в которую входит: поиск интересных деталей, необычных людей, организация съемки стендапов, корреспондент также заботится и о композиции материала, элементах драматургии. Корреспондент на месте съемки становится также и режиссером, то есть руководителем съемочной группы.

3. В книге Л.П. Шестеркиной «Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики: учебное пособие», указаны также и другие роли журналиста в развлекательной программе: «Журналист может выступать в качестве автора, редактора и организатора. Значит, есть три основных вида деятельности – авторская, редакторская и организаторская»²⁹.

4. Журналист, как **автор** программы, выполняет не только творческие, но и технические и организационные функции, такие как: разработка темы,

²⁸ Смирнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов/В. В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 141.

²⁹ Шестеркина Л.П. Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики: учебное пособие/Л.П. Шестеркина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010. – С. 6.

сценарного плана, а также организует процесс съемок. Не стоит забывать и про жанр программы, потому что она должна получиться интересной и удивлять ее необычными ходами. Эту тему мы продолжим после того, как дадим определение приему инфотеймент.

Руководители новостных редакций на некоторых каналах (например, «Первый канал», «Санкт-Петербург») зачастую прибегают к таким приёмам, темам и форме подачи, которые у среднестатистического человека уже не ассоциируются с серьёзными новостями. Как отмечает С.Н. Ильченко, «Шоу, игра становятся медиаканалом доставки информации потребителю. Тем самым диверсифицируется акт коммуникации из процесса взаимного обмена с обратной связью в имитационное подобие доставки новостей, мнений по совсем особым законам – законам зрелища»³⁰. Привнесение развлекательного компонента в подаваемую информацию распространено на российском ТВ как никогда раньше. Называется данный метод подачи информации – инфотеймент.

Термин «инфотеймент» начал использоваться в США в публицистических работах по критике массмедиа в 1980 гг. Этот термин, образованный путем аббревиации двух английских слов: INFOrmation (информация) и enterTAINMENT (развлечение), был призван определить изменения, которые происходили в тот период на американском телевидении и касались более развлекательной подачи информации (прежде всего о политических событиях)³¹. Также Л.А. Васильева в своей книге «Делаем новости!» определяет понятие инфотеймент, как «разыгрывание новости»³².

³⁰ Ильченко С.Н. Эволюция системы жанров отечественного телевидения. Дисс. – Спб., 2011. – С. 30.

³¹ Ерёмкина Д.А. Интерпретация термина «инфотеймент» в российских и немецких исследованиях масс-медиа // Электронный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп». – М., 2013. – №4. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/1429> (дата обращения: 23.03.2017).

³² Васильева Л. А. ДЕЛАЕМ НОВОСТИ! Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 53.

Также в инфотейменте большое значение имеют личностные характеристики журналиста или ведущего. «Степень свободы самовыражения здесь достаточно высока. Главное, что необходимо, – не перевернуть факты и не навредить. Реорганизовывать же реальность можно, оставаясь в рамках профессии. Например, в духе infotainment отрабатывать мифы»³³. Инфотеймент с помощью развлечения, включая в себя игровое начало, создает новый вид подачи информации, тем самым сокращает расстояние между журналистом и аудиторией.

Н. Зорков в своей статье «Инфотеймент на российском телевидении» писал: «Из всех свойств игры, выделяемых различными исследователями, для журналистики, как нам кажется, особо важны 1) развивающий характер игры; 2) ее гедонистическая природа. Причем, играя, человек может испытать два различных «удовольствия»: удовлетворение от самого процесса игры и триумф победы, причем «инфотеймент базируется на традициях интеллектуальной «игры», когда с помощью специальных приемов зритель незаметно втягивается в эвристический процесс»³⁴.

Н. Картозия в своей статье заостряет внимание на том, что «инфотеймент построен на особенностях массовой культуры, клиповом мышлении. Сделать деловую журналистику зрелищной удалось за счет монтажных приемов, которые раньше использовались только в рекламных роликах и музыкальных клипах. В каждом кадре – действие. Каждая серия начиналась и заканчивалась игровыми стендапами, связанными между собой сквозным приемом»³⁵.

Но такие тенденции также могут и негативно сказаться на российском телевидении, ведь развлечение построено на и отрицательных, и

³³ Картозия Н. Русский infotainment. Часть 2. // Журнал «Broadcasting. Телевидение и радиовещание». – 2003. – №2. – С. 42.

³⁴ Зорков Н. Инфотеймент: возникновение, функции, способы воздействия // Relga.– 2005. – №19. – С. 16.

³⁵ Картозия Н. Русский infotainment. Часть 2. // Журнал «Broadcasting. Телевидение и радиовещание». – 2003. – №2. – С. 44.

положительных эмоций, это, в первую очередь, может отвлекать зрителя от самого главного – доносимой информации. «Развлечение не может не вступать в противоречие с обыденностью – чтобы утвердить себя в качестве новой телевизионной реальности, используются все формы эпатажа, от словесного до визуального, аудитория изначально воспринимается упрощённо, зритель наделяется достаточно низким культурным уровнем. Это, в свою очередь, побуждает журналистов в новостных передачах прибегать к постоянному использованию юмора, клиповой манере подачи информации, упрощению речи, обыгрыванию стереотипов, использованию простых, порой примитивных, символов, образов, обращению к простым эмоциям и физиологическим потребностям»³⁶.

Кроме того, произошел симбиоз развлекательная функция не только с информационной, но также и с такими функциями, как культурно-просветительская и образовательная функциями. Это проявилось в явлениях «сайенстейнмент» и «эдьютейнмент».

Сайенстейнмент – science («наука») и entertainment («развлечение») – это подача научных фактов в развлекательной форме. В таких программах, как «Галилео» (является российским вариантом немецкой программы «Galileo» канала ProSieben) и многих зарубежных аналогах («Разрушители легенд», «Мозголомы») образовательная функция сочетается со зрелищем, шоу. Научно-развлекательные программы сейчас вытесняют научно-популярные, ведь упор делается не на логическое вербальное объяснение, а на эмоциональный визуальный ряд.

Таким образом расширили и аудиторию передач, теперь они, скорее, являются семейными программами. И несмотря на то, что такие программы позиционируют себя как научно-образовательные, основной функцией все равно остается рекреация.

³⁶ Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С. Н. Акинфиев // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – №6. – С. 113.

Подобным явлением считается эдьютейнмент, в нем сочетаются образовательная составляющая и функция развлечения – education («образование») и entertainment (развлечение). Однако у эдьютейнмента есть важное отличие от сайенстейнмента – образовательная и просветительская функции все-таки преобладают над развлекательной. В эдьютейнменте развлекательная составляющая является лишь вспомогательным элементом для продвижения просветительской и образовательной функций.

К примеру, в жанровую систему эдьютейнмента принято включать такой жанр, как докудрама, которая включает в себя элементы как документального, так и игрового кино, но, стоит отметить, что документальность все-таки является приоритетной для докудрамы. «Возникшая на BBC в начале 60-х годов как реконструкция исторических и сложных социальных событий докудрама вошла в систему жанров западных СМИ. Российская документалистика наследует эти традиции, активно развивая биографическую тематику»³⁷.

То есть улучшение развлекательного телевидения происходит вследствие возможности слияния данной функции с другими, это дает возможность сделать вывод, что ценности телевизионного развлечения со временем постепенно растут, ведь «практически все телевизионные развлекательные программы содержат в себе что-то, что может научить ценностям»³⁸.

Для анализа развлекательных телепроектов необходимо представить описание некоторых элементов, присущих инфотейнменту, которые описала Л.А. Васильева в своей книге «Делаем новости!»³⁹.

³⁷ Шергова К.С. Докудрама – новый жанр? //Вестник электронных и печатных СМИ., №13., – 2012. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2102> (дата обращения: 17.04.2017).

³⁸ Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация// Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М. – 2004. – С. 227

³⁹ Васильева Л. А. ДЕЛАЕМ НОВОСТИ! Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 47.

Во-первых, чтобы любой сюжет был более интересным и оживленным, необходимо, чтобы в нем присутствовали герои. Это важное условие для любой работы в телевизионной журналистике. Герой в сюжете помогает рассказать автору определенную историю. Элементом инфотеймента будет считаться те истории, рассказанные героями, который будут интересней, и занимательней для зрителя. Занимательной история становится тогда, когда она начинает вызывать эмоции. Это происходит при условии, когда видеоматериал грамотно выстроен драматургически: завязка, развитие, кульминация и финал. В видеоматериале в «стиле инфотеймент» это непереносимое условие.

Во-вторых, к элементам инфотеймента можно отнести такие методы журналистики, как реконструкция событий и включённое наблюдение (приёмы «журналист меняет профессию» и «испытано на себе»).

В-третьих, важным элементом является появление в кадре самого рассказчика-журналиста (необычные, запоминающиеся стэндапы). Стэндап придает сюжету эмоциональность, повышает значение всего материала и статус автора, облегчает понимание материала зрителями. В телесюжетах в стиле инфотеймент требуются именно стэндапы, а не просто появление корреспондента в кадре.

В-четвертых, в самих текстах сюжетов можно отметить специфические языковые особенности: журналисты используют приёмы, которые вносят в сюжеты элемент развлекательности, облегчают новость. В закадровых текстах преобладает разговорный стиль речи. Также закадровые тексты информационно-развлекательных телевизионных материалов имеют эмоционально-экспрессивную окраску, здесь важна интонация и смысловые ударения.

В-пятых, для придания эмоциональности телевизионным материалам инфотеймент предполагает использование музыки в телевизионных сюжетах.

«Современное телевидение требует от специалистов тщательнейшего отношения к выбору и способам использования музыкального материала. Музыкальные акценты делают эфир намного логичнее и понятнее зрительской аудитории, обозначая отдельные разделы и кульминационные точки. Музыка также усиливает воздействие, эмоциональности и развлекательности телевидения»⁴⁰.

В-шестых, к элементам инфотеймента можно отнести еще и монтаж. Он как выразительное средство тоже может быть задействован для придания телевизионному сюжету определённой стилистики. «Склейка» планов в развлекательном телевизионном материале отличается от монтажа, например, классического новостного сюжета. «Новостной монтаж, не предполагает не только сложных эффектов, фильтров и многослойных композиций. Обычно монтаж сюжета новостей ведётся прямой склейкой, и это правильно, потому что излишняя вычурность монтажа в этом случае может отвлечь зрителя от сути репортажа»⁴¹. Для инфотеймента, напротив, свойственно использование различных видов монтажа, самых разнообразных спецэффектов.

