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

*На правах рукописи*

**ГИМАДИНОВА Виктория Алиевна**

**Приемы инфотейнмента в телеэфире (на материалах «Первого канала» и НТВ)**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
доцент
Е.П. Почкай
Кафедра телерадиожурналистики
Очная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

[Введение 2](#_Toc450891756)

[Глава 1. Инфотейнмент как способ подачи информации 7](#_Toc450891757)

[1.1. Природа инфотейнмента: интерпретация понятия 7](#_Toc450891758)

[1.2. Классификация приемов инфотейнмента 18](#_Toc450891759)

[Глава 2. Инфотейнмент в информационных программах Первого канала и НТВ: сравнительный анализ 31](#_Toc450891760)

[2.1. Приемы инфотейнмента в информационных программах Первого канала 31](#_Toc450891761)

[2.1.1. Программы «Новости» и «Время» 36](#_Toc450891762)

[2.1.2. «Доброе утро» 45](#_Toc450891763)

[2.2. Приемы инфотейнмента в информационных программах НТВ 50](#_Toc450891764)

[Заключение 67](#_Toc450891765)

[Литература 70](#_Toc450891766)

# Введение

Сегодня для поддержания своего существования и высоких рейтингов СМИ в большей степени опираются на интересы и запросы аудитории, в приоритете которой стала развлекательная информация. Поэтому современное телевещание характеризуется усилением развлекательной функции. Вследствие этого в медийном пространстве возник новый стиль подачи информации – инфотейнмент. Данный термин образован от двух английских слов «information» и «entertainment»: представляет собой подачу информации в развлекательной, упрощенной форме. В массмедийной среде появилась группа информационно-развлекательных программ. В них значительно сокращается процент аналитической информации, которая требует от зрителя осмысления и вдумчивости. Сенсационность, драматизация сюжетов, акценты на интересные детали и подробности во многом стали ключевыми факторами привлечения внимания телезрителей. Поэтому инфотейнмент является одним из наиболее перспективных и распространенных способов презентации информации и взаимодействия со зрительской аудиторией. Данное явление стало важной частью современного телеэфира и нуждается в изучении и анализе наравне с другими явлениями телевещания. Этим определяется **актуальность** темы нашей дипломной работы.

**Целью данной дипломной работы** является выявление особенностей приемов инфотейнмента на федеральных телеканалах.

Для достижения поставленной нами цели необходимо решить следующие задачи:

1. определить категориальные характеристики метода инфотейнмент;
2. предпринять попытку классификации приемов инфотейнмента, выявив их в информационных программах;
3. провести сравнительный анализ приемов инфотейнмента, используемых в эфире Первого канала и НТВ.

**Степень разработанности темы.** В научной среде еще не выработан единый подход к интерпретации понятия «инфотейнмент»: исследователи расходятся во мнениях, как трактовать этот феномен. Это свидетельствует о том, что данная тема недостаточно изучена. Причиной недостаточной разработанности темы можно считать относительно недолгую историю инфотейнмента на отечественном и даже мировом телевидении.

**Объект нашего исследования –** информационные программы, выходящие в эфир одних из главных федеральных каналов страны: НТВ и Первого канала. Для исследования мы выбрали эти каналы, руководствуясь следующими фактами: НТВ – это первая телекомпания на отечественном телевидении, журналисты которой стали работать в стиле инфотейнмент; Первый канал позиционируется как главный телеканал страны и обладает наибольшим охватом аудитории.

**Эмпирическим материалом** послужили программы: Первый канал - «Время», «Новости», «Доброе утро»; НТВ - «Сегодня», «Акценты недели», «Обзор. Чрезвычайное происшествие», «Итоги дня», «Ты не поверишь!», «Новые русские сенсации», «Центральное телевидение».

Для исследования нами были проанализированы выпуски телепрограмм, выходившие в эфир в период с ноября 2015 г. по март 2016 г.

Стоит отметить, что при отборе эмпирических материалов основным критерием для нас было наличие определенных приемов инфотейнмента, а не принадлежность к конкретному выпуску телепрограммы, поэтому нами был использован метод случайной выборки.

**Предмет исследования –** приемы инфотейнмента в телепередачах на НТВ и Первом канале.

**Методы** исследования, использованные в дипломной работе – наблюдение, описание, сравнительный анализ. Использован исторический и типологический подходы.

**Теоретическую базу** исследованиясоставили научные статьи и монографии, посвященные инфотейнменту – С. Богдановой «Феномен инфотейнмента или о превращении информации в развлечение на телевидении», Л. Стойкова «Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу», А. Вартанова «Infortainment – это случилось вчера», Н. Картозия «Русский infotainment», Н. Зоркова «Инфотейнмент на российском телевидении», А.Н. Саблиной «Становление понятия инфотейнмент в работах отечественных исследователей». В работе мы пользовались трудами по истории и теории тележурналистики – Л.П. Шестеркиной и Т.Д. Николаевой «Методика телевизионной журналистики», Т.В. Васильевой, В.Г Осинского, Г.Н. Петрова «Курс радиотелевизионной журналистики», «Телерадиоэфир: История и современность», Н.А. Голядкина «История отечественного и зарубежного телевидения», М.Л Немировской «Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов», Н.В. Зверевой «Школа регионального журналиста» и другие.

Нами были использованы работы, посвященные развлекательному телевидению – С.Н. Ильченко «Отечественное телевидение на рубеже столетий», «Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания», Г.Н. Петрова «Телевизионная драматургия» и А.А. Новиковой «Телевидение и театр: пересечение закономерностей», «Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия».

Также мы изучили труды по теории новостной деятельности – В.Л. Цвика «Телевизионная служба новостей», В.Л. Цвика и Я.В. Назаровой «Телевизионные новости России», Л.А. Васильевой «Делаем новости».

**Новизна** данной работы заключается в том, что мы попытались создать собственную классификацию приемов инфотейнмента, а также на материале конкретных телепрограмм Первого канала и НТВ изучили ранее неисследованный эмпирический материал.

**Структура.** Работа состоит из введения, основной части – двух глав, заключения и списка литературы.

В первой главе «Инфотейнмент как способ подачи информации» представлен анализ научно-теоретической базы, на основе которого, мы указали основные подходы к интерпретации данного понятия, а также выявили основные признаки инфотейнмента в современном телевизионном пространстве.

В первом параграфе «Природа инфотейнмента: интерпретация понятия» нами были представлены основные подходы к толкованию данного явления в научном дискурсе, рассмотрена природа инфотейнмента.

Во втором параграфе «Классификация приемов инфотейнмента» нами была предпринята попытка классификации развлекательных элементов на телевидении.

Вторая глава «Инфотейнмент в информационных программах Первого канала и НТВ: сравнительный анализ» посвящена сравнительному анализу использования приемов инфотейнмента в информационных программах Первого канала и НТВ.

 В первом параграфе данной главы «Приемы инфотейнмента в информационных программах Первого канала» мы рассмотрели и проанализировали основные приемы инфотейнмента, которые встречаются в информационных программах «Первого канала».

Второй параграф «Приемы инфотейнмента в информационных программах НТВ» посвящен анализу особенностей инфотейнмента в структуре данного телеканала.

# Глава 1. Инфотейнмент как способ подачи информации

## Природа инфотейнмента: интерпретация понятия

Инфотейнмент зародился во второй половине 20 века в США вследствие «перегруженности» зрителей серьезной информацией. Рейтинги информационных программ стали стремительно падать, значительно уступая зрелищным, развлекательным передачам. Тогда работники телевизионной индустрии решили, что необходима «свежая струя», новая форма подачи информации, которая сможет приковать зрителя к экрану. Так появился «гибрид» информации и развлечения – инфотейнмент. Отечественная исследовательница Е.М. Драгун в своей работе «Инфотейнмент как явление современной медиакультуры» выделила основные атрибутивные характеристики инфотейнмента:

– информативность;

 – развлекательность;

– доминанта формы над содержанием;

 – эмоциональность;

– полифункциональность и полижанровость;

– коммерческая ориентация на рейтинги;

– визуальная привлекательность;

–фрагментарность и универсальность;

– характерность для демократического строя[[1]](#footnote-1).

 Е.М. Драгун называет инфотейнмент «новым сентиментализмом с «современным трагическим героем», находящемся в противоречии с поглощающим всякую индивидуальность информационным обществом»[[2]](#footnote-2).

Информация превращается все в большей степени в инструмент влияния и в товар, смысл которого не информировать, а развлекать. «Главное не что, а как. Как сделать так, чтобы смотрели?»[[3]](#footnote-3) - пишет В.В. Познер. С его высказыванием трудно не согласиться: в погоне за рейтингами, в условиях жесткой конкуренции современные СМИ прибегают к различным приемам, чтобы предоставить зрителю интересную информацию в «красивой упаковке».

Инфотейнмент на российском телевидении появился после перестройки. В отечественное вещание его активно начал внедрять Леонид Парфенов. Так, в 1993 г. на телеканале НТВ стала выходить программа «Намедни» - блестящий пример воплощения концепции инфотейнмента на российском телевидении. Изначально передача воспринята журналистами и телевизионными критиками негативно, однако она пользовалась большой популярностью у зрителей. Создатели проповедовали богатство приемов и жанров, отказ от традиционной иерархии тем – все, о чем рассказывается в программе должно быть одинаково важно. Среди коронных номеров программы – прием «монти-пайтон», когда аниматоры синтезируют образы на компьютере и вживляли их в документальные кадры. Такая техника во многом оказалась полезной для политических сюжетов, потому что в этом жанре зачастую картинки либо не хватает, либо она слишком однообразна. Николай Картозия, один из создателей программы, пишет: «пафосом стало многообразие жизненных проявлений, собранных вместе. Ощущение исчерпывающего эфира – вот, мы рассказали обо всем, что заслуживало внимания на этой неделе»[[4]](#footnote-4).

Исследователь Нейл Постман в книге «Позабавимся до смерти» по этому поводу пишет, что развитие развлекательной индустрии на телевидении – вполне закономерное замещение так называемой «эры экспозиции», в период которой массовое сознание было подвержено влиянию печатной прессы. По мнению Постмана, дискурс «под влиянием телевидения приобрел черты бесформенности и абсурда»[[5]](#footnote-5), когда ранее ему были свойственны серьезность и рациональность. В головах зрителей стали преобладать телеобразы, которые они видят на экранах. Это объясняется тем, что на телевидении визуальная составляющая доминирует над смыслом: образы воспринимаются публикой легче, чем слова.

На наш взгляд, основными причинами стремительного развития инфотейнмента в современном телеэфире можно считать увеличение потока информации и «а теперь… о другом» мировоззрение, о котором писал Постман. На данный момент информации стало настолько много, что она превратилась в продукт потребления: зритель не делает никаких выводов после получения информации. Это происходит из-за того, что сама связь между информацией и действием разорвана, мы узнаем информацию просто так, ее можно продавать, покупать, использовать как развлечение. Современный человек просто теряется в бесконечном информационном потоке, что породило эскапизм – бегство от реальности. Эскапизм может принимать несколько форм[[6]](#footnote-6):

 - полное отрицание;

- «блокирование» пугающей реальности – это реакция «маленького» человека, который решительно отказывается воспринимать новую информацию, считая, что все изменения в обществе - это повторение прошлого;

- специализация – такой человек следит за всеми изменениями в узко специализированной сфере, но так же, как и человек предыдущего типа, остается закрытым для восприятия социальных, экономических, политических процессов;

- реверсионизм – это одержимость возвращением к ранее успешным шаблонам адаптации. Человек упорно повторяет те же самые действия, результат которых в прошлом казался ему успешным;

- «сверхупростительство» – человек ищет самого простого и изящного уравнения, для того, чтобы объяснить весь комплекс новизны, угрожающий его поглотить. Такой способ во многом упрощает существование «маленькому» человеку, делает его жизнь проще и логичней.

Фраза «а теперь… о другом» является маркером продолжения, ее использует большинство ведущих новостей, чтобы отделить сюжеты друг от друга. Этой фразой ведущий показывает, что о предыдущей новости больше не стоит говорить.

Постман считает, что «посредством этой фразы признается, что мир, нарисованный высокоскоростными электронными медиа, не имеет порядка или смысла. Соответственно, этот мир не должен рассматриваться всерьез»[[7]](#footnote-7).

Как отмечает Е.М. Драгун, фрагментарность новостей постоянно стимулирует внимание, не позволяя зрителю отвлечься на другую тему. Исследователь пишет: «Новостные выпуски наполняют краткими репортажами с большим количеством видеоматериала и непродолжительным комментарием, полагаясь на принцип – лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать – кадры опишут обстановку лучше любого комментария»[[8]](#footnote-8).

В этом контексте новости становятся чистым развлечением, для них свойственна:

- фрагментарность;

- отсутствие контекста;

- отсутствие последовательности;

- зачастую отсутствие ценности;

- соответственно, отсутствие серьезности.

Однако современного зрителя такая тенденция вполне устраивает, вероятнее всего, что эта тенденция будет развиваться и далее.

Анализируя тенденции информационного вещания, С.Ю. Лисова отметила, что современные новости «делают акцент на моделях происходящего, устанавливая должное, а не реальное. Они не информируют аудиторию о происходящем, а создают собственный вариант события, усиливая отдельные его характеристики»[[9]](#footnote-9).

Руководитель екатеринбургской телекомпании «4-й канал» Игорь Мишин считает, что аудитории уже неинтересны новости без драйва, в которых не просмотрелось никаких подводных интересов, столкновений. «Зритель уже не воспринимает такой ровный взгляд. А мы не можем работать без учета зрительской конъюнктуры»[[10]](#footnote-10).

Многие исследователи пришли к выводу, что инфотейнмент негативно сказывается на качестве информации. К примеру, исследователь А.Г. Беспалова говорит о том, что ценность программ в стиле инфотейнмент «является минимальной ввиду дефицита в них действительно новой общественно-значимой информации»[[11]](#footnote-11). Другой исследователь В. Зверева утверждает, что «инфотейнмент, прежде всего, шоу, но в российском эфире оно замещает информационные и аналитические передачи, имитирует их присутствие на телевидении»[[12]](#footnote-12).

Большинство медиаэкспертов отмечает двойственность феномена инфотейнмента. Выполняя гедонистическую, эвристическую и эскапистскую функции, данное явление позволяет зрителю расслабиться после тяжелого рабочего дня, отвлечься от проблем. Но в то же время, по мнению Е.М. Драгун, «существует опасность чрезмерного погружения в мир иллюзий, потери реальных ориентиров в жизни не только у конкретного индивида, но и всего общества»[[13]](#footnote-13).

Критики инфотейнмент-индустрии отмечают и высокий манипулятивный потенциал этого стиля. Так, исследователь С.П. Поцелуев считает: «Если клиповость и фрагментацию еще можно хоть как-то интерпретировать в качестве условия эвристического, творческого сознания, то упрощение, исключение и подмену трудно назвать исходным пунктом оригинальной и глубокой мысли»[[14]](#footnote-14).

Положительное влияние инфотейнмента на социум отмечает исследовательница Е.М. Драгун. Она говорит, что «благодаря информационно-развлекательным программам потребители узнали о причинах многих заболеваний и способах их лечения, что привело к возрастающей потребности заботы о личном здоровье»[[15]](#footnote-15).

Большинство исследователей сходятся во мнении, что явление инфотейнмента напрямую связано с развитием эпохи постмодернизма, для которой характерно клиповое сознание.

Телевидение создает свой продукт, всегда ориентируясь на запросы и потребности массовой аудитории, поэтому эстетика современных СМИ принадлежит идеям постмодернизма. В.П. Руднев выделяет следующие черты постмодернизма, которые также свойственны и феномену инфотейнмента[[16]](#footnote-16):

– отказ от серьезности и всеобщий плюрализм;

– господствует всеобщее смешение и насмешливость над всем;

– отказ от истины, вместо истории текст, этот текст, не отражает реальность, а творит новую, даже множество новых реальностей.

Касательно информации на телевидении, стоит сказать, что ее объем в большей степени формируется за счет использования журналистами развлекательных технологий, чем за счет информационных поводов и фактов. Таким образом, игра становится своеобразным способом создания искусственной реальности.

Исследователь Й. Хейзинга выделяет главное свойство постмодернизма – абсолютизация теории игры: обличение всего в игровую форму, для того чтобы способствовать сокращению дистанции между массовым и элитарным потребителем. На данный момент игра, являясь основополагающим принципом постмодерна, - самый востребованный элемент массовой культуры, и СМИ в том числе. Й. Хейзинга пишет, что игра – это «тот мировой слой, в котором происходит столкновение, переворачивание и взаимопревращение противоположных начал»[[17]](#footnote-17), в которых борются между собой человеческие ценности.

Постмодернизм и игровая культура подразумевает освобождение от стереотипов и «штампов» в человеческом сознании, что расширяет сферу деятельности журналистики и предоставляет зрителю свободу в выборе интерпретаций и смыслов. В какой-то степени игровой характер изменил ценностные ориентиры и аудитории, и самих журналистов. О.Ф. Нескрябина считает, «что художественная критика постмодерна уже намеренно микширует чувства, играет смыслами, жонглирует ценностями»[[18]](#footnote-18).

Петербургский исследователь С.Н. Ильченко отрицательно относится повсеместному к феномену игры на телевидении: «искусственность теледействительности маскируется игровыми элементами, лжеполемикой, вставными репортажами, графическими элементами, надуманными мизансценами в кадре»[[19]](#footnote-19). С.Н. Ильченко утверждает, что наполненность первичной информацией в игровых программах стремится к нулю: «единственная новость, которую узнает при просмотре такого типа передач зритель, - кто оказался победителем или кто выбыл из игры»[[20]](#footnote-20).

Так как инфотейнмент – относительно молодое явление на современном телевидении, российские и зарубежные исследователи пока не могут прийти к единому мнению о том, как интерпретировать это понятие. Немецкая исследовательница Гайдемари Шумахер, отмечая тенденцию к усилению развлекательности в масс-медиа на уровне монтажа, дизайна телепередач и экономии времени, определяет инфотейнмент как «смешение стилевых особенностей, типичных для трансляции информационного и развлекательного содержания»[[21]](#footnote-21). Отечественный исследователь Е. Л. Вартанова считает, что инфотейнмент – это новый синтетический тип содержания. Она пишет: «Инфотейнмент – информационные программы, в которых новости представлены зрителям в максимально развлекательной форме. Информирование аудитории и анализ событий максимально облегчены, а новостные программы представляют политику как сферу массовой культуры»[[22]](#footnote-22).

Но как нам кажется, на сегодняшний день инфотейнмент вышел за рамки содержания и может рассматриваться как самостоятельная творческая единица, так как он отражает скорее принцип работы и подачи информации. В научной среде споры вокруг этого понятия не стихают: инфотейнмент – это формат, жанр или стиль? Болгарский теоретик инфотейнмента Любомир Стойков определяет данное явление как «медийный драматургический жанр, в центре которого человеческого история».[[23]](#footnote-23) Наш соотечественник Н. Б. Картозия также считает инфотейнмент жанром, новым и активно формирующимся.

Формат и жанр – два элемента целостного производственного творческого процесса. Но для того чтобы точнее определить природу инфотейнмента, все-таки необходимо разграничить данные понятия. Жанр В.Л. Цвик определяет как «исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающий рядом относительно устойчивых признаков»[[24]](#footnote-24). Б.В. Шкловский отмечал: «Материал распределяется по жанрам журналистики в зависимости от того, как он отвечает на три главных вопроса: что освещается, для каких целей и каким образом»[[25]](#footnote-25).

Для того чтобы определить, можно ли назвать инфотейнмент жанром, следует выяснить, насколько он отвечает основным характеристикам данного термина.

А.А. Тертычный основными жанрообразующими категориями считает: предмет творчества, цель материала, языковые характеристики и методы постижения реальности[[26]](#footnote-26). Постоянство связей между жанрообразующими компонентами обеспечивает устойчивость формы, благодаря которой той или иной жанр становится узнаваемым при сравнении произведений различных авторов. Предмет творчества – одна из самых главных характеристик жанра. Касательно инфотейнмента следует отметить, что в его рамках может изображаться как явление, ситуация, процесс, так и личность, событие и так далее, то есть ограничения по предмету изображения незначительны. Целевая установка играет не менее важную роль в жанрообразовании. Во всем своем многообразии инфотейнмент редко имеет единственную цель. В разных ситуациях он может иметь своей целью выявление особенностей и закономерностей, описание процесса, высмеивание или сопереживание проблеме. Методы постижения реальности также оказывают значительное влияние на формирование структуры жанров. В этом случае инфотейнмент является фоном для развертывания различных методов: от оценки до причинно-следственного анализа. Элементы развлечения лишь подчеркивают наиболее важные детали и моменты, акцентируя внимание на них.

Что касается языковых характеристик, следует отметить тот факт, что инфотейнмент обладает особой стилистикой, которая вбирает в себя весь спектр разных приемов выражения творчества.

Таким образом, проанализировав основные факторы жанрообразования, можно прийти к выводу, что в случае с инфотейнментом объединение журналистских произведений в группы по формальным признакам становится достаточно затруднительным.

Исследовательница С.К. Степанян высказывается в пользу отнесения инфотейнмента к формату. Она определяет данное явление как «сочетание жестких новостей и развлечения, которое способствует расширению аудитории»[[27]](#footnote-27). Б.Н. Лозовский тоже считает, что инфотейнмент можно охарактеризовать термином «формат». По его мнению, это способ подачи материала, следуя которому журналист находит даже в самых серьезных темах увлекательные детали, то есть развлечение информированием»[[28]](#footnote-28).

Г. Я. Солганик дает формату четкое определение: «совокупность характеристик, признаков, определяющих соответствие норме, правилам какого-либо мероприятия, события, явления»[[29]](#footnote-29). С.Н. Ильченко определяет телевизионный формат как «совокупный набор организационных приемов и структурных элементов телевизионного продукта»[[30]](#footnote-30). Из этих определений формата мы видим, что данная категория относится к организационно-технологическим характеристикам, что делает это явление еще более сложным нежели жанр. Вследствие этого отнесение инфотейнмента к формату кажется нам еще более затруднительным, чем к жанру.

По своей природе инфотейнмент является способом подачи информации аудитории. Исследовательница С. Богданова называет инфотейнмент «стилем преподнесения новостей и информации о различных фактах в развлекательной форме»[[31]](#footnote-31). Мы согласны с С. Богдановой, и также думаем, что инфотейнмент в большей мере соотносится именно с понятием «стиль», так как подразумевает наличие определенной методики преподнесения информации. Эта методика формируется на основе стилистических приемов, свойственных именно инфотейнменту. Поэтому в нашей работе мы будем рассматривать инфотейнмент как стиль. Тем более что в информационных программах применяются только определенные элементы инфотейнмента, так как новости в первую очередь предоставляют информацию, а элементы развлечения, играя, лишь стилистически окрашивают ее. Инфотейнмент имеет также и психологическую подоплеку: облегчает восприятие информации, способствует возникновению у зрителя определенных эмоций, делает восприятие информации более комфортным.

Естественно, что в новостных выпусках информационная составляющая находится на первом месте и элементы инфотейнмента играют скорее роль декорации. Однако многие медиаисследователи считают, что на сегодняшний день прогнозировать, до чего инфотейнмент может эволюционировать пока достаточно сложно, так как данный феномен имеет относительно недолгую историю на мировом телевидении, но стремительно развивается, расширяет палитру своих приемов.

## Классификация приемов инфотейнмента

Наше знакомство с теоретической литературой выявило тот факт, что существует множество различных приемов инфотейнмента, но четко регламентированной, единой классификации этих приемов, встречающихся на телевидении, нет. Поэтому в данной работе мы попробуем составить свою классификацию приемов стиля инфотейнмент.

На наш взгляд, все приемы инфотейнмента, используемые в информационных программах можно разделить на следующие группы:

1. Структурно-композиционные – приемы, с помощью с которых сюжет получается интересным и креативным, способ выражения задумки автора;
2. Содержательные – обозначают тему для сюжета, его место в выпуске, способ интерпретации информации;
3. Речевые – включают в себя использование разнообразных синтаксических и лексических приемов выразительности: тропов, фигур, языковой игры. Также в данную группу нам кажется целесообразным включить и невербальные элементы: мимику, жестикуляцию, интонацию и тембр речи журналистов. На наш взгляд, лексические и паралингвистические приемы правильнее рассматривать как единое целое, так как невербальные элементы используются в процессе передачи смысловой информации вместе с вербальными средствами, и, следовательно, эти элементы являются звеньями единого акта передачи речевого сообщения.

Рассмотрим более подробно каждую группу приемов инфотейнмента.

***1. Структурно-композиционные приемы***

Итак, к основным структурно-композиционным приемам мы отнесем, музыкальное и визуальное оформление, а также художественный монтаж, лайфы и люфты, то есть те средства, которые придают видеосюжету выразительность.

*Музыкальное оформление*

Для стиля инфотейнмент использование музыкальных заставок и композиций является очень важным и популярным приемом. Сама по себе музыка не несет смысловой нагрузки, но способствует комплексному восприятию информации. П.А. Гагарина считает, что музыкальное оформление помогает раскрыть информационный посыл автора. Так же исследователь пишет: «Остановить процесс восприятия звукового потока намного сложнее, чем восприятие визуального экранного контента. Зритель остро реагирует на акустические параметры телепередачи, и нередко именно они привлекают внимание к экранному действию»[[32]](#footnote-32).

Музыку в телеэфире используют для поддержания контакта с аудиторией, а именно для:

- «подогревания» зрительского интереса;

- расстановки смысловых акцентов;

- создания эмоциональной атмосферы;

- передачи эффекта присутствия (особенно часто применяется в прямом эфире, в репортажах).

Конечно, так же стоит отметить и музыкальные заставки, выполняющие организующую функцию и являющиеся «лицом» каждой телепрограммы[[33]](#footnote-33).

 *Визуальное оформление*

Визуальное оформление – это способ наглядного изображения информации, которую корреспонденты и ведущие преподносят зрителям. Телеканалы используют приемы визуализации, прежде всего для того, чтобы информация выглядела более доступной, удобной и предельно понятной каждому зрителю.

К ним мы относим следующие элементы визуального оформления в новостных выпусках:

1. Инфографика – используется для наглядной демонстрации чисел, статистических сведений в виде диаграмм, графиков и т.п. Применяется для того, чтобы цифровые данные легче воспринимались и усваивались зрителем;
2. Фотографии, схемы, карты и скриншоты , компьютерная анимация – часто используются журналистами в качестве видеоряда для закадрового текста. В наш век стремительного развития компьютерных технологий демонстрация скриншотов (точных изображений на мониторе компьютера)[[34]](#footnote-34) из социальных сетей политических деятелей и других известных личностей особенно вызывают интерес и доверие современного зрителя.

Для программ в стиле инфотейнмент визуальное оформление очень важно, так как это «легкий» способ представления самых различных сведений, который помогает даже сложные или скучные для восприятия на слух данные сделать более простыми и ясными, что способствует быстрому усвоению информации аудиторией.

 *Художественный монтаж*

Монтаж в переводе с французского означает сборку, конструирование. С помощью монтажа журналист может создавать совершенно разные по смыслу информационные блоки. В качестве средства выразительности монтаж используется для того, «чтобы вызвать у зрителя соответствующие эмоции, включить цепь ассоциаций, увлечь темпом и ритмом действия»[[35]](#footnote-35).

Мы выделили главные приемы художественного монтажа, которые активно применяются при создании телепередач в стиле инфотейнмент:

1. Различные видеовставки – данный прием включает в себя использование видео из архивов, художественных и документальных фильмов, видеоклипов, а также любительские видео с «места событий».
2. Прием смены плана – чаще всего используется для передачи эмоций и чувств героев программы, либо для акцентирования внимания на конкретных деталях;
3. Прием ассоциативной связи – подразумевает использование «аналогий и контрастов, сходств и различий, которые дают возможность активного эмоционального воздействия на зрителя, создания необычайных эффектов, воздействующих на зрительское воображение. Много материала для аналогий и контрастов дают кадры природных явлений или животных, придающих материалу метафорическое звучание»[[36]](#footnote-36);
4. Прием рефрена – представляет собой неоднократное повторение какой-либо детали. Тем самым демонстрируется ее важность в контексте сюжета и акцентируется зрительское внимание на определенных символах.

*Лайфы и люфты*

Многие медиаисследователи считают, что зритель хочет видеть реальную жизнь без прикрас. Н.В. Зверева пишет по этому поводу: «Зрителю не нужны журналистские комментарии. Особенно интересно ему как бы подглядывать за людьми, оказавшимися в сложной ситуации: как они реагируют на проблему, плачут или, наоборот, замыкаются в себе»[[37]](#footnote-37). Для того, чтобы показать зрителям жизнь такой, какая она есть, корреспонденты используют в своих сюжетах лайфы и люфты – приемы, пришедшие в новостную журналистику из документалистики. «Лайф – это живая картинка с живым звуком и комментарием, имеющая принципиальное смысловое значение»,[[38]](#footnote-38) - такое определение дает Н.В. Зверева одному из ярких элементов инфотейнмента. «Люфт – это включение в сюжет живой картинки с живым звуком без закадрового текста»[[39]](#footnote-39). Данный прием используется для передачи обстановки, основным содержанием сюжета он является редко.

Если в репортаже присутствует лайф, то зритель чувствует себя свидетелем происходящего, у него возникает ощущение скрытой камеры. Лайф всегда имеет принципиальное значение и несет огромную смысловую нагрузку, в то время как люфт является дополнительной краской, деталью, передающей атмосферу. А.А. Новикова называет использование этих приемов «симптомом нового этапа развития телевизионного языка»[[40]](#footnote-40).

***2. Содержательные приемы***

Содержательные приемы обозначают причину выбора тематического спектра, способов трактовки событий корреспондентом, а также способы подачи информации. К данной группе приемов мы отнесем: тему как ядро содержания, сенсационность, выступление журналиста как актора,

*Тема как ядро содержания* **–** несмотря на то, что главная задача новостных выпусков – информировать, телеканалы не забывают и о функции «развлекать». Как отмечает Ж. Бодрийяр, «аудитория любит любое содержание, если в нём есть качества шоу»[[41]](#footnote-41). Немецкий социолог Никлас Луман на основании эмпирических исследований выделил основные критерии отбора информации с целью показать, что современному телезрителю кажется наиболее зрелищным и интересным. По его мнению, самое главное, чтобы информация была неожиданной. Далее исследователь отмечает, что больше всего людей интересует[[42]](#footnote-42):

1. конфликты, так как человеком овладевает желание предугадать исход их разрешения;

2. количественные показатели, так как они внушают доверие своей точностью и определенностью, за их счет информация в глазах зрителей становится более важной;

3. локальная направленность: чем более информация локализирована, тем она значимее;

4. нарушения общечеловеческих, моральных, этических норм – такие прегрешения часто превращаются в скандалы, вызывая общественный резонанс и усиливая зрительский интерес;

5. моральная оценка нарушения норм. «Критикой нормативных нарушений сопровождается сообщение о конкретном нарушении, что является причиной возникновения уважения или неуважения к вовлечённым личностям»[[43]](#footnote-43).

Стоит отметить, что критерии выбора темы для освещения в бесконечном потоке информации определяются целями и приоритетами того или иного СМИ. Однако исследование Лумана показало, что существуют неизменные темы, которые постоянно востребованы зрителем.

На уровне выбора темы для сюжета мы отмечаем такой элемент инфотейнмента, как так называемое «мелкотемье». В каждом информационном выпуске можно наблюдать примеры его воплощения: в информационных программах «мелкотемные» сюжеты помещают в конец выпуска, здесь они играют роль «бантика», завершающего штриха. В некоторых программах «мелкотемье» может проникнуть и в середину программы – это зависит от концепции передачи. К «мелкотемью» мы относим сюжеты, посвященные незначительным событиям, интересным фактам и деталям, а также сообщения о жизни медийных персон. Такие «легкие» новости делают даже самый серьезный новостной выпуск живым и более увлекательным, так как они помогают развлечь зрителя, не «перегрузить» программу официозом.

К тематическим приемам мы относим и *трэшевые элементы,* которые пришли в информационное вещание из документалистики. Мы отмечаем, что трэш-эстетика может проявляться и на структурно-композицонном уровне, но в нашей работе трэш на уровне темы представляет больший интерес.

Трэшем в кино называли некачественный, плохой фильм с низким бюджетом. Впервые трэш стали использовать в СМИ в начале 19 века. Трэш (trash) – в переводе с английского языка «ерунда», «вздор», «дрянь», «помойка», «мусорка». «Когда-то этим разговорным словом, в том, числе обзывали бульварную прессу типа «New York sun», которая еще в 1833 г. специализировалась на описании жизни воров, проституток, насилии и уже тогда вызывала страшный гнев общественности»[[44]](#footnote-44).

В 20 веке понятие «трэш» вошло в обиход издателей, стало означать определенный тип массовой литературы, который характеризовался большим количеством штампов, банальных идей и неоригинальных сюжетных линий.