Получается, что благодаря всем этим элементам ведущий или журналист не сообщают новость в первоначальном виде, как это было раньше. Они стараются её приукрасить, сделать более интересной, подать её в таком виде, чтобы зрителю не только понравилось, но и захотелось ещё.

Инфотеймент проникает во все телевизионные работы. Он стал одним из необходимых условий даже в новостных программах, которые занимают центральное место в сетке вещания каналов. Корреспонденты стараются подавать даже официальные новости как можно интересней. При

⁴⁰ Чернышов А.С. Функции оформительской музыки на ТВ. / А.С. Чернышов. // Журнал «625». 2007. – №8. – [Электронный ресурс] URL: <http://rus.628net.ru/audioproducer/2006/08/funkc.htm> (дата обращения 18.02.17).

⁴¹ Почкай Е.П. Технология СМИ. Выразительные средства телевидения и радио. – Спб., 2000. – С. 45.

использовании инфотеймента рекреативная функция сливается с информационной.

5. Журналист – **сценарист** развлекательной программы «должен уметь уже на бумаге мыслить телевизионными образами, четко представлять себе, каким должен быть конечный результат на экране или в радиоэфире (картинка, текст, музыка), знать специфику своей аудитории и создавать развлекательный продукт, интересный именно ей. Должен четко ориентироваться в жанровых требованиях будущей работы и средствах ее воплощения»⁴².

6. Журналист как **организатор** развлекательной программы должен найти представителей различных областей общественной деятельности: журналист должен договориться с ними о сотрудничестве и подготовить их к эфиру.

7. Журналист, выступающий как продюсер развлекательных телевизионных программ должен придумать проект, объяснять его идею редакции, также разработать планы реализации программ, подобрать кадры и координировать деятельность всех сторон, участвующих в проекте. На сайте work.ua указана должностная инструкция продюсера, там значится, «что продюсер развлекательных программ должен знать законодательство о средствах массовой информации, менеджмент и маркетинг, технические средства телерадиовещания, экономику, формы и методы проведения рекламных кампаний, передовой отечественный и зарубежный опыт производства продукции подобного рода. И обязательно находить новые интересные проекты, тесно сотрудничать с авторами, работающими в жанре развлекательных программ»⁴³.

⁴² Кемарская, И.Н. Телевизионный редактор – профессионал/И.Н. Кемарская. – М.: Галерея, 2004. – С. 17.

⁴³ Продюсер программ. Должностная инструкция. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.work.ua/documents/job-descriptions/journalists/312/> (дата обращения: 23.09.16).

Подводя итоги параграфа, можно сказать, что журналист как участник информационного производственного процесса на телевидении может выполнять роль творца, то есть автором сюжетов, редактором и организатором подготовки материала и выпуска его в эфир. Также стоит отметить, что журналистская деятельность не всегда является авторской. Во второй главе мы будем описывать работу журналистов в развлекательных телепроектах, для того, чтобы проанализировать, какие особенности у телепроектов, выбранных нами для анализа, а также будем анализировать личности ведущих или корреспондентов, для этого в следующем параграфе мы рассмотрим такое явление, как маска телевизионного журналиста.

1.2. Маски телевизионного журналиста

«На телевидении сообщение неотделимо от его носителя», – еще в 90-х написал исследователь П.С. Гуревич. Так и сейчас никто не станет спорить с утверждением, что телевизионный журналист является лицом программы. Вопрос имиджа ведущих рассмотрели многие исследователи. Например, первый советский телекритик В.С. Саппак писал о журналистах на телевидении следующее: «На телевидении нужны *личности*, индивидуальности, через которые можно что-то узнать о времени, создавшем их. И категорически не нужны манекенщицы, точно информирующие нас о модах сезона. Не нужна безукоризненная банальность»⁴⁴. Эти рассуждения не утратили актуальность до сих пор, хотя В. Саппак публиковался в середине прошлого столетия.

А уже в конце 80-х Е. Труسوнова одна из первых выделила два типа актерских образов в телевизионных фильмах: «актер-мироощущение» и «актер-философ». И если первый находится на равных со зрителем, то

⁴⁴ Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы. – М.: Искусство, 1988. – С. 23.

второй «хранит загадку своего образа, а зритель вкладывает в его многозначительное поведение любой смысл, в зависимости от своего восприятия»⁴⁵. Но такой типологии для современного многообразия ведущих было бы недостаточно, поэтому многие исследователи выделили свои типы журналистов на телевидении.

Уже в нашем столетии исследователь А.А. Новикова в книге «Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия»⁴⁶, выделила следующие типы журналистов на телевидении:

Золушка (может быть и мужской вариант), уже совершившая свое триумфальное восхождение на Олимп.

Женщина-мать, отстаивающая право устраивать свою жизнь и жизнь детей так, как ей нравится. Собственно, представители этого типа могут быть и гламурными, и не гламурными. Все зависит от того, какая реальность предстает перед зрителями через ведущиеся ими разговоры и ситуации, участницами которых они становятся.

Женщина-авантюристка, равноправная с мужчинами участница приключения.

Мужчины на современном телевидении, по мнению А. Новиковой, должны тяготеть к типу **супергероя** с явно выраженными чертами **героя-любownika** либо **злодея**.

Типология ведущих присутствует также в исследовании Н.А. Захарченко «Анализ современной телевизионной программы», она выявила, что журналисты на телевидении могут⁴⁷:

⁴⁵ Труснова Е. Театральный актер: телевизионное измерение // ТВ Вчера, сегодня, завтра. – М., 1987. – С. 38-57.

⁴⁶ Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008. – С 108.

- быть информатором (эта функция реализуется, как правило, в информационных программах);
- интересным собеседником (как, например, Владимир Познер в программе «Познер»);
- «воспитателем», наставником масс (Елена Малышева в «Жить здорово»);
- выступать в роли заступника, избавителя от бед (Елена Проклова в «ЖКХ»);
- осуществлять функцию модератора общения (Михаил Зеленский в «Прямом эфире»);
- исполнять роль эксперта в какой-либо узкой сфере деятельности (Александр Васильев и Эвелина Хромченко в шоу «Модный приговор»);
- наконец, надевать маску провокатора (Владимир Соловьев «Поединок»).

Были описаны и роли журналиста-исследователя И.Н. Блохиным в учебном пособии «Журналистика в этнокультурном взаимодействии». Исследователь описывает эти роли следующим образом: «Ролевая вариативность проявляется в отношении к соучастникам событий как к информаторам и в том, насколько они осведомлены о том, что в событиях участвует журналист-исследователь»⁴⁸.

И.Н. Блохин выделяет следующие роли:

- **Новичок** «проявляет невежество, задает вопросы, обнаруживает некомпетентность в естественных и повседневных для окружающих людей вещах».
- **Эксперт, знаток, судья.**

⁴⁷ Анализ современной телевизионной программы: учебное пособие / сост. Н.А. Захарченко; под ред. В.Я. Мачнев. – Самара: Изд-во ООО «Порто-принт», 2012. – С. 75.

⁴⁸ Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие. – СПб., 2013. – С. 172.

- **Полный участник**, «цели и статус журналиста-исследователя остаются тайной для окружающих, поэтому подобные ситуации нередко называют скрытым наблюдением».
- **Чужак**, «описание с точки зрения наблюдения».
- **Свой**, «описание с точки зрения участвующего в событиях».

Теоретики и практики журналистики не раз обращались к теме различных типов поведения журналиста во время интервью, говоря о «масках» интервьюера. Например, Л. Шестеркина⁴⁹ выделяет следующие их типы: «слушатель», «юный друг», «ревизор», «третейский судья», «надменный журналист», «функционер», «художник», «молодой казак», «интурист».

Стоит отметить, что это лишь несколько типологий «масок» журналиста. Также важно определить, меняется ли роль журналиста в зависимости от формата телепередачи. По нашему мнению, чаще встречаются случаи, когда журналиста, отыгрывающего определенную роль приглашают в определенную программу, то есть журналистов уже с их устоявшейся «маской» подбирают под формат проекта. Например, Алла Михеева, журналистка программы «Вечерний Ургант», играет свою роль не только в авторской рубрике, но и на других передачах. Иногда случается, что по внешним характеристикам человек подходит на ту или иную роль, но в жизни человек характерен совсем другими чертами характера. К примеру, Елена Летучая, которая представляется нам в программе «Ревизорро» суровой, бескомпромиссной журналисткой, в жизни же наоборот является достаточно добродушной и ранимой, что неоднократно подмечали в интервью не только сама Елена, но и ее коллеги. Таким образом, чаще всего роль журналиста в зависимости от формата не меняется. Наоборот, редакторы других программ приглашают журналистов на участие в новых

⁴⁹ Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – М.: Аспект Пресс, 2012. – С 97.

проектах, ориентируясь на то, в каких амплуа эти журналисты уже запомнились зрителям.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что рекреативная функция телевидения в наше время постепенно выходит на первый план. А выделение особенностей развлекательных телепроектов позволило нам выйти на исследование «ролей» журналиста, так как определяющую роль в рамках данной работы играет анализ работы журналистов в развлекательных передачах.

Также в первой главе мы изучили разнообразные теории и классификации «масок» журналистов. Это исследование также немаловажно, ведь в данный момент развития отечественного телевидения журналисты для зрителей являются олицетворением проекта. В зависимости от того, какую «маску» выберет журналист, будет выстроено мнение аудитории не только о личности ведущего, но и о программе.

В соответствии с данными теоретическими установками мы создали свой аналитический подход к работе журналиста в развлекательных телепроектах, анализировать которые мы будем в следующей главе.

Глава 2. ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ, РОЛЬ И МАСКА ЖУРНАЛИСТА В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ТЕЛЕПРОЕКТАХ

2.1. Авторская рубрика «Острый репортаж с Аллой Михеевой» в информационно-развлекательной программе «Вечерний Ургант» на Первом канале

Программа «Вечерний Ургант» выходит на Первом канале с весны 2012 года с понедельника по пятницу в 23:30. Такой формат передачи называют «позднее вечернее шоу». В статье 2012 года на сайте Первого канала мы читаем: «А если серьезно – нашу передачу с иностранными объединяют только правила игры, формат программы. Все остальное – исключительно национальный продукт. Непринужденная, почти задушевная беседа с гостем – основа программы. Ее козыри – импровизация и юмор на злобу дня»⁵⁰.