На телевидение трэш пришел из США. В 1980 г. американские журналисты разработали так называемую «философию» трэша: делать события реальной жизни как можно более драматичными и занимательными[[45]](#footnote-45).

Среди главных характеристик телевизионного трэш-продукта исследователи выделяют следующие:

1. содержание определяет культура повседневности. Реальность исследуется не в рамках системы «человек – бытие», а в рамках системы «человек – быт». При этом не важно, кто является документальным героем – знаменитость, обыватель или историческая личность;
2. обращение к телесному, к проблемам и потребностям «низа»;
3. доминанта эстетики безобразного;
4. в основном в эфир попадают материалы, отвечающие принципам сенсационности и экстремальности, патологии и извращённости[[46]](#footnote-46).

Кратко о трэше в журналистике можно сказать, что программы такого типа аппелируют такими темами как смерть, насилие, жестокость, катастрофы, частная и сексуальная жизнь. Ричард Харрис пишет, что «такая шокирующая информация помогает временно избавиться зрителю от чувства страха и неопределенности[[47]](#footnote-47), «происходит своего рода психотерапевтическая десенситизация , т.е. снижение чувствительности к факторам, порождающим страх»[[48]](#footnote-48).

При этом мы отмечаем, что трэш не является самостоятельным жанром: он играет стилеобразующую роль, удовлетворяя потребности аудитории в развлечении и адреналине. Более подробно мы рассмотрим трэш во второй главе, в параграфе, посвященном телеканалу НТВ.

*Сенсационность* – важнейшая характеристика стиля инфотейнмент. Под сенсацией подразумевается эксклюзивная, интригующая информация, которая часто бывает и шокирующей. Л.А. Васильева пишет, что «сенсационность присутствует в любой, самой обыденной теме. Сенсационная новость должна быть исключительной, описывать из ряда вон выходящие факты»[[49]](#footnote-49). Следует отметить и «грязные» сенсации, которые чаще всего можно увидеть в трэшевых программах.

Российские исследователи пишут, что наибольшей популярности среди аудитории пользуются сюжеты, которым присущ налет[[50]](#footnote-50):

- сенсационности, определяемой факторами неожиданности (катастрофы, стихийные бедствия, сенсации в политике и спорте), необычности (обезьяна спасла из пожара щенка, дружба рыси Линды и кошки Дуси);

- парадоксальности (дружба тигра Амура и козла Тимура, полицейские совершили преступление). Принцип парадоксальности западные журналисты излагают так: «Человек покусал собаку, а не наоборот». Здесь мы можем привести аналогичный пример: в Бразилии ребенок покусал змею, а не змея ребенка.

*Журналист как актор* – стиль инфотейнмент подразумевает многократное увеличение роли и значимости корреспондента. Часто мы можем наблюдать, как журналист становится непосредственным участником происходящих событий, тем самым налаживая контакт с аудиторией, культивируя ощущение присутствия. Нередко на экране мы видим «героизацию» репортера, в глазах зрителей он предстает как положительный персонаж с хорошими качествами. Он работает на месте событий, проводит собственное расследование, разговаривает со свидетелями, делает выводы и представляет аудитории полную картину событий, которая может вызвать резонанс в обществе. Таким образом, журналист выполняет этически важную миссию, преодолевая множество трудностей и опасностей на своем пути.

А.А.Новикова говорит о том, что в таких случаях репортера можно считать очень важным персонажем, так как именно благодаря его усилиям «репортаж начинает восприниматься как приключение, что привлекает аудиторию, заставляет ее смотреть выпуск за выпуском, чтобы продолжать наблюдать за развитием событий, за продолжением расследования»[[51]](#footnote-51).

В качестве составляющей приема «журналист как актор» мы рассматриваем и стендап. Стендап(англ. stand-up – выполненный стоя) – монолог репортера в кадре на месте события, являющийся постановочным эпизодом при съемке[[52]](#footnote-52). Стендап – это авторская подпись под репортажем, но появление репортера в кадре должно быть чем-то обосновано:

1. нет видеоряда для иллюстрации рассказа. Это может случиться, если нет возможности отснять необходимый материал, так как съемка не разрешена;
2. нужно логично перейти от одной части материала к другой. Позволяет разбить репортаж на смысловые части;
3. корреспондент в необычной обстановке;
4. журналист делает акцент на каком-либо предмете в кадре[[53]](#footnote-53).

Стиль инфотейнмент подразумевает активное участие журналиста в событиях, его роль многократно увеличивается. В последнее время стали популярны так называемые «стендапы-действие», когда журналист, произнося свой монолог, демонстрирует на практике то, о чем идет речь в сюжете, конечно, если есть такая возможность.

Чтобы продемонстрировать креативность и изобретательность корреспонденты пользуются самыми разнообразными способами съемки: пишут стендапы стоя, на ходу, сидя и даже лежа. Если раньше стендап не был обязательным элементом сюжета, то сейчас без него уже не обойтись.

***3. Речевые приемы***

К данной группе приемов мы отнесем средства речевой выразительности, которые в телевизионной практике активно используют журналисты. Ниже мы рассмотрим самые часто встречающиеся речевые приемы, свойственные стилю инфотейнмент: языковую игру, экспрессивность, иронию, саспенс и драматизацию.

*Языковая игра* – это «специфическое употребление языковых единиц»[[54]](#footnote-54). В науку термин ввел Л. Витгенштейн. Другие медиаисследователи пишут, что это «явления, когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное»[[55]](#footnote-55). К языковой игре относятся различные тропы, остроты, шутки, каламбур. На современном телевидении языковая игра – одно из самых распространенных выразительных средств. Е.М. Драгун считает, что языковая игра «способствует более успешному проявлению остроумия журналиста, что повышает его авторитет в глазах аудитории»[[56]](#footnote-56).

*Экспрессивность*– эмоционально окрашивает речь корреспондента, помогает выразить эмоции. Употребление эмоционально окрашенных единиц способствует реализации коммуникативной функции языка.

*Ирония*является приемом экспрессии, но, на наш взгляд, данное средство стоит выделить как отдельный элемент, так как оно представляет собой мощное «орудие» для привлечения зрительского внимания. Исследовательница Е.М. Драгун отмечает, что нередко «ироничное отношение к реальности подчас граничит с цинизмом»[[57]](#footnote-57). В.В. Васильева указывает, что психологическую «функцию освобождения от страхов, предрассудков, неуверенности, забот, о которой говорил Р. Харрис, в конце концов, со времен начала культурной истории имел и юмор»[[58]](#footnote-58).

*Саспенс*(англ. suspense– беспокойство, тревога ожидания): как объясняет энциклопедический словарь, данный термин означает «сюжетное напряжение»[[59]](#footnote-59). Определение пришло из кинематографа. В тележурналистике саспенс также представляет собой эффект напряженного ожидания. Прием саспенса чаще всего используется при анонсировании сюжетов или новых «поворотов» в обсуждении в разных телепередачах развлекательного характера. Саспенс применяется для того создания интриги с целью поддержать зрительский интерес и заставить досмотреть программу до конца, чтобы узнать все подробности. Он является излюбленным приемом телеканала НТВ, в особенности трэшевых программ. Фразу «сразу после рекламы вы узнаете все подробности» можно услышать в большинстве программ такого рода.

*Драматизация* ***–*** «базовое свойство телевизионного текста, которое проявляется как в случайно, так и намеренном наполнении образов содержанием, напрямую не заложенном в действительности»[[60]](#footnote-60). Следует отметить, что драматизация может проявляться и на содержательном, и на структурно-композиционном уровнях. Мы решили рассматривать этот прием в контексте речевого воздействия, так как, на наш взгляд, именно на этом уровне драматизация представляет наибольший интерес. Исследователь А.Н. Саблина пишет, что в основу драматизации как речевого приема, лег принцип французского социолога Пьера Бурдье: «Обычные слова не могут поразить ни «обывателей», ни «народ». Необходимо использовать слова, выходящие из ряда вон»[[61]](#footnote-61). Чаще всего прием драматизации используется в репортажах о войне, конфликтах, стихийных бедствиях. Основная функция драматизации – вызвать у зрителя такие эмоции как: сопереживание, сожаление, сочувствие.

Таким образом, мы пришли к выводу, что приемы инфотейнмента в информационных программах представляют собой систему, включающую в себя как структурно-композиционные (использование фрагментов из фильмов, кадров из архива, мелодий, компьютерная графика и анимация, различные приемы художественного монтажа, лайфы и т.д), содержательные («тема как ядро содержания», сенсационность, «журналист как актор»), так и речевые приемы (языковая игра, экспрессивность, ирония, саспенс, драматизация). Данные элементы обеспечивают динамичность и креативность сюжетов, эмоционально воздействуют на аудиторию, тем самым привлекая внимание зрителей и выводя их из фонового смотрения. Все группы приемов насыщают информацию средствами выразительности, обладая творческим, развлекательным потенциалом, призваны обогащать информацию выразительными средствами. Но в то же время многие медиаисследователи считают, что активное внедрение приемов инфотейнмента в информационное вещание снижает роль информационной составляющей телевизионного продукта.

# Глава 2. Инфотейнмент в информационных программах Первого канала и НТВ: сравнительный анализ

## Приемы инфотейнмента в информационных программах Первого канала

В 1994 г. в отечественном вещании произошли существенные перемены: президент Б.Н. Ельцин подписал Указ «О совершенствовании эксплуатации первого частотного канала телевидения и сети его распространения», в результате чего государственная телерадиокомпания «Останкино» была преобразована в закрытое акционерное общество «Общественное российское телевидение». Так завершилась многолетняя история государственной монополии на самое могущественное средство массовой информации нашей страны.

Реорганизация Центрального телевидения СССР в Государственную телекомпанию «Останкино», затем в ЗАО «Общественное российское телевидение» не привели к созданию в нашей стране общественного телевидения в общепринятом понимании. Как выражается Я.Н. Засурский: «Это не общественное телевидение и не государственное, а правительственно-частное»[[62]](#footnote-62). С этими словами трудно не согласиться: несмотря на то, что формально ОРТ должно было контролироваться государством, реальным его владельцем стал главный акционер Б.А. Березовский, на чьи средства финансировался канал. Биограф Б.А. Березовского П. Хлебников отмечает: «В отсутствие сильного акционера в лице государства он фактически управлял ОРТ»[[63]](#footnote-63).

Медиаисследователь В.Л. Цвик также пишет: «В 90-е гг. ОРТ называли «рупором мнения одного человека»»[[64]](#footnote-64). Несмотря на это, новости ОРТ имели стабильно высокие рейтинги, и это объясняется не только большой зоной охвата аудитории. Это также обусловлено тем, что сотрудники программы «Время» сумели сохранить мощный профессиональный уровень, а также тем, что консервативная аудитория привыкла получать информацию в определенное время и именно по этому каналу. Главная проблема информационной политики ОРТ заключалась в том, что канал занимался освещением только тех событий и только под углом, продиктованным теми, на кого этот канал работает. Исследовательница Е.И. Имамова считает, что основными недостатками ОРТ являлись отсутствие выработанной общественно полезной концепции, а также идейное наследие прошлого[[65]](#footnote-65). На наш взгляд, тенденция следовать советским традициям, несмотря на некоторые недостатки, которые отмечает Е.И. Имамова, оказала на канал и положительное влияние: уже в 90-е гг. «основными принципами вещательной политики канала были провозглашены стабильность и процветание»[[66]](#footnote-66). Этих принципов телекомпания старается придерживаться и в настоящее время. Стоит отметить, что многие региональные каналы считали информационные программы ОРТ «эталоном» новостной журналистики, на который нужно равняться.

В 1998-99 гг. в стране проходил конкурс «Новости – время местное», целью которого было повышение профессионального уровня региональных телекомпаний. Г.В. Кузнецов в своей книге «Так работают журналисты» говорит о том, что журналисты из регионов ориентировались на два телеканала: НТВ и ОРТ. Согласно концепции НТВ, «новости должны показывать из ряда вон выходящие события, о хорошей работе завода можно рассказывать только в том случае, если это необычно, если все остальные заводы стоят. Вторая концепция: новости должны быть моделью жизни, средством консолидации общества, дающим ценностные ориентации, а не только «голую информацию»». Эти принципы традиционно связаны с ЦТ-ОРТ. Г.В. Кузнецов пишет, что жюри долго спорили и не могли выбрать одного победителя, поэтому было решено выдать не один «Гран-при», а два. Екатеринбургский «Четвертый канал» признали лучшим производителем новостей в стиле НТВ. Лучшими профессионалами воплощения концепции ОРТ – «с преобладанием «мягких», «домашних» новостей, которые, возможно, интересуют только жителей данного региона и никого больше – признаны журналисты томской телекомпании «ТВ-2»»[[67]](#footnote-67).

В 2000 г. фактически закончилась «эра Березовского». Произошла революция: сетка вещания кардинально изменилась. Во всех информационных выпусках канала новости стали объективнее и точнее. В 2002 г. ОРТ сменило название на Первый канал.

Самой важной задачей ОРТ являлась формирование стабильной зрительской аудитории. Первым шагом стало создание новой структуры вещания и формирование политики канала. Е.И. Имамова отмечает, что компании действительно удалось совершить прорыв к зрительской аудитории. «Более того, и на сегодняшний день 57% россиян считает именно «Время» наиболее объективной новостной программой, правдиво отражающей события в стране и за рубежом»[[68]](#footnote-68).

На ОРТ процент официальной информации всегда был гораздо выше по сравнению с другими каналами. Эта тенденция сохраняется и в сегодняшних информационных выпусках Первого канала. Это объясняется близостью телекомпании к правящим кругам. В отличие от НТВ, ОРТ не претендовало на сенсационность: ставка делалась на официальную точку зрения, что сказывалось на манере изложения фактов и комментариях. Основными новостями на ОРТ были политические репортажи о работе президента и правительства. Е.И. Имамова пишет: «Решающее значения для выхода материала в эфир имели звонки «сверху», указания высокопоставленных чиновников»[[69]](#footnote-69). Следуя советским традициям, факты и мнения на ОРТ осознанно смешивались для того, чтобы у аудитории формировалась выгодная каналу точка зрения на события.

Излишняя официальность новостей ОРТ – некая «визитная карточка» программы, ее отличительная черта. Но с другой стороны именно этот «официоз» делает программу скучной. Часто журналисты ОРТ не замечали детали и мелочи, делающие сюжет более интересным: в этом они явно проигрывали коллегам из НТВ. «Это было заметно в репортажах из Госдумы – там, где ОРТ просто сообщало о принятии некоего закона и объясняло, что даст его принятие стране, НТВ находило скрытые интриги, борьбу депутатов, замечало, что новый закон даст простому народу»[[70]](#footnote-70).

Касательно ведущих новостей стоит сказать, что здесь НТВ также имело заметное преимущество: ведущие были более яркими, говорили своими словами, использовали языковую игру, что, безусловно, оживляло выпуск. Однако по этому поводу бывший ведущий новостей ОРТ И.Гмыза говорил следующее: «Официоз свойственен программе «Время» исторически и, кстати, телезрители давно истосковались по нему. Многим не нравится, когда в программах новостей некоторых телекомпаний ведущие припечатывают к стенке своими суждениями и даже взглядом. Программа «Время» - элемент стабильности»[[71]](#footnote-71).

Как мы уже отмечали выше, большинство теоретиков и практиков ТВ сходятся во мнении, что ОРТ никогда не было общественным телевидением, так как концепция канала не имеет ничего общего с европейской концепцией, где и зародилось общественное ТВ[[72]](#footnote-72). Но генеральный продюсер канала К.Л. Эрнст так не считает. Накануне пятилетия создания ОРТ он дал следующий комментарий: «Мы делали и будем делать общественное телевидение. Это телевидение для абсолютного большинства, не забывающее об интересах, предпочтениях небольших социальных, возрастных, национальных, религиозных групп. Это телевидение призвано всегда и в первую очередь учитывать государственные интересы, служить государству. Это телевидение, помогающее демократически избранному президенту страны проводить в жизнь его политику в интересах большинства россиян»[[73]](#footnote-73).

Сегодня Первый канал, как и другие телекомпании, работает по принципам современного, коммерческого телевидения, несмотря на то, что находится под влиянием государства. Хотя продюсер телеканала К.Л. Эрнст утверждает: «Представление о том, что сидят руководители каналов на телефоне, а им из Кремля что-то там сообщают – это чушь собачья. Да, мы действительно встречаемся и обсуждаем события следующей недели. В этом ничего нет, это происходит и во Франции. Я редактирую Первый канал, и, следовательно, несу ответственность за то, что мы показываем»»[[74]](#footnote-74).