В телепередаче «Вечерний Ургант» большое количество рубрик, одна из которых – «Острый репортаж с Аллой Михеевой». Алла Михеева родилась 7 февраля 1989 года (на данный момент Алле 28 лет) в Украинской ССР. Детство провела в городе Междуреченске Кемеровской области, затем переехала в Санкт-Петербург. В 2008 году поступила в Санкт-Петербургскую академию театрального искусства. С 2010 года работала актрисой в музыкально-драматическом театре «БУФФ». Широкую известность получила с 2012 года, когда стала представлять в программе «Вечерний Ургант» рубрику «Острый репортаж». Один-три раза в месяц (в зависимости

⁵⁰ Первый канал. «Вечерний Ургант» – в эфир Первого канала выходит первое в России найт-шоу. – [Электронный ресурс] URL: https://www.1tv.ru/news/2012/04/15/99760-vecherniy_urgant_v_efir_pervogo_kanala_vyhodit_pervoe_v_rossii_nayt_shou (дата обращения: 20.03.16)

от количества инфоповодов) корреспондент Алла Михеева приносит в студию свой событийный репортаж.

Как и у любого другого журналиста на телевидении, у нее свое амплуа, своя маска. По классификации А. Новиковой, Алла Михеева представляет сразу два типа: «Золушка» (потому что, как мы уже указали выше, Алла из обычной актрисы петербургского театра волей случая стала узнаваемой ведущей рубрики на Первом канале) и «Женщина-авантюристка» (потому что Михеева в каждом из своих выпусков наравне с мужчинами и другими героями репортажей не стесняется быть участницей любых приключений). По классификации Н. Захарченко, журналистка, в первую очередь, является информатором (ведь выпуски рубрики – это событийные репортажи), также Михеева является провокатором, но не в обычном понимании (когда журналист-провокатор выводит людей на яркие негативные эмоции), ведь журналистка сама организует съемочный процесс на площадке, зачастую она провоцирует людей открыться и не стесняться камеры.

Сама Алла позиционирует себя, как «быстрая лиса»⁵¹. Но зрители воспринимают ее как инженерю, а в просторечии – «прелесть, какая дурочка»⁵². Именно так ее порой именуют телекритики: «Она выступает в образе «теледурочки», истинной блондинки, не отягощенной высоким интеллектом, и ставящей знаменитостям нелепые вопросы»⁵³. Сама журналистка не отрицает, что это сознательно создаваемый образ: «Мне очень приятно, что вы считаете, что это образ, потому что обычно спрашивают, как мне, такой наивной и необычной, живется. На самом деле нельзя сказать, что это полностью не я. В нынешнее время, когда амплуа блондинки опошлили неестественными губами, силиконовой грудью и жеманной интонацией, мне

⁵¹ Википедия. Михеева Алла Андреевна. – [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Михеева,_Алла_Андреевна (дата обращения: 18.03.16).

⁵² Там же.

⁵³ Узнай все. Алла Михеева, биография, новости, фото. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-alla-miheeva.html> (дата обращения: 18.03.16).

бы хотелось вспомнить о классических блондинках, о которых были созданы все анекдоты. Образ дамы недалекого ума, легкий и воздушный. Хотя, мне кажется, я достаточно умная, но так думают не все»⁵⁴.

Этот образ все-таки импонирует телезрителям, ведь растут не только просмотры рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой». Также Алла участвует в других проектах первого канала («Ледниковый период», «Вместе с дельфинами») и снимается в рекламе. Амплуа «прелестной дурочки» пришлось зрителям по нраву, образ Аллы Михеевой вызывает у них положительные эмоции, а также увеличивает просмотры или продажи (программы или товара), поэтому продюсеры «Первого канала» и рекламодатели приглашают к участию в проектах именно ее.

За счёт чего создается ею этот имидж «прелестной дурочки»? В первую очередь, стоит обратить внимание на ее поведение в студии вместе с Иваном Ургантом. Любой репортаж рубрики предваряет короткая беседа с ведущим о том, где на этот раз побывала корреспондент. Данный ход необходим, чтобы заинтриговать зрителя, поддержать диалогический характер самой программы.

В первую очередь стоит обратить внимание на стиль общения Аллы с Иваном Ургантом. Она всегда обращается к нему на «вы» или по имени-отчеству. Также Алла всегда с уважением относится к мнению ведущего, никогда не спорит с ним. Все это говорит о том, что Алла Михеева и Иван Ургант играют роли: подчиненная-босс. То есть мы постоянно видим в кадре некую игру: Иван – снисходительный босс, а Алла – молодая, непосредственная, недалекая и не очень грамотная журналистка. В этих сценках перед репортажем явно видна пародия на всю «гламурную» журналистику.

⁵⁴ HELLO! Россия. Алла Михеева: «На экране я выгляжу толще килограммов на 28». – [Электронный ресурс] URL: <http://ru.hellomagazine.com/zvezdy/intervyu-i-video/9907-alla-mikheeva-na-ekrane-ya-vyglyazhu-tolshce-kilogrammov-na-28.html> (дата обращения: 19.03.16).

Один из эпизодов их общения в кадре – сцена вручения подарков ведущему программы. Эти подарки корреспондент привозит с места съемок. Они становятся очередным поводом для шуток ведущего (грязь в банке, пенал в виде гроба, растаявшая карамельная статуэтка золотого граммофона и так далее). Поводом для шуток служат как нелепые вопросы журналистки, так и ее ответы на вопросы ведущего. Например, в выпуске от 05.02.12, приехав с праздника холодца, Алла подарила Ивану Урганту «платок главы города, с его плеча, Олега», «молот правосудия, его можно положить в машину вместо фуражки и с его помощью на дорогах устраивать справедливый арбитраж», «лапти 43 размера, ваш размер» и «холодец молодец». На вопрос Урганта: «Что означает цифра 100 на этом холодце?», – она отвечает: «Сто денег».

Для создания комических ситуаций журналистка намерено коверкает речь: она неграмотно строит сложные предложения, постоянно использует неправильное словоупотребление, играя роль не очень грамотной, но очень самоуверенной «блондинки» – она постоянно веселится в кадре: улыбается, хихикает и кокетничает с ведущим. Этот образ помогает создать и ее внешний вид: в студии она появляется с модной прической, ярким макияжем и в вечерних платьях.

Стоит отметить, что ампула «прелестной дурочки» или «гламурной блондинки» удачно вписывается в формат телепередачи «Вечерний Ургант». Но, естественно, в рубрике «Острый репортаж с Аллой Михеевой» ключевое звено – событийный репортаж. Мы уже знаем, что новости на многих каналах стараются подать со стилистикой инфотеймента, первична информация, но перед журналистами стоит задача: подать эту информацию интересно. Но случается и наоборот. Например, когда в развлекательной передаче зрителям доносят еще и какую-либо информацию. Информационная функция сливается с рекреативной. На данный момент примером

этого феномена на отечественном телевидении является рубрика «Острый репортаж с Аллой Михеевой». Далее мы рассмотрим особенности этого телепроекта.

Репортажи рубрики по своей сути являются событийными репортажами. События, которые освещаются, могут быть различного масштаба: как Зимние Олимпийские игры 2014 года, так и рядовой субботник в Королеве. Мы рассмотрели 17 репортажей, которые вышли в период с мая 2015 по апрель 2016 года (см. в приложении). Рассмотрим особенности этих сюжетов.

В первую очередь, стоит обратить внимание на то, какую роль выполняет Алла Михеева в этом телевизионном проекте. Конечно, Алла является не ведущим, а именно корреспондентом рубрики. Михеева также является и организатором съемок непосредственно на площадке. Она не только находит нужных людей для записи синхронов, но и также организует людей на съемку необходимых кадров или эпизодов. Еще журналистка скорей всего является сценаристом рубрики. Ведь ее сюжеты выходят в стилистике лайф-ту-тейп, а это значит, что уже непосредственно на съемочной площадке нужно хотя бы примерно понимать, какие нужны синхроны и стендапы, то есть Алла едет на съемки с уже примерным сценарием, по которому будут развиваться события в сюжете. В общем, Алла Михеева выполняет не одну роль в развлекательном проекте, являясь корреспондентом, организатором и сценаристом. Теперь рассмотрим, из каких же возможных состоят эти телевизионные репортажи.

Во-первых, обращает внимание отсутствие закадрового текста во всех материалах рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой». Но Алла Михеева постоянно находится в кадре и становится непосредственным участником происходящих событий. Такой прием называется «лайф-ту-тейп». «Лайф-ту-тейп – жанр сложный, умение хорошо говорить и двигаться в кадре, а главное, четко представлять структуру будущего сюжета

– просто необходимо»⁵⁵. В данном случае можно сказать, что Алла Михеева «хорошо говорит и движется» согласно выбранному ею имиджу.

Несмотря на постоянное присутствие журналиста в кадре, в репортажах отсутствуют стендапы как таковые – она не обращается с экрана к зрителям от первого лица. Зато мы видим ее, когда она задает вопросы героям, мы видим ее действия в качестве участника событий. Она танцует, поет, прыгает в воду, побуждает героев к каким-либо действиям в кадре: просит прокатиться на лыжах топлес, перевернуть стол, спеть песню и т. п.

То есть из всех репортажных структурных элементов для создания репортажей Алла использует только синхроны и лайфы, не используя ни закадровые тексты, ни стендапы.

Перед тем, как говорить о синхронах, стоит опять вспомнить об амплуа Аллы Михеевой. Естественно, она всегда отыгрывает свою роль во время интервью с героями. По нашему мнению, Алла Михеева в роли интервьюера использует маску «молодой казак», подразумевающую роль очень энергичного, делового и напористого журналиста. Импульсивность, энергичная мимика, громкий голос иногда помогают получить интересные ответы героев. Вполне вероятно, что у собеседника может возникнуть подсознательное желание отвечать также энергично и уверенно. Такой «молодой казак» в образе «прелестной дурочки» часто способен обаять и VIP-персон, и рядовых обывателей. Во всяком случае у Аллы Михеевой это получается. Лексика, которую использует корреспондент, снижена, используются нелитературные слова («прихапали», «кайфанули»).

Стоит отметить, что в сюжетах присутствуют не только ответы героев (что обычно наблюдается в новостных событийных репортажах, где вопрос

⁵⁵ Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. А. Бережной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. – С 121.

журналиста остается за кадром), а диалоги журналиста с героями. В данном случае синхроны несут не столько информационную, сколько эмоциональную нагрузку: важно не столько информация, сообщаемая человеком, а его субъективная оценка события и эмоциональная реакция на вопрос журналиста.

Вот характерный пример такого диалога: на вопрос журналиста: «Как вы отмечаете праздник день холодца?», явно нетрезвый герой отвечает: «Как-как? Выпиваем, закусываем, пляшем, сейчас песни будем петь уже». Так же и в следующем синхроне Алла Михеева присутствует в кадре, мы слышим ее вопрос: «Почему именно ваш поселок стал родиной холодца?». На довольно провокационный вопрос главе Павлово-Посадского района: «Скажите, а другие районы не завидуют вам, что вы «прихапали» себе этот праздник холодца?», герой отвечает в том же духе: «Кто первый встал, того и тапки». В данном репортаже много синхронов с людьми, отдыхающими на празднике холодца. В основном Алла задает достаточно забавные вопросы и получает не менее смешные ответы (например, что «Коряжма – великий город. А велик он своей продукцией – снегом, дождем, болотом, клюквой, брусникой»). Надо отметить, что обычно в такого рода репортажах журналист при монтаже сюжета не указывает имен и фамилий героев за исключением высоких должностных лиц.

Лайф, как элемент репортажа, обязательно присутствует в каждом сюжете рубрики. Эти эпизоды нужны для создания атмосферы события. И часто журналист сам эти эпизоды и режиссирует: в выпуске от 26.02 с горнолыжного склона Роза Хутор она помогает забраться человеку в спасательные санки, на которых по горам возят травмированных людей, показывая, как это делается, на вручении премии «Золотой граммофон» Алла Михеева попросила всех «звезд» лизнуть карамельную фигурку граммофона, а на премии «Чартова дюжина» и вовсе спровоцировала Гарика Сукачева перевернуть стол с едой в его гримерке и т. д.

В стилистике инфотеймента Алла Михеева использует и журналистский прием «испытано на себе». Например, Алла пытается подраться на мечях на рыцарском турнире в московском парке Коломенское (выпуск от 13.05.15), проезжается в скоростном автомобиле на российских соревнованиях по дрифту в Москве (выпуск от 29.05.15), ест лук на фестивале лука в поселке Лух (выпуск от 07.09.15), участвует в реконструкции танковой битвы (выпуск от 18.09.15), рыбачит на международном турнире по рыбалке в Астрахани (выпуск от 06.11.15), ныряет в купальнике в ледяную воду на Чемпионате мира по зимнему плаванию в Тюмени (выпуск от 18.03.16), прокатилась на мотоцикле на открытии мотосезона в Москве (выпуск от 22.04.16), помогала посадить дерево на субботнике в городе Королев (выпуск от 29.04.16), прокатилась на чужих санях на чемпионате по санному спорту в Москве (выпуск от 03.02.17), прокатилась на банане по снегу (выпуск от 10.03.17) и прокатилась в купальнике на лыжах в Сочи (выпуск от 05.04.17).

Развлекательный характер репортажей подчеркивается и использованием фоновой музыки в сюжетах, которая помогает создать эмоциональную атмосферу событий.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что репортажи рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой» являются событийными репортажами, все компоненты которых с точки зрения их содержания и эмоционального заряда соответствуют стилистике инфотеймента.

2.2. Информационно-развлекательная телепередача «Ревизорро» на телеканале Пятница!

«Пятница!» – общероссийский федеральный развлекательный телеканал. Эфирная сетка канала построена на оригинальных развлекательных программах собственного производства, а также

производства украинских телеканалов. Телеканал начал вещание 1 июня 2013 года на эфирной частоте канала MTV Россия. Так сам себя характеризует телеканал «Пятница!» на своем официальном сайте: «Телеканал для тех, кто охотится за впечатлениями и хочет попробовать мир на вкус. Телеканал для путешественников, для борцов за качество сервиса, для активистов и созерцателей. Телеканал-гид, раскрывающий новые удивительные возможности»⁵⁶.

На сайте холдинга «Газпром-медиа», к которому относится телеканал «Пятница!», следующее его описание: «Телеканал «Пятница!» постоянно развивает оригинальные шоу и форматы. В топ программ телеканала входят обладатель двух премий ТЭФИ (2014 и 2016 г.) в номинации «Развлекательная программа «Образ жизни» тревел-шоу «Орел и Решка», проекты «Магазинно», «На ножках», «Опасные гастроли», «Проводник», обладатель ТЭФИ-2016 за лучшее журналистское расследование социальный проект «Ревизорро»⁵⁷. О последней программе как раз и пойдет речь дальше.

«Ревизорро» – российская телепередача, журналистский проект, который выходит на телеканале Пятница! с 2014 года. Ведущая телепередачи посещает города России, чтобы проверить качество сервиса в отелях, ресторанах, ночных клубах и других заведениях.

Программа является адаптацией украинского телешоу «Ревизор». Ведущей программы с 2014 года являлась Елена Летучая, с весны по осень 2016 года ведущей являлась Ольга Романовская. Осенью Елена Летучая вернулась на телепередачу «Ревизорро» с проверкой заведений Москвы.

Елена предстает перед телезрителями в амплуа строгой, но справедливой ведущей. Елена обычно придирчиво проверяет рестораны,

⁵⁶ Официальный сайт телеканала «Пятница». – [Электронный ресурс] URL: <https://friday.ru/about> (дата обращения: 21.10.16).

⁵⁷ Официальный сайт медиа-холдинга «Газпром-медиа». – [Электронный ресурс] URL: <http://www.gazprom-media.com/ru/company/show?id=17> (дата обращения: 21.10.16).

рассказывая зрителям обо всех недостатках, даже незначительных. Поэтому зрители верят такой требовательной ведущей. Кстати, Летучая, как и Михеева, тоже блондинка, но немного с другим амплуа. На сайте глянцевого журнала Cosmopolitan Елену назвали «девушка-скандал»⁵⁸, потому что в большинство выпусков телепроекта «Ревизорро» входят съемки скандалов журналистки с владельцами ресторанов или отелей. По типологии ведущих от А.А. Новиковой, Елена Летучая относится к типам «Женщина-мать» (потому что Елена в своем лице отстаивает права россиян на качественное обслуживание в ресторанах, кафе, хостелах и отелях) и «Женщина-авантюристка» (потому что Летучая и на шпильках может на подоконник полезть, чтобы проверить, убирают ли пыль в труднодоступных местах, то есть журналистка делает все, что потребуется для съемочного процесса). По классификации журналистов от Н.А. Захарченко, Елена Летучая является информатором (цель передачи – проинформировать россиян о качественном или некачественном обслуживании), наставником масс (она объясняет, как не должны обращаться с клиентами в сфере услуг и как на это реагировать), заступником, избавителем от бед (журналистка мотивирует отели, рестораны и прочих исправлять ошибки, а если ошибки серьезные, сообщает в санэпидемстанцию), исполняет роль эксперта (Елена знает всевозможные нормы, например, нормы хранения продуктов, нормы содержания бактерий на поверхностях, нормы освещения помещений и рассказывает эти знания владельцам бизнесов и зрителям) и является провокатором (Летучая не слушает просьбы или угрозы остановить проверку, она знает свои задачи, которым следует, и, соответственно, этим провоцирует конфликты). Если говорить о «маске» интервьюера по типологии Л. Шестеркиной, то Елена Летучая, несомненно, предстает перед зрителями в роли «ревизора».

⁵⁸ COSMOPOLITAN. Девушка-скандал Лена Летучая о книге жалоб и мужчине мечты. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.cosmo.ru/stars/interview/devushka-skandal-lena-letuchaya-o-knige-zhalob-i-muzhchine-mechty/> (дата обращения: 21.10.16).

Стоит отметить, что Елена уходила из проекта на один (четвертый) сезон, ее заменила Ольга Романовская, но уже спустя полгода в пятом сезоне зрители снова увидели Летучую в роли ведущей. Елена ушла из проекта после третьего сезона, потому что, как она заявляла неоднократно и в прессе, и в выпусках «Ревизорро-Шоу», она устала от частых нападений владельцев ресторанов и отелей. Елена Летучая не хотела продолжать работу в проекте, потому что после нападения в Салехарде ей пришлось лечиться у психологов и обследовать свое психическое здоровье, а также ведущая боялась новых нападений со стороны владельцев. Но как только Елена ушла с поста ведущей, рейтинги программы резко начали падать. Зрители даже не хотели видеть никого другого в роли ведущей этого шоу, поклонники Елены даже устроили акцию протеста, чтобы она вернулась на проект. А спустя полгода и сама Елена не смогла отказаться от возвращения в программу. Таким образом, Летучая ушла из проекта на один сезон, но вернулась, потому что зрителям кажется ее образ более подходящим для этой программы, чем образ Ольги Романовской.

Сами выпуски телепередачи по своей сути являются небольшими журналистскими расследованиями. В «Ревизорро» до ноября этого года проверяли сервис в разных городах России: от Калининграда до Южно-Сахалинска. А с 7 ноября начали выходить выпуски о проверке заведений Москвы. Мы рассмотрели 27 выпусков телепередачи, которые вышли в период с 1 сентября 2016 по 8 декабря 2016 года.

Рассмотрим, какие роли, как журналист, выполняет Елена Летучая в телепроекте «Ревизорро». Естественно, Елена выполняет роль корреспондента (она находится в кадре всю программу, все сюжеты в программе соединены стендапами, синхронами и лайфами, которые ведущая записывает на местах съемки), также Летучая является организатором съемочного процесса (иногда во время выпусков мы даже слышим, как она командует оператором, что снимать), также Елену Летучую можно назвать и

сценаристом программы (никто до самих съемок не знает, как будут развиваться события, но Елена составляет примерные сценарии в голове), также Летучая является продюсером этого телепроекта (В 2016 году Елена получила награду на премии «Прорыв года» как лучший продюсер за продюсерскую работу над всеми телепроектами, связанными с передачей «Ревизорро»). Далее рассмотрим особенности выпусков данной развлекательной телепередачи.