Стоит отметить, что, несмотря на тяготение к «официозу», Первый канал продолжает оставаться бессменным фаворитом российской аудитории: среднесуточная доля его зрителей составляет 14%[[75]](#footnote-75). По данным компании TNS, которая занимается исследованиями аудитории СМИ, самыми рейтинговыми на отечественном телевидении являются программы: «Голос», «Время», «Пусть говорят», которые выходят в эфире именно Первого канала[[76]](#footnote-76). В этих и других программах мы отмечаем использование элементов инфотейнмента. Ниже мы подробнее рассмотрим, какое место занимает инфотейнмент в информационных выпусках Первого канала.

Самым ярким примером информационной программы в стиле инфотейнмент в истории Первого канала являлись «Другие новости» -новости без политики. Это новости о «самом важном, полезном и интересном»[[77]](#footnote-77), выходившие в эфир с 2006 по 2014 гг. Типичный выпуск программы состоял из репортажей по тематике программы, блока информации о светской жизни, курсов валют на завтра, анонсов предстоящих телепередач и фильмов на канале, прогноза погоды. Телевизионный практик и теоретик Николай Картозия считает, что проникновение элементов инфотейнмента даже в такой серьезный жанр, как новостная журналистика, неизбежно, так как «вместе с ценностями масскультуры в журналистскую практику прочно вошли ирония, интертекстуальность, языковая игра, лежащие в основе эстетики постмодернизма»[[78]](#footnote-78). Но в то же время Н. Картозия отмечает, что использование либо неиспользование приемов инфотейнмента значительно зависит от концепции конкретной информационной программы и вещательной политики телеканала в целом. Однако в ходе нашего исследования мы пришли к выводу, что присутствие игрового начала заметно и в самых консервативных программах, таких как «Новости» и «Время».

### Программы «Новости» и «Время»

В процессе анализа выпусков программ «Новости» и «Время» мы выяснили, что в своей работе корреспонденты из всего творческого «инструментария» инфотейнмента наиболее часто используют структурно-композиционные приемы: визуальное оформление, элементы художественного монтажа, лайфы. Распространенными приемами в новостном вещании Первого канала являются также: «журналист как актор» и «тема как ядро содержания», то есть содержательные составляющие. Что касается речевых приемов, то здесь следует отметить, что нередко в сюжетах корреспонденты и ведущие используют языковую игру, эмотивность и иронию. Рассмотрим эти приемы более подробно.

*Визуальное оформление, художественный монтаж, лайфы*

Как мы уже указали выше, именно эти приемы инфотейнмента чаще всего можно встретить в информационных программах Первого канала: в каждом из просмотренных нами выпусков присутствовали данные приемы.

Иногда в сюжетах для наглядности и облегчения восприятия информации применяют схемы и анимации: к примеру, сюжет от 27.03.16 о городских московских электричках иллюстрируется схемой метрополитена, где проложен маршрут, по которому они будут следовать. В сюжете от 03.11.15 об аварии пассажирского автобусе в Туле использована компьютерная анимация, демонстрирующая путь следования транспорта из Еревана в Москву – затем анимация резко сменяется реальными кадрами перевернутого автобуса.

Нередко в новостях можно увидеть такой элемент визуального оформления, как скриншоты. Например, новость от 30.03.16 о подписании закона об усилении ответственности за организацию «финансовых пирамид» иллюстрируется скриншотом с официального портала правовой информации. Далее показано видео из досье, где крупным планом сняты чемоданы, в которых находятся огромные суммы. Данное видео не несет информативности, на наш взгляд, оно использовано в сюжете из-за неимения других кадров, иллюстрирующих проблему.

В сюжете от 27.03.16 об освобождении Пальмиры использован обзор мировых СМИ: представлены скриншоты из «Gardian», «New-York Times», «Independent»,отрывки из эфира телеканала СNN и французского канала ТV5. Такой способ подачи применен для упрощения восприятия информации.

Использование фотографий как средства наглядности и «облегчения» сообщения мы видим в сюжете от 28.03.16 о восстановление разрушенных памятников Пальмиры: в репортаж вставлены кадры «как было» и «как стало». Далее корреспондент вещает: «На привычном месте нет Триумфальной арки, знакомой нам всем по учебникам истории 5 класса» - параллельно в кадре фотография учебника.

Инфографика в виде географической карты – неотъемлемый оформительский элемент новостей. Если в сюжете идет речь о двух странах или городах, то подводка ведущей всегда сопровождается изображением карты на мониторе, на которой выделены «участники событий». Этот элемент используется для того, чтобы зритель мог наглядно представить расстояние между населенными пунктами. Например, сюжет от 29.03.16 об украинском селе: речь ведущего сопровождается картой Украины. Далее сюжет от 31.03.16 о скандале между российскими и турецкими волейбольными болельщиками сопровождается картой мира, где отмечены Турция и Россия. В этом сюжете использован еще один излюбленный на Первом канале прием инфотейнмента, элемент монтажа – вставка в сюжет видео из Интернета, снятого очевидцами. Видео демонстрирует, как турецкие болельщики оскорбляют русских спортсменок. Другой пример: в сюжет от 29.03.16 о ликвидации движения «СтопХам» вставлены фрагменты любительского видео, где участники движения дерутся с автомобилистами и клеят наклейки на стекла автомобилей «Я паркуюсь как хочу».

Приему художественного монтажа мы видим в сюжете от 28.03.16 о выходе книге культуролога Соломона Волкова, посвященной Большому театру, сопровождается отрывками черно-белого видео из архива театра. Рассказ Волкова о Минине и Пожарском иллюстрируется отрывком из оперы «Иван Сусанин». Архивные видеозаписи в этот репортаж включены для того, чтобы зритель мог проникнуться атмосферой Большого театра.

Использование фрагментов из архива мы видим и в сюжете от 31.03.16 об открытии выставки Гелия Коржева в Третьяковской галерее. В репортаж включен отрывок из интервью, где художник объясняет, почему ему дали такое имя: «Я родился летом, и мама решила, что я Гелий – солнечный, солнце». К выставке эта информация не имеет никакого отношения, корреспондент включил данный фрагмент в сюжет как интересную деталь.

Зачастую корреспонденты канала в своих сюжетах прибегают к архивным записям камер наблюдения, а также других телеканалов. Так, в сюжете от 30.03.16 о падении военного самолета в Приморье использованы записи с камер видеонаблюдения для того, чтобы зритель мог наглядно увидеть кадры катастрофы. В репортаж от 29.03.16 о захватчике самолета в Египте корреспондент включил лайф с Иосифом Линдером, президентом Международной контртеррористической тренинговой ассоциации, где он смотрит на мобильном телефоне записи камеры видеонаблюдения, на которых угонщик проходит контроль перед посадкой, а затем уже комментирует случившееся. Данный лайф, конечно, можно считать игровой подачей информации. В конце сюжета репортер отмечает, что захватчик самолета перед тем, как угнать самолет, успел сфотографироваться: на экране фото преступника. Эта информация не несет важной смысловой нагрузки, поэтому, бесспорно, является элементом «разбавления» серьезной новости.

 Мы уже говорили о том, что лайфы, люфты и синхроны имеют большие возможности в усилении развлекательной функции. К примеру, репортаж от 30.03.16 с заседания коллегии Министерства культуры, где обсуждали то, что единый реестр памятников культурного наследия России в скором времени будет доступен для всех, построен исключительно на лайфах, люфтах и синхронах, без сопровождения журналистскими комментариями. Подобную драматургию выстраивания сюжета корреспондент выбрал для того, чтобы зритель мог почувствовать себя участником событий. Лайф как элемент развлекательности можно наблюдать в репортаже от 01.03.16 о реконструкции Бородинского сражения. Рассказывая об участниках, корреспондент подчеркивает: «Участвовали целые семьи, задействовали даже домашних питомцев». Далее вставлен лайф с хозяином и собакой.

Иногда операторы в своей работе применяют прием рефрена. К примеру, в репортаже от 29.03.16 о повышении цен на отопление в Волгограде оператор многократно крупным планом снимает квитанцию, где указана сумма 5000 рублей. Здесь визуальный прием использован для усиления эмоционального воздействия на зрителя, для акцентирования внимания на проблеме. Другой подобный пример от 26.03.16: компания «Аэрофлот» стала лауреатом престижной международной награды – статуэтку за весь сюжет крупным планом показывают четыре раза.

Часто на Первом канале выходят сюжеты, где не участвует корреспондент: сюжет строится на оперативной съемке с мест событий, кадры резко сменяют друг друга, вставляются лайфы, люфты и закадровый текст ведущей. Такие сюжеты являются наглядной демонстрацией тенденции современного телевидения к клиповости и фрагментарности восприятия. Например, новость о взрыве на шахте в Воркуте 26.02.16: сюжет построен исключительно на видеоряде и закадровом тексте ведущей.

 В сюжете от 24.03.16 о вынесении приговора гражданину Таджикистана за попытку сбыть крупную партию героина, используются кадры оперативной съемки из зала суда и люфты. Также в этом сюжете мы заметили такой элемент развлекательности, как интерес к детали: крупным планом оператор снимает надпись «Пустой» на грузовике подсудимого. В данном контексте акцент на этой надписи можно считать элементом игровой подачи.

*Содержательные и речевые приемы*

Приемы «журналист как актор» и драматизация мы наблюдаем в сюжете от 30.10.15 о взрыве дома в Хабаровском крае. Свой стендап журналист читает, проходя через завалы. Этим приемом репортер культивирует ощущение присутствия и налаживает общение с аудиторией. Здесь же мы замечаем и пример драматизации, когда корреспондент с грустной интонацией говорит: «чудо произошло, когда шансов не было: из-под руин удалось спасти ребенка». Прием использован для того, чтобы передать зрителю всю трагичность события.

Еще один пример драматизации мы видим в сюжете от 03.03.16 о перемирии в Сирии. Закадровый текст корреспондента построен так, чтобы тронуть чувства зрителя: «Доброе утро, Дамаск» - для этой фразы у жителей сирийской столицы появился реальный повод, над городом практически не звучали выстрелы. Сегодня в Дамаске раздаются звуки обычного города, без эха войны. Ощущение того, что вот, наконец, началась мирная жизнь, появилось у многих жителей Сирии». Драматургия сюжета строится на синхронах и лайфах с радостными людьми.

Анализируя содержательные приемы в данных программах, мы не можем не отметить такой элемент как сенсационность. Несмотря на то, что Первый канал предпочитает более спокойный, мягкий стиль подачи информации и не делает ставку на эксклюзив, в отличие от НТВ, в некоторых выпусках мы все-таки наблюдаем использование этого развлекательного приема. Так, например, программу «Время» от 28.02.16 открывает, как выразилась ведущая Екатерина Андреева: «Совершенно скандальная история, которая напоминает скорее сюжет авантюрного фильма». Сюжет посвящен актеру Валерию Николаеву, который сбежал из зала суда. Андреева продолжает подводку: «Герой, который как все думают, сидит за решеткой, на самом деле разъезжает по городу. Наезд, несколько ДТП, неповиновение полиции – все это случилось с актером Валерием Николаевым. О том, как получив несколько суток ареста, остаться на свободе в эксклюзивном репортаже». Стоит отметить, что подобные «горячие» репортажи – нечастое явление в информационных выпусках Первого канала. Сюжет изобилует лайфами и синхронами, где показан актер, ведущий себя агрессивно и использующий обсценную лексику в адрес членов съемочной бригады. Корреспондент иронично комментирует: «Устав от внимания, актер старается скрыться, вот только на скорости 10 км в час это совсем не похоже на киношную погоню – на пробитых колесах далеко не уедешь. Судя по букету цветов в салоне и пакету с продуктами, на этот день у него были большие планы».

Другой пример эксклюзивности мы наблюдаем в сюжете от 27.02.16. Андреева подводкой интригует зрителя: «Сегодня в России отмечается День сил специальных операций. В центр подготовки спецназа журналистов пригласили впервые. Сейчас вы увидите, как бойцы отмечают праздник и узнаете об их работе то, что можно рассекретить на этот момент». В репортаже мы замечаем еще один содержательный прием – «журналист как актор». Чтобы создать эффект присутствия и непосредственного участия в событии, стендап журналист записывает под обстрелами: «Отправляясь на съемку в этот праздничный день на базу подразделения в Подмосковье, мы рассчитывали хотя бы на подобие торжественных мероприятий. Вместо этого нам был предложен короткий марш-бросок на полигон. Так что первую годовщину дня сил спецопераций мы встречали в учебно-полевых условиях». После чего оператор снимает, как репортер идет по глубоким сугробам.

Несмотря на политизированность новостных программ Первого канала, игровое начало иногда проявляется и на уровне выбора темы видеосюжета: каждый выпуск «Новостей» и «Времени» завершается очень незначительной новостью. Мы заметили, что особенно часто в конец программы помещают новости о дне рождения известной медийной личности. В таких сюжетах обычно представлена вся «палитра» инфотейнмента: элементы художественного монтажа, драматизация, языковая игра и другие приемы.

Например, сюжет от 08.11.15, посвященный актеру Алену Делону, в честь его 80-летия целиком выполнен в стиле инфотейнмент. Подводка ведущей весьма эмотивна и пестрит эпитетами: «Сегодня легенде французского кинематографа Алену Делону исполняется 80. Символ эпохи, король экрана, эталон красоты – в начале карьеры продюсеры даже отказывались его снимать из-за слишком безупречной внешности». Интересна драматургия выстраивания сюжета – корреспондент прогуливается по «местам Делона»: «У розовой свинки, путешествие по местам Делона начинается неожиданно: городская легенда гласит – когда-то будущая звезда работала в мясной лавке». Далее в сюжете использовано архивное интервью актера из документального фильма «Делон. Мужчина все времена», где он говорит о том, что гордится тем, что он единственный актер, который может грамотно нарезать ветчину. Затем в сюжет вставлены кадры из его фильмов. Корреспондент продолжает: «Российским поклонникам это место будет особенно любопытно – Елисейские поля – «Тегеран 43» начали снимать здесь, правда не совсем удачно, первый же съемочный день Делон сорвал, говорил режиссерам, что снимать его здесь не нужно, он слишком популярный, соберется народ. В шутку Делона предложили поменять на Бельмондо. Он пошутил в ответ: тайком вышел на улицу и мгновенно собрал толпу поклонников». Стендап журналистка записывает, переходя дорогу неподалеку от Елисейских полей. Далее корреспондент повествует с нотой экспрессивности и драматичности о личной жизни актера: «В его объятьях мечтали оказаться поклонницы по всему миру, там оказывались действительно многие – одна свадьба, один развод, три гражданских брака, трое детей и бесчисленные романы. Но на вопрос, что такое любовь, он всегда отвечает: «Любовь – это Роми». После этой фразы в сюжете появляется кадр из фильма «Кристина» с Делоном и Роми Шнайдер в главных ролях, где актер кричит: «Я клянусь любить тебя». Композиция репортажа построена именно так для того, чтобы придать сюжету дополнительную драматичность, тем самым оказав эмоциональное воздействие на аудиторию. Мы специально так подробно описали этот сюжет, так как в нем сконцентрировались многие элементы инфотейнмента.

Сюжет от 13.03.16 посвящен имениннице Елене Малышевой. В подводке ведущая использует языковую игру: «Сегодня день рождения у главного теледоктора страны. Как жить здорово и здорОво в репортаже Екатерины Березовской». Сюжет состоит из синхронов родственников Малышевой, где они вспоминают забавные случаи из ее детства, фрагментов из программы «Жить здорово», а также синхронов самой телеведущей – к примеру, на одном из них Елена читает стихи В.В.Маяковского. Заканчивается сюжет эмотивным закадровым текстом корреспондента: «Легким движением, сбросив туфли на шпильках, она отправляется в мир макетов, навстречу экспериментам и идеям, которые готова генерировать 24 часа в сутки».

Можно привести много примеров еще более «легких» новостей: в Греции в уличных проводах застрял горный козел. В сюжете от 30.03.16 продемонстрирована операция по спасанию животного, видео взято из Интернета. Эту новость нельзя назвать общественно-значимой, однако любопытной и интересной она, безусловно, является.

Позабавил зрителей и сюжет от 28.03.16: грузинский экс-премьер выкупил огромное тюльпановое дерево. «Дерево вызвало у миллиардера столь лирические чувства, что тот немедленно выкупил его для нового парка в своем поместье», - говорит корреспондент. Далее показан фрагмент видео из Интернета, где транспортируют реликтовое дерево, затем фрагмент архивного интервью Иванишвили, где он рассказывает о своей страсти к гигантским деревьям. Корреспондент применяет языковую игру и иронию: ««Если дерево не идет к берегу, тогда берег идет к дереву», - решили специалисты и проложили путь к барже прямо по морю. Однако зооактивисты беспокоятся за дерево, которое может не пережить своей Одиссеи».