Первое, на что стоит обратить внимание – все выпуски смонтированы в большей степени из «лайфов». «Лайф (life – англ. «жизнь, живой») – видеофрагмент в сюжете, сопровождаемый только интершумом (без закадрового текста), имеющий принципиальное смысловое значение»⁵⁹. Лайфы помогают телевизионным журналистам напрямую доносить информацию до зрителей.

Съемка передачи «Ревизорро» ведется сразу с нескольких камер, благодаря чему съемочной команде удастся отснять большое количество материала. С помощью съемки «от первого лица» создается «эффект присутствия». Зритель как бы вместе с ведущей телепрограммы участвует в событиях выпуска. Ведущая (Ольга Романовская в выпусках до ноября 2016 года или Елена Летучая с ноября 2016 года) не просто проводит свою проверку, но и разъясняет все для телезрителей, демонстрируя на камеру.

Проверки каждого заведения заканчиваются «стендапом». «Стендап (stand-up – англ. «выполненный стоя») – монолог репортера в кадре на месте события, являющийся постановочным эпизодом при съемке»⁶⁰. На стендапе ведущая стоит на фоне входной двери в проверенное заведение и оглашает свой вердикт: прошло заведение проверку или нет.

⁵⁹ Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. А. Бережной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. – С 121.

⁶⁰ Там же. С 123.

Рассмотрим выпуски телепередачи «Ревизорро» с точки зрения инфотеймента. Мы будем основываться на тех элементах, о которых шла речь в первом параграфе первой главы.

1. Герои. В каждом эпизоде всей передачи «Ревизорро» есть герои. Либо это владельцы или обслуживающий персонал заведения, либо его посетители, либо тайные гости. Герои помогают удерживать интерес зрителей. Например, в передаче от 8 декабря 2016 года, где Елена Летучая проводит повторные проверки заведений, мы переживаем за девочку Варю, которая осталась одна в ресторане и начала очень сильно волноваться. Все дело в том, что Варя и ее мама Ольга пришли в ресторан как тайные покупатели от Елены Летучей. Мама девочки должна была уйти из заведения, чтобы Елена повторно смогла проверить реакцию персонала семейного ресторана. Или, например, в выпуске от 17 ноября 2016 года, где Елена проверяет заведения в Центральном универмаге Москвы, нам интересна реакция повара ресторана, которая на камеру с улыбкой утверждает, что оператор, видимо, в нее влюбился, раз ходит по пятам.

2. Метод «испытано на себе». Ведущие программы всегда лично проверяют качество продуктов, качество уборки, качество обслуживания и так далее. Это помогает добавить не только достоверности к сказанной информации, но и развлекательности в саму программу.

3. Появление журналиста в кадре. На протяжении всей программы мы видим ведущую либо на лайфах, либо на стендапах.

4. Языковые особенности. Во-первых, ведущими используется разговорный стиль речи, что вполне логично, ведь зрители наблюдают за обычными разговорами между ведущей и персоналом. Во-вторых, в речи ведущих присутствует эмоционально-экспрессивная окраска, потому что они не скрывают эмоций. Наоборот, в том числе и по их реакции до зрителей тоже доходит информация. Например, когда ведущая заглядывает под

кровать в отеле и мы видим на ее лице отвращение. Зритель, еще не увидев то, что находится под кроватью, уже понимает вердикт ревизора. Или, например, только с помощью ударений зритель понимает, что фраза: «В результате проверки этого прекрасного ресторана...», – строится на сарказме.

5. Музыка. На монтаже специально подбирают такую музыку к эпизодам, которая сможет сформировать отношение зрителя к персоналу заведения. То есть, если нужно передать информацию, что в заведении плохое обслуживание, то музыка будет нарастающая, с грустными или тревожными нотками. А если нужно передать, что в заведении хорошее обслуживание – музыка будет веселая и динамичная.

6. Монтаж. В программе присутствуют помимо определенных спецэффектов: овала, в котором идет видео, а под ним подпись грязь, повтор определенных кадров или список плюсов и минусов заведения во время подведения итогов – присутствуют также и звуковые эффекты.

Присутствие всех этих пяти элементов говорит нам о том, что данная передача, несмотря на то, что первоначально, по своей цели, имеет аналитическую направленность (журналистское расследование), относится к развлекательному формату. Стоит напомнить, что главная идея передачи – улучшить сервис обслуживания, показывая всю информацию о заведении. Но на самом деле в этой передаче мы видим, как в каждом выпуске ведущие программы нарушают правовые нормы.

Ведущие программы во время проверки ресторанов первым делом проходят на кухню, чтобы посмотреть, в каком состоянии находится кухня и как на ней хранят продукты. Эти эпизоды с проверкой кухни являются ключевыми в выпусках. В первую очередь, проверка кухни определяет будет ли рекомендован ресторан зрителям или нет, а также проверки кухонь занимают большую часть времени выпусков. Но действия во время проверки кухонь незаконны, получается, Елена Летучая как продюсер проекта

нарушает указанные в первой главе должностные обязанности продюсеров (обязанность знать закон). Далее мы разберем неправомерность поступков ведущих в программе «Ревизорро».

Ведущие данной телепрограммы, устраивая проверки кухни кафе или ресторана, ссылаются на Закон о СМИ, которой, по их мнению, открывает им доступ куда угодно, так как она имеет статус журналиста.

Однако, это не совсем так. Например, в пункте 2 статьи 47 Закона «О СМИ» говорится о возможности посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы. Однако, нигде не прописан порядок, как журналист это может делать. Поэтому, журналист при реализации данного права должен подчиняться законодательству, в том числе принимать во внимание учет часов работы организации, пропускного режима, правил посещения и т.д. То есть ведущие программы «Ревизорро» под предлогом того, что они журналисты, заходят на частную собственность, утверждая, что это общественное место, что также не является верным. Четкого понятия термина «общественное место» российское законодательство не содержит, из содержания КоАП РФ можно сделать вывод, что «общественное место» – место общего пользования, где находятся, либо могут потенциально находиться люди, где вход свободный для всех категорий граждан. А вот юридическое определение частной собственности: «частная собственность – одна из форм собственности, означающая абсолютное, защищенное законом право гражданина или юридического лица на конкретное имущество, включая средства производства»⁶¹. То есть ведущие телепередачи «Ревизорро» заходят не в общественное место, а на частную собственность. Это является правовым нарушением. И хотя ведущие соблюдают пункт 9 статьи 49 «Закона о СМИ» (в котором говорится, что журналист обязан

⁶¹ Большой юридический словарь. – М.: Инфра-М. А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А.Я. Сухарева. 2003. – С. 528.

показывать удостоверение по первому требованию), они явно нарушают 2 пункт статьи 47. А еще в выпусках передачи люди, которые пытаются воспрепятствовать проверке на кухне, с помощью подбора кадров и монтажа выставляются в негативном свете. Это помогает убедить зрителей о правомерности действий ведущих. Поэтому многие владельцы заведений или их персонал не препятствуют проверке ревизора, потому что боятся выставить себя в дурном свете. Но все-таки почти в каждом выпуске присутствуют люди, которые пытаются воспрепятствовать проверке «Ревизорро», ссылаясь на то, что территория кухни – это частная собственность. Такие люди появляются в следующих эпизодах: Смоленск (выпуск от 21 сентября 2016), Хабаровск (выпуск от 4 октября 2016), Южно-Сахалинск (выпуск от 11 октября 2016), МГУ (выпуск от 9 ноября 2016), набережные (выпуск от 10 ноября 2016), старый Арбат (выпуск от 14 ноября 2016), Цветной бульвар (выпуск от 21 ноября 2016), площадь трех вокзалов (выпуск от 22 ноября 2016), Рублевка (выпуск от 24 ноября 2016), Кутузовский проспект (выпуск от 28 ноября 2016), новый Арбат (выпуск от 1 декабря 2016), современные и модные заведения (выпуск от 5 декабря 2016), спальные районы (выпуск от 6 декабря 2016).

А в этих эпизодах персонал заведения вызывает полицию: Смоленск (выпуск от 21 сентября 2016), МГУ (выпуск от 9 ноября 2016), набережные (выпуск от 10 ноября 2016), старый Арбат (выпуск от 14 ноября 2016), Цветной бульвар (выпуск от 21 ноября 2016), площадь трех вокзалов (выпуск от 22 ноября 2016), Кутузовский проспект (выпуск от 28 ноября 2016), новый Арбат (выпуск от 1 декабря 2016), современные и модные заведения (выпуск от 5 декабря 2016).

И ни в одном из выпусков полиция не задержала команду «Ревизорро», наоборот стражи порядка всегда убеждают владельцев заведений, что действия съемочной команды правомерны.

То есть программа «Ревизорро» смогла убедить телезрителей в правомерности своих действий, в том числе и представителей полиции. Значит, редакторы и продюсеры программы смогли создать «фейк», которому все окружающие верят. «Фейк» (от англ. fake – подделка) – в широком смысле слова, любая подделка, выдаваемая за настоящую вещь. В СМИ «фейк» – это фальшивые новости, которые не все способны отличить от правды. Так и ведущие программы сообщают, что они имеют право зайти на кухню, якобы они это делают согласно 14 и 15 статьям Постановления Правительства РФ №1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» и «Закону о СМИ». В вышеуказанных статьях Постановления Правительства сказано⁶²:

14. Потребителю должна быть предоставлена возможность ознакомления с меню, прейскурантами и условиями обслуживания как в зале, так и вне зала обслуживания.

15. Информация об исполнителе и оказываемых им услугах доводится до сведения потребителей в месте предоставления услуг на русском языке, а дополнительно, по усмотрению исполнителя, на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

Потребитель вправе получить дополнительную информацию об основных потребительских свойствах и качестве предлагаемой продукции общественного питания, а также об условиях приготовления блюд, если эти сведения не являются коммерческой тайной.

Эти статьи говорят о праве знакомиться с информацией о продуктах, условиях их приготовления, в том числе вне зала обслуживания. В

⁶² Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания». – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15559/f6006c37110bc6aeeb3cf5cac7d5e5b206472240/ (дата обращения: 07.11.16).