Еще один интересный сюжет от 03.11.15, построенный на ироничном закадровом тексте ведущей, видеоряде и архивных видеозаписях из Интернета: «в Бразилии весьма неожиданно закончилась встреча ребенка и змеи. Играя во дворе, мальчик нашел рептилию, укус которой смертельно опасен даже для взрослого. Почему незваная гостья осталась на руках у малыша, а не бросилась на него – неизвестно. Укусы получила именно змея: когда родители вышли во двор, ребенок жевал змею. Мальчика отвезли в больницу, однако ни отравления, ни повреждений у него не обнаружили. Чего не скажешь о змее – выжить после укусов не удалось».

### «Доброе утро»

На официальном сайте Первого канала программа «Доброе утро» позиционируется как «утренний информационно-развлекательный телеканал»[[79]](#footnote-79). Данная передача является преемником «60 минут» - первой телепрограммы на канале в стиле инфотейнмент. Стоит отметить, что современное утреннее вещание в целом строится на использовании приемов инфотейнмента. Н. В. Зверева называет стиль презентации информации в утренних программах домашним[[80]](#footnote-80). Главная задача утреннего эфира – создавать позитивную атмосферу, настраивать зрителей на хороший день, заряжать положительными эмоциями. Именно поэтому инфотейнмент – это основной стержень утренней телепередачи. «Доброе утро» состоит из 26 постоянных рубрик с незамысловатыми заголовками такими, как: «С миру по нитке», «Счастье есть», «Звездная жизнь», «Это кино» и другими.

Инфотейнмент в данной программе проявляется на всех уровнях: структурно-композиционном, содержательном и речевом. Касательно приема «тема – ядро содержания», стоит сказать, что ставка на развлекательность подразумевает полный отказ от политических новостей (за исключением новостных блоков), а также негативной информации о жестокости, насилии, смерти. В «Добром утре» делается упор на «мягкие», оптимистичные новости.

Часто сюжеты в «Добром утре» имеют нейтральные инфоповоды или же не имеют их вовсе. В этих случаях используется содержательный прием «мелкотемье»: выбирается легкая для восприятия информация, не имеющая общественной значимости, и подается в игровой форме. Мы отмечаем, что излюбленной темой рубрик «Между тем» и «С миру по нитке» являются животные: в более чем половине сюжетов за анализируемый нами период героями репортажей стали четвероногие. Например, сюжет от 29.01.16 рубрики «Между тем» посвящен ежихе Жене: не дождавшись весны, ежиха проснулась зимой. Здесь мы также замечаем и речевой прием – языковую игру: «То ли ежиный кошмар приснился, то ли еще какая-то причина», - поясняет корреспондент. Другой пример «мелкотемья» мы наблюдаем в рубрике «Звездная жизнь» от 18.11.15: в сюжете обсуждается, кто кого ревнует в «звездных» парах. Еще один пример – сюжет от 31.03.16 рубрики «С миру по нитке»: корреспондент рассказывает о ежегодной стрижке альпак в Перу, а в сюжете от 29.02.16 говорится о дне рождении юной самки гориллы в Сан-Диего. Примером «мелкотемья» является также «Энциклопедия русской жизни»: героями рубрики становятся российские артисты, которые делятся короткими смешными или нелепыми случаями из своей жизни. К примеру, в сюжете от 25.11.15 певица Ксана Сергиенко со смехом вспоминает о том, как во время исполнения романтической композиции, она упала со сцены. А Сосо Павлиашвили поделился с «Добрым утром» историей о поклоннице, которая зашла в его гостиничный номер и призналась в любви, перепутав с Валерием Меладзе. Такие юмористические мини-зарисовки, конечно, призваны рассмешить зрителя и зарядить позитивом на день.

Нередко чтобы привлечь аудиторию к сюжетам, корреспонденты программы используют ход, свойственный развлекательным программам, - приглашают «представителя народа» в качестве эксперта. Исследователь Н. Зорков называет этих героев «свежими головами». По мнению Н. Зоркова, такой прием придает сюжету динамичность, делает его более «живым», а также вызывает доверие аудитории, сокращая дистанцию между программой и зрителем[[81]](#footnote-81). Приглашенными экспертами становятся домохозяйки, дачники, автолюбители и многие другие. Они простым языком в игривой форме советуют, как своими руками сделать шерстяную лампу (сюжет от 04.02.16), сшить красивую наволочку (сюжет от 28.01.16), сделать «незамерзайку» для автомобиля (сюжет от 18.12.15), утеплить цветы (сюжет от 13.11.15) и так далее.

Содержательный прием «журналист как актор» мы можем наблюдать в рубрике «Наши гости». Обычно гостей приглашают в студию, либо сами корреспонденты приезжают на место, которое удобно гостю. Примечательно, что на «выездах» всегда работает пара корреспондентов – мужчина и женщина. В таких сюжетах журналисты появляются в кадре наравне с героями: не просто задают вопросы, но и спорят, вставляют собственные ремарки. К примеру, в сюжете от 03.03.16, посвященному 305-летию Военно-оркестровой службе Вооруженных сил России, журналистка просит оркестр играть тише, так как музыка перебивает речь дирижера. Другой пример: в начале сюжета от 28.03.16 корреспонденты делают «селфи» с актрисой Анастасией Меськовой.

Касательно структурно-композиционных приемов, стоит отметить, что нередко корреспонденты программы используют элементы художественного монтажа: фрагменты из фильмов, записи из архивов, а также фотографии. К примеру, в репортаже от 25.12.15 рубрики «Перехват» использованы архивные видеозаписи с камер видеонаблюдения. Также в данном сюжете мы наблюдаем быструю оперативную съемку, резкую смену кадров, что делает сюжет более динамичным. Например, весь сюжет «Ева Лонгориа и другие латиноамериканки» от 15.03.16 рубрики «Звездная жизнь» состоит из закадрового текста корреспондента, фрагментов из архивных видео с разных мероприятий, где участвовали знаменитости, а также их фотографий. Другой пример из этой же рубрики от 25.02.16 «Что нового в сети?»: в сюжете использованы фотографии из социальных сетей Ким Кардашьян, Канье Уэста, Дженнифер Лопес. Затем вставлены фотографии из блога француженки, где она выкладывает фотоколлажи, на которых сравнивает известных актеров с котами. Постоянное использование фрагментов из художественных фильмов мы заметили в рубрике «Это кино». Например, в интервью с актером Райаном Рейнольдсом от 29.01.16 вставлен фрагмент из фильма «Дэдпул», где он исполнил главную роль.

Иногда корреспонденты программы используют в сюжетах инфографику для того, чтобы доступно и просто презентовать ту или иную информацию. К примеру, сюжет рубрики «Неопознанное» от 09.11.15 посвящен землетрясениям, и для наглядного изображения корреспондент включил в репортаж инфографику в виде географической карты, где отмечены самые сейсмоопасные районы России.

Нами было замечено, что в рубрике «Неопознанное» наиболее часто корреспонденты прибегают к такому визуальному элементу как компьютерная анимация. В сюжете от 06.11.15 рубрики «Неопознанное» о комете «Каталине» использована компьютерная анимация, которая демонстрирует движение кометы. Подобный прием используется и в сюжете от 10.11.15 «Чудеса науки»: с помощью компьютерной графики показано, как выглядит планета Марс, из чего он состоит. Данный элемент в этих случаях применен для упрощения информации и наглядности.

Что касается музыкального оформления, то здесь мы заметили частое использование веселых мелодий в качестве «фона» сюжетов практически всех рубрик. Также мы отмечаем нередкое включение в сюжет лайфов, главная цель которых – заставить зрителя улыбнуться. Например, в репортаже под заголовком «Сколько у нас двойников?» от 27.01.16 рубрики «Неопознанное» музыкой сопровождаются синхроны, лайфы и закадровый текст корреспондента. Сюжет от 25.03.16 рубрики «Репортаж дня» о введении ГОСТа по содержанию домашних животных в городских условиях наполнен лайфами и люфтами с играющими собаками в костюмах. Весь сюжет сопровожден приятной музыкой. На протяжении всего сюжета от 01.03.16 «Да здравствуют кошки!» на фоне играет забавная музыка, а также вставлены лайфы с мурчащими кошками. Данные структурно-композиционные приемы в контексте программы выполняют «взбадривающую» функцию, а также призваны вызвать у аудитории умиление и другие положительные чувства.

Говоря о речевых приемах в «Добром утре», стоит отметить частое употребление языковой игры, иронии и экспрессивности. Пример языковой игры мы наблюдаем в заголовке сюжета о заметно поправившейся Бритни Спирс от 22.11.15 рубрики «Звездная жизнь» - «Хорошей знаменитости много не бывает»: корреспондент прибегает к аллюзии на поговорку «Хорошего человека должно быть много». Журналист продолжает, используя иронию и эмотивность: «У Бритни на сцене лопнула молния комбинезона, а танцоры пытались ее подчинить прямо на своей аппетитной работодательнице. Набрал вес и Хавьер Бардем. Поклонники говорят, что актер поправился на 15 кг, хотя на самом деле на все 20: в этот момент использован прием художественного монтажа (вставлен фрагмент из фильма, где персонаж Бардема громко смеется). На наш взгляд, сюжет получился действительно забавным, конечно, благодаря приемам инфотейнмента. Другой пример языковой игры мы видим в заголовке сюжета «Сколько стоит грязный номер?» рубрики «Перехват» от 24.12.15: в репортаже идет речь об административной ответственности водителей за грязные номера на автомобилях. Ироничность мы замечаем в заголовке сюжета от 16.03.16 рубрики «Между тем» - «Можно с вами сфотографироваться?», посвященному «селфи» с дикими животными. Пример языковой игры мы также видим и в заголовке сюжета от 29.03.16 «Не покладая клешней»: репортаж посвящен речным ракам, которые уже 10 лет «следят» за чистотой воды на водопроводных станциях.

Таким образом, можно пришли к выводу, что программа «Доброе утро» использует более богатый набор приемов из всех групп инфотейнмента. Это обусловлено тем фактом, что «Новости» и «Время» - информационные программы, тяготеющие к официальности. Следовательно, данные телепередачи имеют меньше возможностей для реализации игрового начала, чем «Доброе утро», которое делает упор на развлекательный контент. Однако, как мы уже выяснили, «Новости» и «Время» также имеют в своем арсенале немало элементов инфотейнмента, чтобы делать новости более интересными и динамичными.

## Приемы инфотейнмента в информационных программах НТВ

История телекомпании НТВ берет свое начало с 10 октября 1993 года, когда впервые вышла программа «Итоги» в сетке вещания пятого петербургского канала. В этом же году стали выходить программы «Намедни» и «Сегодня». Слоган «Новости – наша профессия» стал девизом НТВ и по сей день является актуальным. Название телеканала интерпретировали по-разному: «независимое», «новое», «негосударственное», даже «наше» или «нормальное» телевидение. Один из основателей НТВ Сергей Зверев так комментирует выбор названия канала: «Да ничего не значит, просто НТВ». «А все будут дальше спрашивать: что такое НТВ?» «НТВ и все»[[82]](#footnote-82).

В 1996 г. Указом президента Б.Н. Ельцина четвертый телевизионный канал был полностью передан в распоряжение телекомпании НТВ. Этим Указом Ельцин «поблагодарил» НТВ за помощь в предвыборной кампании. НТВ стало развиваться на солидной финансовой основе: стартовый капитал составлял 50 млн долларов. «Новое телевидение сразу заявило о себе сильными новостями западного стиля»[[83]](#footnote-83).

Бывший корреспондент НТВ Павел Лобков характеризует первые годы НТВ так: «Сейчас это смешно говорить, но мы не шли тогда в новостях по повестке дня, которую формировал условно «Интерфакс» или ТАСС. У нас было все свое. И бытовуха, и криминал, и светская жизнь, и политика, конечно. Политики было много. Но не той паркетной, к которой все привыкли на госканалах. А другой. С интригой в том числе»[[84]](#footnote-84).

Объективная манера подачи информации была по душе аудитории, знакомой с выпусками западных СМИ: репортажи сообщали всегда расширенную информацию в несколько усложненной манере, не всегда понятной простому зрителю. По этому поводу критики писали: «впервые вкусы, предпочтения и интересы интеллигенции получили на телевидении приоритет, – и ее ответное страстное чувство было НТВ обеспечено»[[85]](#footnote-85). Примечателен тот факт, что владелец НТВ В.Гусинский старался не вмешиваться в политику канала: «Главный принцип: не влиять на профессионалов в момент работы»[[86]](#footnote-86). Гусинский всегда подчеркивал, что НТВ – проект коммерческий, так как именно на телевидении можно хорошо заработать.

Чтобы привлечь к сотрудничеству самых талантливых и креативных журналистов, НТВ платило своим сотрудникам самые высокие зарплаты по сравнению с другими каналами. Е. И. Имамова пишет, что главным отличием и секретом профессионализма НТВ было то, что канал не скупился выделять корреспондентам средства на покупку эксклюзивной информации. Преимуществом НТВ было наличие в каждом информационном выпуске оперативной и оригинальной информации из регионов.

Ориентируясь на западные СМИ, НТВ отказалось следовать основному принципу российского телевидения – «прислуживать» высокопоставленным лицам. Это позволило корреспондентам проявлять индивидуальность и делать яркие, достойные сюжеты: канал стал одной из лучших телекомпаний России. Критиков восхищало отсутствие в информационных программах НТВ «пороков отечественной телеинформации: сообщений о событиях, очень важных кому-то из власть предержащих; пафосных комментариев, заменяющих сообщение о реальных фактах; суконного, канцелярского языка; газетных штампов»[[87]](#footnote-87).

Выпуски «Сегодня» строились по важности сюжета на данный момент, что было непривычно для зрителя, привыкшего видеть отдельные блоки российской и зарубежной информации. В отличие от других программ в «Сегодня» подача материала в эфир была более динамичной.

Павел Лобков сравнивает уникальность НТВ с уникальностью гостиниц, «которые открывались в России после эпохи гостиницы «Москва» и «Метрополь». У нас полностью отсутствовал опыт советского сервиса», - признается журналист[[88]](#footnote-88).

Бесспорно, нельзя отрицать, что мощное влияние на вещательную политику НТВ оказала западная культура. Так, например, у западных коллег были позаимствованы «хрипушки» - звуковые сообщения, переданные корреспондентом по телефону, прямые включения и перекрестные диалоги

ведущего и корреспондента на месте события, ставшие «фирменным знаком» канала. Стоит сказать, что иногда НТВ злоупотребляло такими перекличками, и «в итоге выпуск заполняется сплошными «говорящими головами»»[[89]](#footnote-89). Однако нельзя не признать тот факт, что «Сегодня» и на данный момент является единственной программой, которая свободно владеет языком перекрестных диалогов.

По сравнению с другими каналами доля «официоза» на НТВ была и есть ниже. Сотрудники канала уделяют больше внимания человеческим историям, проблемам и региональным событиям. «На НТВ считают, что нет события, о котором нельзя было бы рассказать, и самой страшной ошибкой является замалчивание информации»[[90]](#footnote-90).

Как мы уже указали в первой главе, именно корреспонденты НТВ первыми рискнули сделать ставку на инфотейнмент. Программа «Намедни», выходившая в эфир с 1993 по 2004 гг., за все время своего существования собирала у экранов миллионы телезрителей. Бывший корреспондент программы Андрей Лошак определяет «Намедни» как «качественный умный инфотейнмент». Секрет успеха программы, по его мнению, заключается в том, что создатели передачи уделяли особое внимание мелким деталям, а также делали акцент на том, как говорить, а ни о чем. Лошак вспоминает: «Парфенов старался сделать так, чтобы каждый материал оседал внутри надолго, был узнаваемым. Он очень любил слово «хендмейдность», и во всем, что он делал, она чувствовалась[[91]](#footnote-91). «Зрители «Намедни» и сейчас никуда не делись. Просто их немножко запутали. Просто у них изъяли из ежедневного меню эти прекрасные, хорошо сделанные блюда, подменили их, не знаю, питанием из столовой. Это происходило постепенно, и люди не заметили этой подмены и привыкли уже к этой столовке»[[92]](#footnote-92).

В 2010 г. на НТВ появилась программа «Центральное телевидение», как называют ее сами создатели – первое информационное шоу. Ведущий Вадим Такменев говорит о своей программе следующее: «Мы рассматриваем «Центральное телевидение», как канал связи в выходной день вечером со зрителем, с интересными людьми, с авторами, которые находятся в разных точках мира»[[93]](#footnote-93).

Многие медиаэксперты считают «Центральное телевидение» продолжателем традиций «Намедни». Действительно, сходство сложно не признать: харизматичный ведущий Вадим Такменев в остроумной манере рассказывает о самых интересных и актуальных событиях прошедшей недели, в точности, как в свое время это делал Леонид Парфенов.

Николай Картозия говорил о том, что «Центральное телевидение» - это попытка «продолжить традиции инфотейнмента в современной обстановке»[[94]](#footnote-94). Журналист объясняет: «И через семь лет после закрытия «Намедни» мы продолжаем развивать мысль, что это не только важно, что мы покажем, но как мы покажем это. Чтобы люди, немножко подзакисшие, скажем так, в не очень благоприятной атмосфере информационного нынешнего времени, все-таки что-то выловили, нашли для себя, услышали»[[95]](#footnote-95).

НТВ – также первый российский канал, который начал использовать на практике западную теорию о том, новость «со знаком минус» всегда будет интересна зрителю.

Бывший ведущий НТВ М.Осокин комментировал зрительские предпочтения: «Так устроен человеческий ум – людей, в первую очередь, интересуют пожары, убийства, нападения и землетрясения, а хорошие новости остаются на втором плане»[[96]](#footnote-96).

Ориентируясь на вкусы аудитории, НТВ действительно часто ставит на первое место негативную информацию, а также драмы и скандалы. Для освещения подобных событий и поддержания высоких рейтингов журналисты используют трэшевые элементы, которые мы рассматривали в предыдущей главе как приемы «жесткого» инфотейнмента. Трэш-журналистика строится скандалах, смерти, жестокости, катастрофах.

Стоит отметить, что использование этих явлений перешло и в новостные выпуски, где все чаще можно увидеть шокирующие записи с мобильного телефона, предоставленные очевидцами событий. Сейчас, как правило, трэшевое видео снимают любители на камеру мобильного телефона, а дальше либо продают крупным телекомпаниям, либо сами выкладывают в интернет.

Е.А. Манскова рассматривает трэш в своей работе «Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики»как самое знаковое явление новой эстетики, при этом отмечает, что весь канал НТВ позиционирует себя как ориентированное на таблоидность, криминальную тематику, и что трэш здесь является идеологией всего канала.

Пионером этого метода на российском телевидении является «Программа Максимум» на НТВ. Лозунг передачи определял ее содержание – «скандалы, интриги, расследования». Сотрудники программы освещали самые провокационные и откровенные темы, используя жесткую манеру подачи информации. Со временем трэш-эстетика стала негласной идеологией канала. Создатель программы Николай Картозия дает ей следующие определения: «Намедни» для бедных, «кровавый ералаш», «мрачный Фитиль», «бескудниковский постмодернизм», «Лунная соната» в исполнении Шнура»[[97]](#footnote-97). Концепцию программы Картозия определил так: «Собака укусила человека — это не новость. Человек укусил собаку — наверное, новость, но не для нас. Чтобы попасть в нашу программу, собака должна укусить либо собаку Павлова, либо «собаку-точку-ру». Некая паранормальность и гиперболизация общественных проявлений присутствует»[[98]](#footnote-98).

Трэш на современном телевидении авторы передач позиционируют как своеобразный манифест протеста. Редактор «Программы Максимум» Сергей Евдокимов описал ее стилистику следующим образом: «Трэш — это наша форма примирения с реальностью, особая, оригинальная форма подачи. На самом деле трэш сейчас — это умное телевидение и чуть ли не самая свободная его форма, которая возможна»[[99]](#footnote-99).

С приходом на должность генерального директора в 2004 г. В.М. Кулистикова, можно сказать, что на НТВ фактически началась эпоха трэша. Кулистиков кардинально изменил канал: некогда известное своей достойной публицистикой НТВ, стало ассоциироваться исключительно со «скандалами, интригами, расследованиями». Трэш стал активно внедряться во многие программы: «Ты не поверишь!», «Новые русские сенсации», «ЧП. Обзор» и другие. Передачи-скандалы буквально «взорвали» эфир: критики осыпали их негативными отзывами, а среди массовой аудитории программы пользовались бешеной популярностью, благодаря чему НТВ имело стабильно высокие рейтинги. Рассуждая о явлении трэша, Андрей Лошак, бывший корреспондент программы «Намедни», приходит к выводу, что трэш на НТВ – это «мэйнстрим, господствующий стиль, как екатерининский классицизм или модерн начала прошлого века»[[100]](#footnote-100).

Почему же это так привлекает современного зрителя? Дело в том, что у зрителей при просмотре, например, репортажей катастроф, возникает неподдельное возбуждение, интерес, которые позволяют им забыть о скуке. В том то и заслуга инфотейнмента, что методы, которые он использует, помогают отвлечь людей от насущных социальных, политических, экономических и других проблем. Как пишет А.А.Новикова: «человек обладает двумя первичными потребностями. Первая – потребность в порядке, мире, безопасности, защите от угроз и невзгод жизни, потребность жить в привычном и предсказуемом мире, счастливо и однообразно. Но есть и вторая первичная потребность, которая противоречит первой: человек нуждается в волнении и неопределенности, он склонен к риску и беспорядку, он ищет неприятностей, напряженности, угрозы, новизны, тайны, не может существовать без врагов и подчас в несчастии чувствует себя самым счастливым на свете»[[101]](#footnote-101).

Доминирующей точкой зрения касательно трэша является мысль о том, что он деформирует восприятие реальности человеком, делает его нечувствительным, невосприимчивым к действительности. Психолог Ольга Маховская рассматривает трэш на телевидении как опасный вирус. Так, в книге «Телемания: болезнь или страсть» она пишет: «Ненормальные, изуродованные, просто неэстетичные люди, редкие, но пугающие события, грязные подворотни, дикие комментарии. Есть лица, которые нельзя показывать по телевидению. Их изображение нарушает элементарную санитарную норму и приводит, фигурально выражаясь, к тяжелым инфекционным заболеваниям головного мозга. Проще – засорению мозгов»[[102]](#footnote-102).

Говоря конкретно про канал НТВ с точки зрения использования трэша, как приема, то некоторые исследователи считают, что это своеобразная форма протеста против «гламурного» телевидении, к тому же зрители устали от официоза, который преподносится на телеканалах «Россия» и «Первом». На НТВ предпочитаю самоиронию и цинизм. Эту теорию подтверждают и сами журналисты телеканала: «Я вообще считаю, что желтая журналистика – это последнее прибежище свободы слова»,[[103]](#footnote-103)- заявляет Сергей Евдокимов. Но по нашему мнению, культ трэша со стороны телевизионных каналов – это всего лишь погоня за рейтингами, а не за свободой. Создатели прекрасно понимают эффективность таких приемов и останавливаться только на них не собираются.

Теоретики и практики телевидения по-разному реагируют на использование трэша в программах, в большинстве своем, резко критикуют данный стиль, признавая его асоциальный и извращенный характер.

А.Г. Качкаева дает следующую оценку трэшу: «Телевизионный трэш объемен, многомерен, изобретателен, и абсурдность, эпатаж, чернуха, шокирующие подробности, неподдельный интерес к человеческим инстинктам − это философия этого жанра»[[104]](#footnote-104).

Трэш настолько заполонил эфир телекомпании НТВ, что стал уже не просто элементом инфотейнмента, но и, по мнению, продюсеров канала, достоин собственного отдельного жанрового направления - «шоктейнмент»: «Инфотейнмент умер. Теперь — шоктейнмент»,[[105]](#footnote-105) - заявил в одном из своих интервью Николай Картозия. Эта тенденция подразумевает подачу зрителю более зрелищного и изощренного шока.

 Е.Манскова считает, что «современные телевизионные программы вернули трэш-эстетике ее первоначальные черты: одноразовое, дешевое, вульгарное, низкопробное и некачественно сделанное экранное произведение, лишенное какого-либо подлинного художественного значения или моральной ориентации, но часто с претензиями на таковые» [[106]](#footnote-106).

Для того чтобы выявить приемы инфотейнмента на телеканале НТВ мы рассмотрим новостные и информационно-развлекательные программы этого канала: «Сегодня», «Итоги дня», «Акценты недели», «Обзор. Чрезвычайное происшествие», «Ты не поверишь!», «Новые русские сенсации», «Центральное телевидение». Во всех можно встретить как общие элементы инфотейнмента, так и те, которые свойственны только одной из них. Разнообразие встречается как среди структурно-композиционных, так и среди содержательных и речевых приемов.

Одним из самых распространенных речевых приемов на телеканале НТВ является языковая игра, которая особенно часто используется в анонсах к видеосюжету. Яркие «заголовки» сюжетов выполняют аттрагирующую функцию, то есть служат привлечению внимания. Следует отметить, что подобные приемы способны нивелировать значимость затрагиваемых в сюжетах тем. Например, репортаж от 22.03.16 о переговорах Обамы и Кастро и снятии эмбарго с Кубы в выпуске «Сегодня» был назван «Бунтарь Обама», и все потому, что глава США посетил отдаленную кубинскую тюрьму. «Поставил лайк - не получил кредит» - такой ироничный заголовок выбрали журналисты программы «Акценты недели» для сюжета от 06.03.16, где рассказывается о том, что банки начинают следить за аккаунтами в социальных сетях потенциальных заемщиков. Другой пример из «Акцентов недели» - сюжет от 13.03.16, посвященный некачественному хлебу, открывает заголовок: «Почему вместо душистой булки нам досталась дырка от бублика?»

«Вся жизнь – театр» - так был назван сюжет от 20.03.16 в «Сегодня» о банкротстве «бананового короля» и художественного руководителя Михайловского театра Владимира Кехмана. Помимо заголовка, этот сюжет целиком построен на приемах инфотейнмента. Для легкого усвоения цифровых данных используется инфографика, где отражена стоимость всего внутреннего убранства яхты Кехмана. Корреспондент акцентировал особое внимание на детали - «белых тапочках с закрытым мысом», которые были проданы вместе с самой яхтой. В конце сюжета журналист иронично комментирует: «Театральную деятельность Кехмана нельзя назвать такой же яркой, как историю с банкротством, разве что вспомнить роль принца в спектакле «Чиполлино»»: на экране появляется отрывок из архивных записей, на котором Кехман танцует в этом самом спектакле. С помощью этих приемов корреспонденты сумели сделать интересный репортаж, который заставил зрителей улыбнуться.

Другой пример использования инфографики - в сюжете о терактах от 22.11.15 применена инфографика в виде схемы боеприпасов для того, чтобы наглядно продемонстрировать зрителю их устройство. А в сюжете от 15.11.15 о теракте в Париже корреспонденты с целью подробно показать зрителю места, где произошли взрывы, использовали инфографику в виде карты Парижа. записи камер видеонаблюдения, видео с телефонов очевидцев, а также прием драматизации, фото под грустную музыку. Пример использования скриншотов мы наблюдаем в выпуске программы «Акценты недели» от 15.11.15. Первый пример - скриншот с сайта национального антитеррористического комитета, где говорится о том, что сплоченность граждан и государства - единственный способ противостоять террористическим угрозам. Второй пример - скриншот французской газеты, где сказано, что двое из непосредственных участников теракта в Париже были подростками. В сюжете от 05.03.16 программы «Центральное телевидение» о бегстве сына турецкого президента, мы также наблюдаем использование скриншота: зрителю демонстрируется изображение анонимного блога, автор которого пишет, что у семьи Эрдоган есть огромные счета в Италии и Швейцарии.

Журналисты НТВ любят использовать такой прием, как драматизация, например, в конце сюжета от 17.11.15 программы «Итоги дня» о теракте в Брюсселе, крупным планом показывают плачущую Федерику Могерини, комментируя: «Железная леди не смогла сдержать слез».

Однако прием драматизации на НТВ часто используется и «мелкотемных» сюжетах. К примеру, в программе «Новые русские сенсации» от 19.03.16 под названием «Исповедь жены Меладзе», несколько раз крупным планом снимают глаза Ирины Меладзе, в которых видны слезы, сопровождая комментарием: «Ирина долго держалась, но больше не смогла сдержать слез». Еще один подобный комментарий журналиста: «На площадке дежурят гримеры - в любой момент Ирина может не сдержать эмоций». «Душещипательная» история героини об измене мужа, периодически сопровождается медленной грустной музыкой на фоне. Также журналисты показывают и расчувствовавшихся дочерей Меладзе. Данные приемы использованы для усиления эмоционального воздействия на зрителя.

В трэшевых программах «Ты не поверишь!» и «Новые русские сенсации» практически в каждом выпуске для придания сюжету дополнительной эксклюзивности журналисты очень часто используют содержательный прием «сенсационность», употребляя в анонсах слова «самый, самая», «только у нас», «впервые». Например, «Самая громкая исповедь жены Меладзе» и «Самая страшная тайна Полины Гагариной»: зрители, увидев такие заголовки, уверены, что речь пойдет о чем-то невероятно интересном и шокирующем. На самом же деле «самая страшная тайна» Гагариной заключается в том, что певица не общается со своим двоюродным братом. На наш взгляд, данный факт из жизни артистки никак нельзя назвать «самой страшной тайной», новость сделана буквально из «ничего», и такой заголовок употреблен в целях привлечения и удержания зрительского внимания.

Тяготение к сенсационности и «мелкотемью» мы наблюдаем и в сюжете от 05.03.16 программы «Центральное телевидение», репортаж анонсируется следующими словами: «Впервые и только сегодня заговорит женщина, знающая все тайны американского президента». В итоге Салли Миллер, бывшая возлюбленная Билла Клинтона, на протяжении всего репортажа рассказывает о своем романе с президентом, приводя подробности их личной жизни: говорит, что Клинтон хорошо целуется, показывает корреспонденту платья, которые нравились экс-президенту.

В программе «Центральное телевидение» мы видим частое использование музыкального оформления сюжетов. К примеру, в репортаже от 05.03.16 о повышении цен на бензин, кадры с проезжающими по дороге автомобилями сопровождаются динамичной музыкой.

В этом же сюжете использован еще один прием инфотейнмента – игровой стендап. Стендап корреспондент читает в супермаркете, раскладывая продукты по полочкам, поясняя свои действия тем, что: «Все это изобилие с неба на полки не падает, товар сюда нужно доставлять каждый день. Многие говорят, что цены на бензин в ближайшее время подрастут, то вроде, как и ценники нужно переписывать, но магазины пока это делать не спешат».

Стоит отметить, что самым излюбленным приемом трэша на НТВ является саспенс, то есть эффект напряженного ожидания. Фраза «подробности вы узнаете сразу после рекламы» встречается в каждом выпуске информационно-развлекательных программ на НТВ. Примеры саспенса: «После рекламы жена решится на самое тяжелое признание в своей жизни и не сможет сдержать слез», «После рекламы вы узнаете, о чем молчит Меладзе», «Почему у Джанабаевой бегают глаза при появлении Ирины?» (программа «Новые русские сенсации» от 19.03.16, «Через несколько минут «королева скандала» расскажет всю правду о Навальном» («Новые русские сенсации» от 12.12.15), «Зачем великая Ванга просила, чтобы наших корреспондентов снова привели к ее могиле?», «Впервые сенсационные предсказания Ванги сразу после короткой рекламы», « После рекламы мы наконец узнаем, какое будущее предсказала болгарская ясновидящая России» («Новые русские сенсации» от 26.03.16).

Причем чаще всего после рекламы журналисты сообщают уже известные факты, добавляя новую подробность, зачастую совсем незначительную. Главная цель использования данного приема – держать интригу до конца выпуска, тем самым, «приковывая» зрителя к экрану. Самым ярким и интересным, на наш взгляд, саспенсом воспользовались журналисты программы «Новые русские сенсации» в выпуске от 26.03.16 о предсказаниях Ванги: перед каждой рекламной паузой корреспондент повторял: «Впервые дочь Ванги заговорит с журналистами» или «Дочь Ванги расскажет самую главную тайну», тем самым создавая интригу. Зрители, не знакомые с биографией Ванги верят, что в конце программы покажут дочь провидицы, а люди осведомленные недоумевают: у ясновидящей не было детей. Таким образом, даже если человек не планировал смотреть всю программу до конца, любопытство берет верх – интересно узнать, почему столько лет никто не упоминал о дочери Ванги. И вот в конце программы долгожданная кульминация и развязка: дочерью корреспонденты назвали крестницу предсказательницы. Возникает двоякое ощущение – как будто журналисты держали интригу и в конце обманули, но в то же время обмана не случилось, так как крестницу можно назвать крестной дочерью.