Постановлении нет указания на то, что вне зала это значит на кухне или в туалете заведения. Прежде всего это значит, что потребитель должен быть ознакомлен даже перед входом в ресторан или кафе. Васильчикова Н. В. в своей монографии «Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры» комментирует эти статьи Постановления так: «Согласно Правилам оказания услуг общественного питания вам должны предоставить возможность ознакомиться с меню, ценами, условиями обслуживания, а также с дополнительными услугами, предоставляемыми в этом заведении. Если цены вас не смутили, официант проводит вас к сервированному столику. На нем должны стоять бокалы, фужеры, столовые приборы, салфетки (бумажные и полотняные), специи. В столовых и на предприятиях общественного питания, работающих по методу самообслуживания, допускается упрощенная сервировка (приборы со специями и бумажные салфетки). Официант должен принести вам меню и дать время для того, чтобы сделать выбор. По вашей просьбе официант обязан дать необходимые пояснения, например, о том, из чего приготовлено то или иное блюдо. После того как вы определились, официант должен принять у вас заказ»⁶³. То есть мы опять можем сделать выводы, что ведущие неправомерно осуществляют свою журналистскую деятельность.

Также ведущие нарушают и другие обязанности, обозначенные в 49 статье «Закона о СМИ». Например, журналисты нарушили 2 пункт: «проверять достоверность сообщаемой им информации»⁶⁴. 15 декабря 2015 года было опубликовано решение апелляционной инстанции Арбитражного суда Москвы по делу о защите деловой репутации. С ООО «Телекомпания Пятница» (входит в холдинг «Газпром-Медиа») судилось ООО «Инфинити ФФ» из Владивостока, развивающее сеть из 12 ресторанов быстрого питания

⁶³ Васильчикова Н.В. Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры. – М.: Омега-Л, 2007. – С. 157.

⁶⁴ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016). – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/cb538501fcf1adfcebe98ad1431bca6e50d08ccb/ (дата обращения: 07.11.16).

«Роял Бургер» в Приморском и Хабаровском краях и Амурской области. Как следует из карточки дела, «Инфинити ФФ» подала исковое заявление 12 марта 2015 года, потребовав признать утверждения, прозвучавшие в эфире программы, вышедшей в эфир 2 января, «порочащими деловую репутацию». В судебном решении приводятся конкретные фразы ведущей, показавшиеся истцу недостоверными и порочащими репутацию, среди них: «поэтому вы травите людей машинным маслом», «торты у вас все давным-давно уже испортились», «я уверена, что здесь есть какие-нибудь тараканы», «а я не говорю уже про картофель-фри, который, вообще непонятно, на полу валяется вместе с мясом», и другие. Истец добивался удаления записи программы с сайта компании и размещения там опровержения «недостоверных сведений». Иск удовлетворен полностью. Значит, мы можем сделать вывод, что ведущая программы сообщает телезрителям недостоверную информацию, что опять-таки неправомерно.

Также в программе нарушается и 4 пункт: «сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника»⁶⁵. Согласно этой статье, журналисты не имеют права показывать кадры с людьми, которые против съемки их лиц, в крайнем случае, лицо должна быть «замазано» на монтаже. Помимо того, что мы сомневаемся, что владельцы заведений, которые устраивали скандалы со съемочной группой, согласны на публикацию кадров с их лицами, есть конкретный пример нарушения этой статьи. В выпуске от из города Тольятти мужчина напрямую попросил не снимать его. Но все-таки мы видим его лицо. Но самое главное нарушение 49 статьи «Закона о СМИ» касается 8 пункта. В нем говорится: «отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона». Как мы уже сказали выше, журналисты во время съемок выпусков телепередачи «Ревизорро» нарушают,

⁶⁵ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016). – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/cb538501fcf1adfcebe98ad1431bca6e50d08ccb/ (дата обращения: 07.11.16).

как минимум, 3 закона. Если бы ведущие действительно знали бы законы досконально, то они бы не стали участвовать в подобных проектах.

2.3. Информационно-развлекательная телепрограмма «Луч Света» на телеканале НТВ

Телепроект «Луч Света» выходил на телеканале НТВ с 21 июля 2012 года по 28 декабря 2013 года. По данным TNS, первый выпуск программы «Луч Света» побил все рейтинги программ, выходящих в субботу вечером, сообщает на своем сайте газета «Известия»⁶⁶. Сам телеканал на своем сайте описывает этот проект следующим образом: «Проект НТВ «Луч света» выхватывает из московской тьмы наиболее ярких персонажей и выставляет их на обозрение всей России. Тема каждой программы – самая обсуждаемая новость. И трепещите, ньюсмейкеры: Света задает заковыристые вопросы еще увереннее, чем сама на них отвечает. Ее не сбить с толку и не запутать: она берет микрофон и проходит через любые двери. Лица с обложки, короли и королевы шоу-бизнеса, политики, телезвезды, герои Интернета – «Луч света» поможет кого угодно вывести на чистую воду! Эксклюзивы, необычные повороты уже нашумевших историй, неизвестные факты из жизни известных и простых людей глазами обычной девушки из провинции – все это в спецпроекте “Луч света”»⁶⁷.

Бессменной ведущей программы оставалась Светлана Курицына. На сайте «Википедии» указана следующая биография Курицыной⁶⁸: Светлана родилась 20 июля 1992 года (на данный момент Светлане 24 года) в

⁶⁶ Известия. Передача Светы из Иваново на НТВ побилла все телерейтинги. – [Электронный ресурс] URL: <http://izvestia.ru/news/531081> (дата обращения: 07.02.17).

⁶⁷ НТВ. Луч Света. – [Электронный ресурс] URL: http://www.ntv.ru/peredacha/Luch_sveta/about/22022/ (дата обращения: 07.02.17).

⁶⁸ Википедия. Курицына Светлана Игоревна. – [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Курицына,_Светлана_Игоревна (дата обращения: 07.02.17).

Приволжске, Ивановской области. Она получила широкую известность в Интернете благодаря импровизированному интервью, которое она дала корреспонденту «Московских новостей» Евгению Гладину после митинга на Триумфальной площади в Москве. Интервью Светы было размещено на YouTube собрало более четырёх миллионов просмотров. После этого генеральный директор НТВ Владимир Кулистиков принял решение пригласить Светлану Курицыну на телеканал в качестве ведущей программы «Луч Света».

Раз в неделю по субботам на телеканале НТВ выходил репортаж Светланы. У Светы «из Иваново» (так называли девушку после выхода ролика с ее участием на YouTube) тоже есть сложившийся имидж, собственное амплуа. Если рассматривать имидж Светланы с точки зрения классификации А. Новиковой, то Светлана является «Золушкой» (на следующий день после митинга обычная девушка-студентка колледжа в Иваново, живущая в общежитии, проснулась знаменитой, а через полгода стала корреспондентом собственной телепередачи) и «Женщиной-авантюристкой» (Курицына на телеэкранах выглядела, как очень активная, полная энтузиазмом девушка, которая ничего не боится и не стесняется). А по типологии Н. Захарченко, Светлана является информатором (в своих сюжетах она показывает популярных людей российского шоу-бизнеса и российской политики со своей точки зрения), также Светлана была провокатором (одновременно своей непосредственностью и наглостью она выводила на эмоции многих знаменитостей). Если рассматривать «маску» интервьюера Курицыной с точки зрения теории Л. Шестеркиной, то мы считаем, что Света «из Иваново» отыгрывает «маску» «молодой казак».

Журналисты называют Светлану Курицыну «простодушной», так и сама Света «из Иваново» в интервью Радио «Свобода» говорит: «У нас как привыкли: король, королева, принц... а мне дали девушку из народа – такое

амплуа. Видимо, так и прижилось. Из очень-очень маленького городка. Где даже прелестей нет! И мне нравится это амплуа. Если народ мне дал это амплуа, если им так нравится меня называть, то пусть так и будет»⁶⁹. Действительно, Светлана так и ведет себя, как простодушная девушка из народа: задает глупые вопросы, ведет себя очень непосредственно, не задумываясь, что о ней подумают другие люди. Но это, наоборот, и повлекло интерес людей к личности Светланы и, впоследствии, к телепроекту «Луч Света» большое количество зрителей.

Однако сложно однозначно сказать, что у людей Светлана вызывает исключительно положительные эмоции. Например, в шоу «Вышка» («Первый канал») Курицына продержалась не долго. В отличие от двух предыдущих ведущих, работу которых мы уже проанализировали в этой главе, Светлана вызывает у зрителей неоднозначные эмоции. С одной стороны, она смогла заинтересовать аудиторию своим образом, ведь людям было интересно наблюдать, как будет вести себя «простодушная» девушка из народа, но все-таки ведущая на шоу «Вышка» вела себя скандально, постоянно жалуясь, провоцируя скандалы. Такое поведение вызвало отрицательные эмоции у зрителей, им не понравилось смотреть на девушку из народа, которая выказывала свое недовольство на шоу чаще, чем медийные личности. Именно такое поведение ведущей и снизило ее личные рейтинги в шоу, зрители постепенно начали от нее отворачиваться, редакторам не нужен такой участник шоу на «Первом канале», ведь в отличие от канала «НТВ», где редакторы просто стараются вызвать яркие эмоции у зрителя (не важно будут они положительными или отрицательными), на «Первом канале» стараются показать лишь угодных зрителю личностей. Именно поэтому Светлана не смогла долго продержаться в шоу «Вышка», но достаточно долго оставалась лицом программы «Луч Света».

⁶⁹ Радио Свобода. На рублевке все счастливы. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.svoboda.org/a/27257306.html> (дата обращения: 07.02.17).

Стоит обратить внимание, какие роли журналиста выполняла Светлана Курицына в проекте. Конечно, Светлана являлась корреспондентом программы (она была в кадре на протяжении всей программы), помимо этого она являлась организатором съемочного процесса (Светлана организовывала команду на месте съемки, организовывала съемки необходимых для сюжета кадров).

Рассмотрим, с помощью каких элементов состоят репортажи и с помощью чего появляется развлекательность в программе. В нашем анализе мы будем использовать последние 38 выпусков телепередачи, которые вышли в период с 20 января 2013 по 28 декабря 2013 года.