Программы «Ты не поверишь!», «Новые русские сенсации» и «Ч.П. Обзор» представляют собой трэш в «чистом виде». Самым главным признаком, по которому мы можем отнести данные программы к трэшу, является так называемое «мелкотемье». Темы, которые поднимают эти программы, всегда второсортные, зачастую пошлые, интересные далеко не каждому зрителю подробности из личной жизни знаменитостей. Героями «Ты не поверишь!» особенно часто становятся одни и те же медийные личности: Киркоров, Пугачева, Галкин, Басков.

В «Ты не поверишь!» одним из самых популярных приемов инфотейнмента является использование фрагментов из фильмов, мультфильмов, видеоклипов, а также личные домашние архивы «звезд». К примеру, в выпуске от 13.02.16 использованы видео из домашнего архива Филиппа Киркорова, личные фото Ольги Бузовой, Полины Гагариной и других медийных персон. В сюжете, посвященном празднованию дня всех влюбленных в семье Нонны Гришаевой, использован отрывок из фильма «Брюс Всемогущий», где герой Джимма Керри достает с неба с луну. Фрагмент сопровождается закадровым комментарием журналиста: «Ради Нонны Александр и луну с неба готов достать».

Программа «Акценты недели» посвящена самым интересным, по мнению корреспондентов, событиям уходящей недели. Нередко журналисты прибегают к «мелкотемью», считая достойной внимания, например, новость о том, что козлу Тимуру нашли новую невесту - козу Маньку (выпуск от 07.02.16). Содержательный прием «журналист как актор» мы видим в сюжете, посвященном Олимпийскому патрулю, где корреспондент в прямом эфире вещает из Сочи и говорит о том, что он «наделал кучу селфи с известными спортсменами и ему не терпится забить ленты социальных сетей». Эти слова, конечно, не имеют важности для широкой аудитории, они являются легким дополнением к сообщаемой информации.

 В ходе анализа эмпирического материала мы заметили, что очень часто корреспонденты НТВ используют в своих репортажах яркие лайфы и люфты. К примеру, в сюжете от 27.02.16 о взрыве шахты в Воркуте использовано несколько лайфов с плачущими людьми. В репортаже от 13.02.16, где говорится о том, что в Свердловской области младенцу сделали прививку, после которой произошло кровоизлияние в мозг. Нашему вниманию представлены лайфы с плачущей матерью малыша.

В сюжете от 22.11.15 мы видим лайфы с перестрелками в Сирии, а также люфты, где крупным планом снимают раны и синяки на телах военных корреспондентов. Ведущий начинает этот сюжет словами: «Сенсационные кадры в расследовании нашего корреспондента». То есть здесь мы наблюдаем так же и использование содержательного приема – «сенсационность». В этом же сюжете мы видим пример стендапа-действия – журналист снимает его на бегу, говоря о том, что обстрел в сирийском селе ведется с турецкой границы.

Программа «ЧП. Обзор» часто шокирует зрителей выбором, освещаемым ею тем: так, например, в сюжете от 29.02.16 рассказывается о том, что на школьницу дома упал потолок, а репортаж от 18.03.16 посвящен расследованию убийства маленькой девочки, в ходе которого выяснилось, что убили ее собственные родители, а перед этим отец изнасиловал ребенка. В сюжете от 25.03.16, используя записи оперативной съемки, крупным планом нам показывают убитого тигренка. Ужасные кадры сопровождаются закадровым текстом корреспондента: «Тушу четырехмесячного амурского тигра рассчитывал продать на черном рынке житель Приморского края. Краснокнижного зверя он оценил в 300 тысяч рублей».

Так же мы отметили, что журналисты программы ни в одном из просмотренных нами выпусков не обошлись без использования кадров любительской съемки или записей камер видеонаблюдения. Думается, что этот прием так любим корреспондентами передачи потому, что использование таких записей в репортажах повышает зрительское доверие – ведь кадры сняли очевидцы, «люди из народа». Слова корреспондента: «На экране вы видите кадры съемки, которую прислали очевидцы, наши зрители», - аудитория, слыша эту фразу, чувствует себя причастной к событиям, демонстрируемым на экране. Так, к примеру, репортаж от 25.03.16 о пожаре частного детского сада в Екатеринбурге начинается с кадров любительской съемки после пожара. А сюжет об аварии микроавтобуса в Иркутске – кадрами, взятыми с видеорегистратора.

Таким образом, на основе проведенного нами анализа эмпирического материала, мы пришли к выводу, что в информационных и информационно-развлекательных программах НТВ журналистами используется богатый набор приемов инфотейнмента. Практически каждый элемент из приведенной нами классификации был применен в исследованных программах. Мы отмечаем, что самыми излюбленными приемами инфотейнмента на НТВ являются элементы визуального оформления, художественный монтаж, сенсационность, «мелкотемье», драматизация, саспенс, ирония и языковая игра – использование именно этих приемов в сюжетах мы наблюдали наиболее часто. Так как НТВ – канал коммерческий, закономерным оказывается тот, факт, что телекомпания разными способами старается добиться высоких рейтингов, поэтому ставка на эксклюзивность и сенсационность, на наш взгляд, вполне оправдана.

Так же мы выяснили, что трэш-стилистика является идеологией канала, о чем говорили и сами сотрудники НТВ. Трэшевые элементы проникли даже в новостные выпуски. В программе «Сегодня» часто показывают шокирующие кадры любительской видеосъемки, сюжеты наполнены драматургическими приемами – это все те элементы, которые привносит в эфир инфотейнмент. Так как аудитория канала предпочитает зрелища, то НТВ удовлетворяет ее потребность: даже новости становятся зрелищем.

В ходе нашего исследования мы пришли к выводу, что использование тех или иных приемов инфотейнмента зависит от информационной политики канала. Так, Первый канал, придерживается курса «стабильность и процветание», вследствие чего, подача информации на канале более мягкая, чем на НТВ. На Первом канале мы не наблюдаем наличия трэшевых элемента, саспенса, горячей сенсационности: чтобы скрасить свои информационные выпуски телекомпания использует только игровые элементы инфотейнмента. НТВ характеризуется агрессивной подачей информации, которая проявляется в оперативной съемке, трэше, драматургии сюжета, «быстром» кадре, сенсационности и других приемах.

# Заключение

На основании теоретического анализа мы выделили в инфотейнменте богатый набор параметров, которые характеризуют данное явление в телевизионной индустрии:

– доминанта формы над содержанием;

 – эмоциональность;

– полифункциональность и полижанровость;

– коммерческая ориентация на рейтинги;

– визуальная привлекательность;

- отсутствие контекста;

- отсутствие последовательности;

- зачастую отсутствие ценности;

- соответственно, отсутствие серьезности.

–фрагментарность и универсальность.

 Мы отмечаем также, что современные исследователи тесно связывают явление инфотейнмента с развитием эпохи постмодернизма, для которого характерен отказ от серьезности и всеобщий плюрализм:

– господствует всеобщее смешение и насмешливость над всем;

– отказ от истины, вместо истории, содержание не отражает реальность, а творит новую, даже множество новых реальностей.

Главное свойство постмодернизма - абсолютизация теории игры: обличение всего в игровую форму, для того чтобы способствовать сокращению дистанции между массовым и элитарным потребителем. В информационном вещании объем информации в большей степени формируется за счет использования журналистами развлекательных технологий, чем за счет информационных поводов и фактов.

Рассмотрев различные подходы к определению инфонтейнмента, такие как жанр, формат, метод, стиль, мы в своей работе обозначили его как стиль подачи информации, так как он подразумевает наличие определенной методики преподнесения информации. В информационном вещании эта методика формируется на основе стилистических приемов, свойственных именно инфотейнменту.

В нашей работе мы предприняли попытку классификации этих приемов, разделив многочисленный и разнообразный инструментарий журналиста при работе над стилистической окраской информации на 3 группы

1. Структурно-композиционные – приемы, с помощью с которых сюжет получается интересным и креативным, способ выражения задумки автора. К ним мы отнесли визуальное и музыкальное оформление, художественный монтаж, характерные лайфы и люфты.
2. Содержательные – обозначают причину выбора темы для сюжета, его место в выпуске, способ интерпретации информации. К ним мы отнесли такие тематические характеристики как сенсационность, парадоксальность, мелкотемье, элементы треша, прием журналист как актор.
3. Речевые – включают в себя использование разнообразных синтаксических и лексических приемов выразительности - тропов, фигур. К ним мы отнесли такие приемы, как языковая игра, ирония, саспенс, драматизация. Также в данную группу сочли целесообразным включить и невербальные элементы: мимику, жестикуляцию, интонацию и тембр речи журналистов.

При сопоставительном анализе информационных программ мы выяснили, что Первый канал и НТВ используют разный набор приемов инфотейнмета, исходя из своих концепций вещания.

Телеканал НТВ отличается жесткой, агрессивной манерой подачи информации. В основе концепции НТВ лежит тяга к сенсационности и погоня за зрительскими симпатиями, трэш-стилистика является наиболее популярным выразительным средством, мейнстримом, господствующим стилем и идеологией канала. В последние годы на канале речь зашла о такой разновидности инфотейнмента, как шоктейнмент. Эта тенденция подразумевает подачу зрителю более зрелищного и изощренного шока. Наиболее популярным приемом является саспенс. Сюжеты в большинстве своем содержат такие характеристики как сенсационность и парадоксальность.

Первый канал, являющийся самым востребованным каналом страны, стремится к объективной подаче информации. Число программ, использующих стиль инфотейнмент, на Первом канале значительно меньше, чем на НТВ, следовательно, и число комбинаций приемов инфотейнмента также невелико, его корреспонденты достаточно лаконично используют приемы развлечения, общее количество элементов инфотейнмента в одном сюжете обычно не превышает 2-3, когда на телеканале НТВ эта цифра может быть больше в 2 раза. Первый канал, являясь преемником традиций Центрального ТВ и ОРТ, не гонится за сенсационностью, использует «мягкие» приемы инфотейнмента: языковую игру, художественный монтаж, визуальное оформление.

Общим для обоих каналов является использование такого приема как мелкотемье. Для новостных сюжетов Первого канала и телеканала НТВ в одинаковой степени характерны также фрагментарность и клиповость. Оба канала для усиления выразительности видеоряда включают в сюжеты стенд-апы, лайфы, люфты, синхрон.

В целом, мы отмечаем, что инфотейнмент, став универсальной телевизионной формой, сильно изменил облик современного телевидения. По нашему мнению, элементы развлечения могут, не искажая информационную картину, делать ее более интересной и доступной для зрителя.

# Список литературы

***Монографии, учебные пособия***

1. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. и др. История мировой журналистики. Москва – Ростов-на-Дону, 2003. 372 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Республика. М., 2006. 269 с.
3. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 335 с.
4. Васильева Л.А. Делаем новости!: Учеб. пособие. Изд. М. Аспект Пресс 2003. 190 с.
5. Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики. СПб., 2004. 288 с.
6. Голядкин  Н.А.  История отечественного и зарубежного телевидения. М.: Аспект Пресс, 2014.188 с.

Гудяков Р. В. Драматизация информации на российском телевидении как фактор формирования социальной идентичности. М., 2012.

1. Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дисс. … канд. филос. наук. М., 2015. 175 с.
2. Журналистика сферы досуга: Учебное пособие / Под ред. Л.Р. Дускаевой и Н.С. Цветаевой. СПб., Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 304
3. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999. 272 с.
4. Засурский Я.Н. Сравнительный анализ концепций общественного и государственного телерадиовещания Франции и России. 2000.
5. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. М., 2008. 200 с.
6. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009. 468 с.
7. Ильченко С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: новые жанры и формы вещания. СПб., 2006. 139 с.
8. Ильченко С.Н., Познин В.Ф., Почкай Е.П. Технология СМИ. Творческие профессии на радио и телевидении. СПб., 2003. 89 с.
9. Имамова Е.И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического телевидения, М., 2000. 286 с.
10. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты, М.:МГУ, 2004. 143 с.
11. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю.Антоновского. М.: Праксис, 2005. 256 с.
12. Майдурова О.Ф. Информационные жанры в региональных новостных телепрограммах: актуальные тенденции. СПб., 2011.
13. Маховская О. Телемания: болезнь или страсть? М., 2007. 272 с.
14. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М., 2004. 428 с.
15. Немировская М.Л.Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов. М.: Юнити, 2013. 199 с.
16. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. М., 2008. 208 с.
17. Новикова А.А. Телевидение и театр: пересечение закономерностей. М., 2010. 176 с.
18. Петров Г.Н.  Телевизионная драматургия. СПб.,1999. 120 с.
19. Познин В.Ф. Основы монтажа изображения. СПб., 2004. 104 с.
20. Поцелуев С. П. Политические парадиалоги: монография / Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. 250 с.
21. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М., 1999. 384 с.
22. Телевизионная журналистика: учебник. 4-е изд. / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. М.; МГУ, 2002. 236 с.
23. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. 158 с.
24. Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2004. 560 с.
25. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб: Изд. ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, Нева, ОЛМА-ПРЕСС, 2002. 320 с.
26. Хейзинга Й. Hоmо Ludеns (Человек играющий). М.: Прогресс – Традиция, 1992. 416 с.
27. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России, М., 2004. 381с.
28. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей  : учеб. пособие / В. Л. Цвик .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— (Медиаобразование). 262 с.
29. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. М., Аспект Пресс. 2002.175 с.
30. Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М., Аспект Пресс. 2012. 221с.
31. Шкловский В. Б. Тетива: О несходстве сходного. Собр. соч. Т. 3. М., 1974. 455 с.

***Статьи в печатных изданиях***

1. Беляев В. «Понедельник» Михаил Осокин // ТВ Парк. 1996.- вып.20.
2. Богданова С. Феномент инфотейнмента или о превращении информации в развлечение на телевидении // Прикладная культорология: калейдоскоп идей. М., 2010.
3. Вартанов А. Без камуфляжа // Журналист. - 1997. - № 11-12
4. Вартанов А. Новое?.. Независимое?.. Нет – нормальное! // Журналист. - 1994. - № 9 (сент.)

Гмыза И. От «Детского часа» до «Времени» // Московский комсомолец. - 1996. - № 59

1. Еремина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа / / Медиаскоп, М., 2013. № 4
2. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. — М.: 1983.
3. Картозия Н. Русский infotainment. Часть 1. Журнал "Broadcasting. Телевидение и радиовещание" №1, 2003.
4. Лисова С.Ю. Телевизионные новости как форма знания о политике / / Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, 2012. № 6
5. Лошак А. Быть подгузником // Esquire. 2006. №8 (14).
6. Манскова Е.А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. №1, 2009
7. Мир за неделю // Общая газета, 2000. № 11. С. 14.
8. Нескрябина О.Ф. О некоторых тенденциях журналистского творчества / / Система ценностей современного общества, 2010. № 14
9. Потапова Е. Дядя Стеба // Новая газета, 9.11 2006
10. Саблина А.Н. Принцип увлекательной новости в презентации информации об украинском кризисе // Историческая и социально-образовательная мысль, Краснодар, 2014, № 5.
11. Саблина А.Н. Становление понятия инфотейнмент в работах отечественных исследователей // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, Москва, 2014, № 10.
12. Толоконникова А.В. Особенности программирования Первого канала // Медиаскоп. № 2, 2008.

Черменская Г. Сказка про хитрого колобка // Литературная газета. – 1998. - 14 октября

***Интернет-источники***

1. Афанасьева Е. Профессия-репортер как образ жизни. Интервью с А. Хрековым, Н. Картозия и Л. Парфеновым // Радио «Эхо Москвы». Программа «Телехранитель» от 05.11.2006. // URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/tv/47304/>

Вадим Такменев нарушает негласный запрет Путина

URL: <http://staroetv.su/news/2011-03-15-1069>

1. Гагарина П. А. Приемы звукового оформления телеперадач. URL: <http://jour.vsu.ru/edition/journals/accents/2010/accents_1-2_2010.pdf>
2. Гендиректор Первого канала рассказал, кто убил Влада Листьева URL: <http://reporter-ua.com/2013/04/04/gendirektor-pervogo-kanala-rasskazal-kto-ubil-vlada-listeva>
3. Евгений Левкович Интервью с Андреем Лошаком URL: <http://www.ok-magazine.ru/stars/interview/14636-andrey-loshak>
4. Зверев: Мы затеяли НТВ без санкции Кремля URL: <http://ria.ru/media_Russia/20131010/968607843.html#ixzz46UeWo6jo>
5. Зверева В. Infotainment на российском телевидении [Электронный ресурс] / / URL: <http://culturca.narod.ru/INFO.htm>
6. Зорков Н. Инфотейнмент на российском телевидении URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>
7. Качкаева А. Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // Радио «Свобода». Программа «Смотрим телевизор» от 19.12.2005. // <http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp>

Кембриджский словарь [Электронный ресурс] URL: <http://dictionary.cambridge.org>

Ларина Ю. Скандальновидность URL: http:// [www.kommersant.ru/doc/2297339](http://www.kommersant.ru/doc/2297339)

Лобков: не подниму тост ни за здравие, ни за упокой НТВ URL: <http://ria.ru/interview/20131010/968861350.html#ixzz46UoXutPE>

1. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь, изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург, Уральский государственный университет, 2007. С. 69. URL: <http://virlib.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsln=article.xslt&id=a81>

Лошак А.: У нас нет крыши URL: <https://meduza.io/feature/2015/05/25/u-nas-net-kryshi>

Постман Н. Информируемся до смерти. Пер. А.Т., 2003.[www.neilpostman.ru](http://www.neilpostman.ru).