Стоит отметить, что первое, что привлекает внимание зрителя – яркие названия сюжетов, которые привлекают своей сенсационностью. Например: «Могла ли Беркова убить мужа, кто готов засудить Натали и скоро ли Разин станет отцом?» (выпуск 52 от 9 ноября 2013 года), «Девочка-скандал и женщина-истерика: самая долгожданная встреча года!» (выпуск 37 от 25 мая 2013 года), «За что Свету могут посадить в тюрьму?» (выпуск 28 от 16 марта 2013 года). Безусловно, у зрителей, которые слышат такие названия, начинает играть любопытство. Они обязательно включают передачу хотя бы на пару минут, чтобы узнать: действительно ли Беркова убила мужа или Свету Курицыну посадят в тюрьму, а также посмотреть, как прошла «самая долгожданная встреча года». Анонсы передач всегда присутствуют в сетке вещания канала, но сенсациями и даже скандалами привлекают зрителей только редакторы развлекательных телепередач.

Во-первых, обращает внимание, что закадровый текст зачитывает не сама Светлана Курицына. Девушка лишь работает с выездной съемочной группой: записывает лайфы и синхроны. Тем не менее Света «из Иваново» в некоторых сюжетах программы прямо на камеру напоминает, что это ее «авторский» проект. Светлана скорее является лицом проекта, символом «простодушной» журналистики. Именно поэтому Курицына постоянно

находится в кадре и становится непосредственным участником происходящих событий.

Несмотря на постоянное присутствие журналиста в кадре, в репортажах, так же как и в рубрике «Острый репортаж с Аллой Михеевой», отсутствуют стендапы как таковые – Курицына, как и Михеева, не обращается с экрана к зрителям от первого лица. Но мы видим и слышим ее, когда она задает вопросы героям, наблюдаем за ее действиями, когда она поет, танцует и так далее.

То есть из всех репортажных структурных элементов репортажа в выпусках программы «Луч Света» присутствуют только синхроны и лайфы.

В сюжетах также присутствуют не только ответы героя, но и диалоги журналиста с героями. Практически перед каждым интервью во всех сюжетах в закадровом тексте сообщается, что Светлане удалось пообщаться с героем и узнать «эксклюзивную» информацию первой. То есть непосредственно перед диалогами Светланы с героями режиссер надеется привлечь внимание зрителя «уникальностью» информации.

Лайф, как элемент репортажа, обязательно присутствует в большинстве сюжетов рубрики. Эти эпизоды нужны для создания атмосферы события.

Рассмотрим элементы инфотеймента, присутствующие в выпусках телепроекта «Луч Света».

Герои присутствуют в каждой передаче «Луч Света». Обычно в одной программе 2-3 истории, в каждой из которых один или несколько героев. Стоит отметить, что большинство героев данного телепроекта – это медийные личности. Необычные ситуации, случившиеся с героями, уникальная информация, смешной диалог между Светланой и героями – это то, что помогает удерживать интерес зрителей. Стоит отметить, что Светлана

к большинству героев обращается на «ты»: с Александром Серовым, Еленой Ваенгой, Катей Лель и другими. Это тоже придает развлекательности проекту.

Метод «испытано на себе» иногда использует и Светлана Курицына. Например, Светлана шьет куклу для Ксении Собчак, чтобы встретиться с ней или примеряет дорогие свадебные платья, чтобы поделиться своими впечатлениями.

Языковые особенности. Речь Светланы Курицыной, как отмечают не только критики, но и обычные зрители, выдает ее необразованность. В речи Светланы не только сниженная лексика, но и неправильное построение предложений, неправильная формулировка словосочетаний: «Просто, ну, она меня прямо так очень иногда любит, чересчур, вот сделайте для нее все самое более лучшее».

Развлекательный характер репортажей подчеркивается и использованием фоновой музыки в сюжетах, которая помогает сформировать мнение зрителя.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что все компоненты репортажей с точки зрения их содержания и эмоционального заряда соответствуют стилистике инфотеймента.

Подводя итоги, хотим отметить, что журналисты в развлекательных телепроектах чаще всего выполняют роль корреспондента, ведущего и организатора съемочного процесса. Телевизионные передачи для анализа нами были выбраны не случайно. В данной работе мы хотели отразить абсолютно три разных типажа журналистов в развлекательных проектах. Ведь именно таким образом мы смогли на примерах продемонстрировать, что благодаря выбранной «маске» в передаче, как нам представляется, не только появляется та самая «развлекательность», но и формируется мнение аудитории к журналисту и проекту. Например, Алла Михеева вызывает

положительные эмоции у телезрителей, Елена Летучая идеально «вписывается» в роль строго ревизора, а вот изначально импонирующая телезрителям «маска» «простодушной» девушки сначала помогает Светлане Курицыной повысить рейтинги программы «Луч Света», но затем играет против нее же злую шутку: зритель, на наш взгляд, не только «устает» от такого амплуа, но и даже начинает относиться к Светлане негативно из-за ее вспыльчивого характера.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развлекательные программы, несмотря на свое жанровое многообразие, кажутся бессодержательными, но тем не менее они являются основным фактором влияния на аудиторию, не случайно ведь наши дни принято называть эпохой телевизионного развлечения. Под развлекательным телепроектом мы понимаем программу, которая сочетает в себе признаки азарта, юмора, игры, рассчитанную на эмоциональную реакцию аудитории, связанную с получением удовольствия, наслаждения, эмоционального комфорта и релаксации.

В наши дни непрерывно идет процесс трансформации телевидения, но неизменно важна роль журналиста, ведущего любой программы. Поэтому мы рассмотрели такое понятие, как «маска телевизионного журналиста». В нашей работе мы дали несколько классификаций «масок» журналистов, таких исследователей, как П.С. Гуревич, В.С. Саппак, Е. Труснова, А. Новикова, Н.А. Захарченко, И.Н. Блохин, Л. Шестеркина. После анализа «масок» выбранных нами телеведущих и корреспондентов можно сделать вывод, что чаще всего «маски», которые за ними закрепили телезрители, не были описаны ранее исследователями. То есть амплуа каждого журналиста развлекательного телепроекта описывают именно зрители, название «маскам» тоже зачастую дают именно зрители. Это происходит оттого, что каждый журналист является уникальной личностью, можно примерно назвать его «маску» по любой из указанных в работе классификаций, но самой подходящей «маской» будет та, которую назовут телезрители, исходя из личностных качеств журналиста.

Также мы описали основные роли журналистов на телевидении. С помощью этой теоретической базы мы проанализировали роль журналистов в трех развлекательных телепроектах: «Острый репортаж с Аллой Михеевой», «Ревизорро» и «Луч Света».

Репортажи рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой» являются событийными репортажами, сделанных в жанре лайф-ту-тейп с элементами инфотеймента. Это достигается благодаря сознательно выбранному ею имиджу «прелестной дурочки». Этот имидж также определяет ее поведение с героями, так как она появляется в кадре вместе с героями. Это, несомненно, придает развлекательности ее сюжетам. Такой имидж корреспондента необходим, потому что в сюжетах рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой» нет закадровых текстов.

Все сюжеты состоят из таких двух элементов, как синхронны и лайфы. Благодаря лайфам зритель может прочувствовать атмосферу мероприятия, которое посетила Алла. Так же лайфы в данной рубрике тоже придают развлекательности сюжетам.

На съемках репортажей Алла пользуется не только методом наблюдения. Ее сюжеты в основ строятся на методе «испытано на себе». Она сама режиссирует свои съемки. Зачастую Алла использует этот метод, чтобы развеселить зрителя.

Конечно, имидж корреспондента сохраняется благодаря языковым особенностям речи Аллы Михеевой. Алла использует разговорную, иногда даже сниженную лексику. Также речь Михеевой имеет эмоционально-экспрессивную окраску. Она смело выражает свои эмоции будь то веселье или удивление. Это Алла показывает через интонацию и смысловые ударения. Корреспондентку не смущает ее диалект, она открыта для зрителей.

Несомненно, Алла Михеева выполняет не одну роль в развлекательном проекте, она является корреспондентом, организатором, а также сценаристом рубрики.

Совершенно другой можно назвать журналистку Елену Летучую, которой присваивают амплу «девушки-скандала». Елена в программе

«Ревизорро» выполняет роли корреспондента, организатора, сценариста, продюсера.

Выпуски телепередачи «Ревизорро» имеют развлекательную направленность. Это достигается благодаря:

- героям. Герои помогают удерживать внимание телезрителя и вносят развлекательный элемент, хотя некоторые герои и вовсе неинформативны, но присутствуют в выпуске ради забавы;
- методу испытано на себе. И хотя это основной метод работы журналиста в этой телепередаче, он помогает зрителю почувствовать себя участником процесса;
- появлению журналиста в кадре. Ведущая программы «Ревизорро» постоянно находится в кадре, это помогает персонифицировать информацию; заключительные стендапы опять-таки помогают вызвать положительные эмоции у зрителя;
- языковым особенностям. Ведущие используют разговорную лексику. Также их речь имеет эмоционально-экспрессивную окраску. Ведущие телепередачи «Ревизорро» смело выражают свои эмоции будь то веселье или удивление. Это же они показывают через интонацию и смысловые ударения;
- использованию музыки. Музыка зачастую передает атмосферу эпизода или иногда присутствует, чтобы развеселить зрителя, поднять ему настроение;
- монтажу. Монтаж, как отдельное выразительное средство, помогает украсить и разнообразить выпуски. В выпусках последнего сезона (проверка заведений Москвы) появились новые эффекты монтажа видео и звука, которые еще больше помогают придать развлекательности выпускам.

Но самые главные выводы, которые мы сделали по этой программе – это то, что съемочная группа телевизионной развлекательной телепередачи «Ревизорро» каждый выпуск совершает неправомерные действия во время нестандартных форм получения информации. Они нарушают статьи 47 и 49 «Закона о СМИ». Стоит отметить, что они это делают, пытаясь по-своему интерпретировать закон.

Также мы проанализировали и еще одну непохожую на других журналистку Светлану Курицыну, которой присвоили маску «девушки из народа». Светлана в программе «Луч Света» выполняла лишь организаторскую роль и роль корреспондента. Развлекательная направленность достигается благодаря:

- сенсационности заголовков;
- скандальности выбранных тем;
- эксклюзивности материала;
- приему «испытано на себе» Светлана является участником событий. В программе она постоянно напоминает, что это ее «авторский проект», хотя понятно, что Светлана даже не является сценаристом программы;
- отсутствию стендапов. Несмотря на постоянное присутствие журналиста в кадре, в репортажах, так же как и в рубрике «Острый репортаж с Аллой Михеевой», отсутствуют стендапы как таковые. То есть из всех репортажных структурных элементов репортажа в выпусках программы «Луч Света» присутствуют только синхроны и лайфы;
- героям, которые являются медийными личностями;
- языковым особенностям. Светлана не только ведет себя в соответствии с ролью «девушки из народа», но и обладает соответствующим речевым поведением.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что нами были выявлены основные роли журналистов в развлекательных программах:

- роль ведущего;
- роль корреспондента;
- роль организатора съемочного процесса.

Также иногда журналисты иногда могут выполнять в развлекательных телепроектах роли:

- продюсера;
- редактора;
- сценариста;
- автора программы.

У каждой развлекательной программы есть своя особенность, в соответствии с которой подбирают журналистов с определенным типажом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Законы РФ

1. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016). – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/cb538501fcf1adfcebe98ad1431bcabe50d08cc6/ (дата обращения: 07.11.16).

Постановления и распоряжения Правительства РФ

2. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания». – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15559/f6006c37110bcбаееb3cf5cac7d5e5b206472240/ (дата обращения: 07.11.16).

Научные и учебные издания

3. Анализ современной телевизионной программы: учебное пособие / сост. Н.А. Захарченко; под ред. В.Я. Мачнев. – Самара: Изд-во ООО «Порто-принт», 2012. – 162 с.
4. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие. – СПб., 2013. – 198 с.
5. Большой юридический словарь. – М.: Инфра-М. А.Я. Сухарев, В.Е. Крутских, А.Я. Сухарева. 2003. – 650 с.
6. Васильева Л.А. ДЕЛАЕМ НОВОСТИ! Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 117 с.
7. Васильчикова Н.В. Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры. – М.: Омега-Л, 2007. – 207 с.

8. Дондурей Д. Б. Развлекательное ТВ: шутки в сторону/ Д. Б. Дондурей, А. Роднянский// Телевидение: режиссура реальности.– М.: Искусство кино, 2007. – С. 34 – 43.
9. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. – СПб.: Изд-во С. – Петерб. ун-та, 2009. – 468 с.
- 10.¹ Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые виды и формы вещания. – СПб., 2006. – 156 с.
11. Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация// Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М. – 2004. – 428 с.
12. Кемарская, И.Н. Телевизионный редактор – профессионал/И.Н. Кемарская. – М.: Галерея, 2004. – 191 с.
13. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 224 с.
- 14.¹ Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – 280 с.
15. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб.: Алетейя, 2008. – 208 с.
16. Почкай Е.П. Технология СМИ. Выразительные средства телевидения и радио. – СПб., 2000. – 198 с.
17. Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы. – М.: Искусство, 1988. – 118 с.
18. Смирнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов/В. В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 203 с.

19. Телевизионный журналист: Основы творческой деятельности: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. А. Бережной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. – 216 с.
20. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
21. Труسوнова Е. Театральный актер: телевизионное измерение // ТВ Вчера, сегодня, завтра. – М., 1987. – 278 с.
22. Цвик В. Л. Введение в журналистику. М., 2000. – 134 с.
23. Шестеркина Л.П. Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики: учебное пособие/Л.П. Шестеркина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010. – 192 с.

Авторефераты и диссертации

24. Ильченко С.Н. Эволюция системы жанров отечественного телевидения. Дисс. – Спб., 2011. – 47 с.

Публикации в периодических изданиях, сборниках материалов конференций и научных трудов

25. Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореферат дис. Кандидата филол. наук / С.Н. Акинфиев // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. – №6. – М.: Изд-во МГУ, – 2008. – С. 21 – 25.
26. Акинфиев С. Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С. Н. Акинфеев // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – №6. – С. 110 – 124.
27. Зорков Н. Инфотеймент: возникновение, функции, способы воздействия // Relga.– 2005. – №19. – С. 12 – 20.

28. Картозия Н. Русский infotainment. Часть 2. // Журнал «Broadcasting. Телевидение и радиовещание». – 2003. – №2. – С. 41 – 47.
29. Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 10. – С. 66 – 69.
30. Лащук О. Термин формат в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2010. – №6. – С. 36 – 41.
31. Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №10. – С.56 – 65.
32. Цвик В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №1. – С. 52 – 55.

Электронные ресурсы

33. Википедия. Курицына Светлана Игоревна. – [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Курицына,_Светлана_Игоревна (дата обращения: 07.02.17).
34. Википедия. Михеева Алла Андреевна. – [Электронный ресурс] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Михеева,_Алла_Андреевна (дата обращения: 18.03.16).
35. Ерёмина Д.А. Интерпретация термина «инфотеймент» в российских и немецких исследованиях масс-медиа // Электронный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп». – М., 2013. – №4. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/1429> (дата обращения: 23.03.2017).

36. Известия. Передача Светы из Иваново на НТВ побила все телерейтинги. – [Электронный ресурс] URL: <http://izvestia.ru/news/531081> (дата обращения: 07.02.17).
37. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа. М., 2003. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text1/09.htm> (дата обращения 12.09.16).
38. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – М., 2004. – [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения 10.09.16).
39. НТВ. Луч Света. – [Электронный ресурс] URL: http://www.ntv.ru/peredacha/Luch_sveta/about/22022/ (дата обращения: 07.02.17).
40. Официальный сайт медиа-холдинга «Газпром-медиа». – [Электронный ресурс] URL: <http://www.gazprom-media.com/ru/company/show?id=17> (дата обращения: 21.10.16).
41. Официальный сайт телеканала «Пятница». – [Электронный ресурс] URL: <https://friday.ru/about> (дата обращения: 21.10.16).
42. Первый канал. «Вечерний Ургант» – в эфир Первого канала выходит первое в России найт-шоу. – [Электронный ресурс] URL: https://www.1tv.ru/news/2012/04/15/99760-vecherniy_urgant_v_efir_pervogo_kanala_vyhodit_pervoe_v_rossii_nayt_shou (дата обращения: 20.03.16).
43. Продюссер программ. Должностная инструкция. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.work.ua/documents/job-descriptions/journalists/312/> (дата обращения: 23.09.16).
44. Радио Свобода. На рублевке все счастливы. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.svoboda.org/a/27257306.html> (дата обращения: 07.02.17).

45. Узнай все. Алла Михеева, биография, новости, фото. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-alla-miheeva.html> (дата обращения: 18.03.16).
46. Чернышов А.С. Функции оформительской музыки на ТВ. / А.С. Чернышов. // Журнал «625». 2007. – №8. – [Электронный ресурс] URL: <http://rus.628net.ru/audioproducer/2006/08/funkc.htm> (дата обращения 18.02.17).
47. Шергова К.С. Докудрама – новый жанр? //Вестник электронных и печатных СМИ., №13., – 2012. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2102> (дата обращения: 17.04.2017).
48. COSMOPOLITAN. Девушка-скандал Лена Летучая о книге жалоб и мужчине мечты. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.cosmo.ru/stars/interview/devushka-skandal-lena-letuchaya-o-knige-zhalob-i-muzhchine-mechty/> (дата обращения: 21.10.16).
49. HELLO! Россия. Алла Михеева: «На экране я выгляжу толще килограммов на 28». – [Электронный ресурс] URL: <http://ru.hellomagazine.com/zvezdy/intervyu-i-video/9907-alla-mikheeva-na-e-krane-ya-vyglyazhu-tolshce-kilogrammova-na-28.html> (дата обращения: 19.03.16).

ПРИЛОЖЕНИЕ

Анализируемые выпуски рубрики «Острый репортаж с Аллой Михеевой»: рыцарский турнир в московском парке Коломенское (выпуск от 13.05.15), российские соревнования по дрифту 2015 в Москве (выпуск от 29.05.15), скачки на московском ипподроме (выпуск от 11.06.15), выпускной 2015 на Красной площади (выпуск от 26.06.15), фестиваль лука в поселке Лух (выпуск от 07.09.15), реконструкция танковой битвы (выпуск от 18.09.15), выставка погребальной культуры в Москве (выпуск от 16.10.15), международный турнир по рыбалке в Астрахани (выпуск от 06.11.15), премьера клипа Филиппа Киркорова в Москве (выпуск от 20.11.15), проверка нового жилья в городе Грязи (выпуск от 04.12.15), премия «Золотой граммофон» в Москве (выпуск от 25.12.15), праздник холодца в поселке Большие Дворы (выпуск от 05.02.16), репортаж со склона Розы Хутор (выпуск от 26.02.16), Чемпионат мира по зимнему плаванию в Тюмени (выпуск от 18.03.16) и открытие мотосезона в Москве на Воробьевых Горах (выпуск от 22.04.16), субботник в городе Королев (выпуск от 29.04.16).

Анализируемые выпуски телепередачи «Ревизорро»: Тольятти (выпуск от 7 сентября 2016), Самара (выпуск от 14 сентября 2016), Смоленск (выпуск от 21 сентября 2016), Калининград (выпуск от 28 сентября 2016), Хабаровск (выпуск от 24 октября 2016), Южно-Сахалинск (выпуск от 11 октября 2016), Владивосток (выпуск от 18 октября 2016), Патриаршие пруды (выпуск от 7 ноября 2016), парки (выпуск от 8 ноября 2016), МГУ (выпуск от 9 ноября 2016), набережные (выпуск от 10 ноября 2016), старый Арбат (выпуск от 14 ноября 2016), Чистые пруды (выпуск от 15 ноября 2016), семейные заведения (выпуск от 16 ноября 2016), ЦУМ (выпуск от 17 ноября 2016), Цветной бульвар (выпуск от 21 ноября 2016), площадь трёх вокзалов (выпуск от 22 ноября 2016), Патриаршие пруды (выпуск от 23 ноября 2016), Рублёвка (выпуск от 24 ноября 2016), Кутузовский проспект (выпуск от 28 ноября 2016), центр города (выпуск от 29 ноября 2016), Кремль (выпуск от 30

ноября 2016), Новый Арбат (выпуск от 1 декабря 2016), современные и модные заведения (выпуск от 5 декабря 2016), спальные районы (выпуск от 6 декабря 2016), заведения супер-шефов (выпуск от 7 декабря 2016), повторные проверки (выпуск от 8 декабря 2016).