1. Результаты исследований аудитории СМИ URL: <http://tns-global.ru/>

Солганик Г. Я. Общие замечания о формате и жанре, М., МГУ; 2009 [Электронный ресурс] URL: http://www.mediascope.ru/node/416

1. Степанян С. К. Формат телепрограммы как рыночный товар. Журналистика и медиарынок: автореф.дисс. канд. филол.наук. Москва, 2006, [Электронный ресурс] URL: <http://cheloveknauka.com/format-pechatnogo-smi-v-sovremennoy-rossiyskoy-mediaindustrii>
2. Стилистический энциклопедический словарь русского языка URL: <http://stylistics.academic.ru/271>

Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу. [Электронный ресурс] URL: <http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729>

1. Такменев В. Плоская картинка – вчерашний день // Российская газета. -2010. - № 192. URL: <http://rg.ru/2010/08/26/persona-poln.html>

Телевидение глазами телезрителей. 2009 // Аналитический центр Видео Интернешнл – www.acvi.ru. C. 60.

1. Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дисс. … канд. филос. наук. М., 2015. С. 175. [↑](#footnote-ref-1)
2. Драгун Е.М. Там же. [↑](#footnote-ref-2)
3. См. об этом: Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей  : учеб. пособие / В. Л. Цвик .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— (Медиаобразование). С. 262. [↑](#footnote-ref-3)
4. Картозия Н. Русский infotainment. Часть 1. Журнал "Broadcasting. Телевидение и радиовещание" №1, 2003. С. 44. [↑](#footnote-ref-4)
5. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М., 2004. http://culturca.narod.ru/Postman1.htm [↑](#footnote-ref-5)
6. Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2004. С. 391-393. [↑](#footnote-ref-6)
7. См. об этом: Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М., 2004.

 Постман Н. Информируемся до смерти. Пер. А.Т., 2003.[URL:www.neilpostman.ru](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%92%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%5CDownloads%5Cwww.neilpostman.ru). (дата обращения: 12.03.2016). [↑](#footnote-ref-7)
8. Драгун Е.М. Указ. соч. С. 104 [↑](#footnote-ref-8)
9. Лисова С.Ю. Телевизионные новости как форма знания о политике / / Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, 2012. № 6 [↑](#footnote-ref-9)
10. Цвик В.Л. Указ соч. С. 261. [↑](#footnote-ref-10)
11. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. и др. История мировой журналистики. Москва – Ростов-на-Дону, 2003. 372 с. Электрон. версия печ. публикации / URL: <http://evartist.narod.ru/text8/49.htm> (дата обращения: 27.02.2016). [↑](#footnote-ref-11)
12. Зверева В. Infotainment на российском телевидении [Электронный ресурс] / / URL: <http://culturca.narod.ru/INFO.htm> (дата обращения: 15.04.2016). [↑](#footnote-ref-12)
13. Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дисс. … канд. филос. наук. М., 2015. С. 152. [↑](#footnote-ref-13)
14. Поцелуев С. П. Политические парадиалоги: монография / Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. С. 121. [↑](#footnote-ref-14)
15. Драгун Е.М. Там же. [↑](#footnote-ref-15)
16. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М., 1999. С. 221–224. [↑](#footnote-ref-16)
17. Хейзинга Й. Hоmо Ludеns (Человек играющий). М., 1992. С. 24. [↑](#footnote-ref-17)
18. Нескрябина О.Ф. О некоторых тенденциях журналистского творчества политике / / Система ценностей современного общества, 2010. № 14 [↑](#footnote-ref-18)
19. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009. С. 174. [↑](#footnote-ref-19)
20. Ильченко С.Н. Указ. соч. С.192. [↑](#footnote-ref-20)
21. Еремина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа / / Медиаскоп, М., МГУ, 2013. № 4 [↑](#footnote-ref-21)
22. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 60. [↑](#footnote-ref-22)
23. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу. [Электронный ресурс] URL: http://www.relga.ru/Environ/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1729 (дата обращения: 02.03.2016). [↑](#footnote-ref-23)
24. Телевизионная журналистика: учебник. 4-е изд. / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. М.; МГУ, 2002. С. 172. [↑](#footnote-ref-24)
25. Шкловский В. Б. Тетива: О несходстве сходного. Собр. соч. Т. 3. М., 1974. С. 272 [↑](#footnote-ref-25)
26. См об этом: Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. С. 7-12. [↑](#footnote-ref-26)
27. Степанян С. К. Формат телепрограммы как рыночный товар. Журналистика и медиарынок: автореф.дисс. канд. филол.наук. Москва, 2006, [Электронный ресурс] URL: <http://cheloveknauka.com/format-pechatnogo-smi-v-sovremennoy-rossiyskoy-mediaindustrii> (дата обращения: 03.04.2016). [↑](#footnote-ref-27)
28. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь, изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург, Уральский государственный университет, 2007. С. 69. URL: <http://virlib.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsln=article.xslt&id=a81> (дата обращения: 03.04.2016). [↑](#footnote-ref-28)
29. Солганик Г. Я. Общие замечания о формате и жанре, М., МГУ; 2009 [Электронный

ресурс] URL: http://www.mediascope.ru/node/416 (дата обращения 08.04.2016). [↑](#footnote-ref-29)
30. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб., 2009. С.121. [↑](#footnote-ref-30)
31. Богданова С. Феномент инфотейнмента или о превращении информации в развлечение на телевидении. Прикладная культорология: калейдоскоп идей. М., 2010. С. 145. [↑](#footnote-ref-31)
32. Гагарина П. А. Приемы звукового оформления телеперадач. URL: http://jour.vsu.ru/edition/journals/accents/2010/accents\_1-2\_2010.pdf (дата обращения 30.03.2016). [↑](#footnote-ref-32)
33. Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики. СПб., 2004. С. 32-34. [↑](#footnote-ref-33)
34. Кембриджский словарь [Электронный

ресурс] URL: http://dictionary.cambridge.org (дата обращения 23.04.2016). [↑](#footnote-ref-34)
35. Познин В.Ф. Основы монтажа изображения. СПб., 2004 . С.26. [↑](#footnote-ref-35)
36. Ильченко С.Н., Познин В.Ф., Почкай Е.П. Технология СМИ. Творческие профессии на радио и телевидении. СПб.., 2003. С.62-63. [↑](#footnote-ref-36)
37. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. М., 2008. С. 200. [↑](#footnote-ref-37)
38. Зверева Н.В. Указ. соч. С. 196-203. [↑](#footnote-ref-38)
39. Зверева Н.В. Там же. [↑](#footnote-ref-39)
40. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. М., 2008. С. 95. [↑](#footnote-ref-40)
41. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Республика. М., 2006. С. 167. [↑](#footnote-ref-41)
42. Луман Н.. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю.Антоновского. М.: Праксис, 2005. С.121. [↑](#footnote-ref-42)
43. Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: дисс. … канд. филос. наук. М., 2015. С. 122. [↑](#footnote-ref-43)
44. Качкаева А. Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // Радио «Свобода». Программа «Смотрим телевизор» от 19.12.2005. // http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp [↑](#footnote-ref-44)
45. Манскова Е.А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. №1, 2009 [↑](#footnote-ref-45)
46. Манскова Е.А. Указ. соч. [↑](#footnote-ref-46)
47. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб: Изд. ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, Нева, ОЛМА-ПРЕСС, 2002. С.204 [↑](#footnote-ref-47)
48. Журналистика сферы досуга: Учебное пособие / Под ред. Л.Р. Дускаевой и Н.С. Цветаевой. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С.101. [↑](#footnote-ref-48)
49. Васильева Л.А. Делаем новости!: Учеб. пособие. Изд. М. «Аспект Пресс» 2003 . С. 97. [↑](#footnote-ref-49)
50. См об этом: Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Указ. соч. С.124 [↑](#footnote-ref-50)
51. Новикова А.А. Указ. соч. С.91. [↑](#footnote-ref-51)
52. Майдурова О.Ф. Информационные жанры в региональных новостных телепрограммах: актуальные тенденции. СПб., 2011. С.23. [↑](#footnote-ref-52)
53. Майдурова О.Ф. Указ. соч. С. 31. [↑](#footnote-ref-53)
54. Стилистический энциклопедический словарь русского языка

URL: <http://stylistics.academic.ru/271> (дата обращения: 23.04.2016). [↑](#footnote-ref-54)
55. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. — М.: 1983. [↑](#footnote-ref-55)
56. Драгун Е.М. Указ. соч. С. 131. [↑](#footnote-ref-56)
57. Драгун Е.М. Там же. [↑](#footnote-ref-57)
58. Журналистика сферы досуга ... С. 101-102. [↑](#footnote-ref-58)
59. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/87922> (дата обращения 15.04.2016). [↑](#footnote-ref-59)
60. Гудяков Р. В. Драматизация информации на российском телевидении как фактор формирования социальной идентичности: М., 2012. С. 4. [↑](#footnote-ref-60)
61. Саблина А.Н. Принцип увлекательной новости в презентации информации об украинском кризисе // Историческая и социально-образовательная мысль, Краснодар, 2014, № 5. С. 286 [↑](#footnote-ref-61)
62. Засурский Я.Н. Сравнительный анализ концепций общественного и государственного телерадиовещания Франции и России, М., 2000. [↑](#footnote-ref-62)
63. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России, М., 2004, С. 145. [↑](#footnote-ref-63)
64. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей  : учеб. пособие / В. Л. Цвик .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— (Медиаобразование). С.92 [↑](#footnote-ref-64)
65. Имамова Е.И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического телевидения, М., 2000, С. 63. [↑](#footnote-ref-65)
66. Имамова Е.И. Там же. [↑](#footnote-ref-66)
67. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты, М.:МГУ, 2004, С. 18-19. [↑](#footnote-ref-67)
68. Телевидение глазами телезрителей. 2009 // Аналитический центр Видео Интернешнл – www.acvi.ru. C. 60. [↑](#footnote-ref-68)
69. Имамова Е.И. Указ. соч. С.65. [↑](#footnote-ref-69)
70. Имамова Е.И. Указ. соч. С.66. [↑](#footnote-ref-70)
71. Гмыза И. От «Детского часа» до «Времени» // Московский комсомолец. -

1996. - № 59. [↑](#footnote-ref-71)
72. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М.: МГУ, 1999, С. 156. [↑](#footnote-ref-72)
73. Мир за неделю // Общая газета, 2000. № 11. С. 14. [↑](#footnote-ref-73)
74. Гендиректор Первого канала рассказал, кто убил Влада Листьева URL: <http://reporter-ua.com/2013/04/04/gendirektor-pervogo-kanala-rasskazal-kto-ubil-vlada-listeva> (дата обращения 28.04.2016). [↑](#footnote-ref-74)
75. Результаты исследований аудитории СМИ URL: <http://tns-global.ru/> (дата обращения 28.04.2016). [↑](#footnote-ref-75)
76. Толоконникова А.В. Особенности программирования Первого канала // Медиаскоп. № 2, 2008. [↑](#footnote-ref-76)
77. URL: <http://www.spr.ru/ostankinskiy/drugie-novosti.html> (дата обращения: 29.04.2016) [↑](#footnote-ref-77)
78. Картозия Н. Указ. соч. [↑](#footnote-ref-78)
79. URL: <http://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro> (дата обращения: 30.04.2016) [↑](#footnote-ref-79)
80. Зверева. Н.В. Указ. соч. С. 87. [↑](#footnote-ref-80)
81. Зорков Н. Инфотейнмент на российском телевидении

URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 21.04.2016) [↑](#footnote-ref-81)
82. Зверев: Мы затеяли НТВ без санкции Кремля

URL: http://ria.ru/media\_Russia/20131010/968607843.html#ixzz46UeWo6jo (дата обращения: 30.04.2016). [↑](#footnote-ref-82)
83. Имамова Е.И. Указ. соч. С. 75. [↑](#footnote-ref-83)
84. Лобков: не подниму тост ни за здравие, ни за упокой НТВ

URL: <http://ria.ru/interview/20131010/968861350.html#ixzz46UoXutPE> (дата обращения: 30.04.2016). [↑](#footnote-ref-84)
85. Черменская Г. Сказка про хитрого колобка // Литературная газета. – 1998. - 14 октября [↑](#footnote-ref-85)
86. Вартанов А. Без камуфляжа // Журналист. - 1997. - № 11-12 [↑](#footnote-ref-86)
87. Вартанов А. Новое?.. Независимое?.. Нет – нормальное! // Журналист. - 1994. - № 9 (сент.) – С. 5 [↑](#footnote-ref-87)
88. URL: <http://ria.ru/interview/20131010/968861350.html#ixzz46Uo2mhdx> (дата обращения: 30.04.2016) [↑](#footnote-ref-88)
89. Имамова Е.И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического телевидения, М., 2000,С.78. [↑](#footnote-ref-89)
90. Имамова Е.И. Там же. [↑](#footnote-ref-90)
91. Евгений Левкович Интервью с Андреем Лошаком

URL: <http://www.ok-magazine.ru/stars/interview/14636-andrey-loshak> (дата обращения: 24.04.2016). [↑](#footnote-ref-91)
92. Лошак А.: У нас нет крыши

URL: <https://meduza.io/feature/2015/05/25/u-nas-net-kryshi> (дата обращения: 24.04.2016). [↑](#footnote-ref-92)
93. Такменев В. Плоская картинка – вчерашний день // Российская газета. -2010. - № 192. URL: <http://rg.ru/2010/08/26/persona-poln.html> (дата обращения: 25.04.2016) [↑](#footnote-ref-93)
94. Вадим Такменев нарушает негласный запрет Путина

URL: <http://staroetv.su/news/2011-03-15-1069> (дата обращения: 13.04.2016) [↑](#footnote-ref-94)
95. Там же [↑](#footnote-ref-95)
96. Беляев В. «Понедельник» Михаил Осокин // ТВ Парк.-1996.- вып.20. [↑](#footnote-ref-96)
97. Афанасьева Е. Профессия-репортер как образ жизни. Интервью с А. Хрековым, Н. Картозия и Л. Парфеновым // Радио «Эхо Москвы». Программа «Телехранитель» от 05.11.2006. // URL: http://www.echo.msk.ru/programs/tv/47304/ [↑](#footnote-ref-97)
98. Ларина Ю. Скандальновидность

URL: http:// [www.kommersant.ru/doc/2297339](http://www.kommersant.ru/doc/2297339) (дата обращения: 02.04.2016). [↑](#footnote-ref-98)
99. Потапова Е. Дядя Стеба // Новая газета, 9.11 2006 [↑](#footnote-ref-99)
100. Лошак А. Быть подгузником // Esquire. 2006. №8 (14). С. 86. [↑](#footnote-ref-100)
101. Новикова А.А. Указ. соч. С. 98. [↑](#footnote-ref-101)
102. Маховская О. Телемания: болезнь или страсть? М., 2007. С. 167. [↑](#footnote-ref-102)
103. Лошак А. Быть подгузником // Esquire. 2006. №8 (14). С. 86. [↑](#footnote-ref-103)
104. Качкаева А. Телевидение трэша. Интервью с Д. Дондуреем и О. Маховской // Радио «Свобода». Программа «Смотрим телевизор» от 19.12.2005. // URL: http://www.svoboda.org/programs/tv/2005/tv.121905.asp [↑](#footnote-ref-104)
105. Картозия Н. Указ. соч. С. 39. [↑](#footnote-ref-105)
106. Манскова Е.А. Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. №1, 2009 [↑](#footnote-ref-106)