

2. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ, СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 070.19

ИНФОТЕЙНМЕНТ КАК ПРИНЦИП ОРГАНИЗАЦИИ УТРЕННИХ ИНФОРМАЦИОННО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ НА НАЦИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ «РОССИЯ 1» И «БЕЛАРУСЬ 1»: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Булгакова А. А.

*УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»,
Гродно, Беларусь
E-mail: abulgakova@inbox.ru*

В статье выявляются содержательные особенности и технические характеристики утренних информационно-развлекательных программ на национальных телеканалах «Россия 1» и «Беларусь 1» с точки зрения инфотейнмента как основного принципа организации медиапродуктов данного формата. Утреннее шоу рассматривается как сложная мультитематическая и полижанровая телепрограмма, особенности которого обусловлены форматом и принадлежностью к досуговой журналистике, ориентированной на удовлетворение потребностей аудитории в информации, касающейся в большей степени повседневной жизни и в меньшей – понятий высшего порядка. Показывается, как специфика канала, демографические и поведенческие характеристики зрительской аудитории, редакционная политика влияют на соотношение информационного и развлекательного компонентов утреннего эфира, выбор ведущих и приглашенных в студию гостей, содержание сюжетов, способы подачи («упаковку») информации, то есть визуальное и звуковое оформление шоу. Приемы реализации принципов инфотейнмента при производстве утренней программы анализируются на содержательном, структурно-композиционном, отражающем специфику выстраивания эфирной сетки, музыкального и визуального оформления, креативно-техническом (с точки зрения монтажа) и речевом (с позиций реализации ведущими определенной модели речевого поведения) уровнях.

Ключевые слова: инфотейнмент, утренняя информационно-развлекательная программа, досуговая журналистика, паттерны телесмотрения, телевизионный контент.

ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на противоречивые и чаще всего неутешительные прогнозы современных медиаэкспертов, телевизионный медиаконтент по-прежнему остается востребованным массовой аудиторией. В особенности это касается программ информационно-развлекательного характера. К самой информационно-развлекательной индустрии сформировано двойственное отношение вследствие ее гедонистической и эскапистской направленности. С одной стороны, она позволяет телезрителю, во-первых, отвлечься от жизненных проблем (современного человека не случайно называют «человеком тревожным»), так как и сама обстановка – пандемия, военные конфликты, экономический и политический кризисы и т. п., и реакция на события в медиaprостранстве, и перманентно повышающиеся требования к человеку как члену социума, профессионалу и др., и расширение публичной сферы при сужении интимного пространства обуславливают высокий уровень стресса,

информационную и эмоциональную перегруженность сознания, вследствие чего возникают тревожные ожидания, панические расстройства, депрессии), во-вторых, получить полезную и используемую в повседневной жизни информацию медицинского, правового, экономического и др. характера. С другой (и это закономерно следует из предыдущего суждения), «существует опасность чрезмерного увлечения фантастическим миром, потери ориентиров реальной жизни не только для отдельного человека, но и для общества в целом» [4].

По данным опросов и рейтингов, программы утреннего информационно-развлекательного телевидения являются одними из наиболее популярных. Жанрово-тематическое разнообразие утреннего телевизионного контента, подчиняющееся принципам инфотейнмента, а также креативно-техническая организация телепередачи представляют интерес с позиций использования инструментов привлечения и удержания внимания аудитории и соответственно повышения эффективности программы данного формата. И в то же время следует отметить, что утренние шоу довольно редко становятся объектом комплексного исследования представителей медиакритики, что отчасти связано с негативным отношением к данной программе как исключительно коммерческому продукту. Между тем, утреннее шоу обладает и жанровыми (с точки зрения содержательной стороны), и форматными (с позиции соответствия бизнес-процессам – особая «упаковка» материала, адаптация под запросы аудитории и обслуживание ее интересов, редакционную политику) характеристиками, то есть представляет собой и продаваемый массовый продукт, и продукт, «создающий смыслы и транслирующий ценности» [9].

Многие утренние шоу позиционируют себя как инфотейнмент, что проявляется и в содержательных особенностях («легкие» новости, акцент на зрелищности, игровое начало), и в коммуникативном поведении ведущих (легкость, юмористическая, ироничная подача материала), и в технических характеристиках программы (оформление студии, работа операторов и т. п.). Интересным нам представляется сравнение способов использования принципа инфотейнмента на различных уровнях в утреннем эфире национальных телеканалов «Россия 1» и «Беларусь 1».

Очевидно, что специфика программ «Утро России» и «Доброй раніцы, Беларусь!» определяется, во-первых, общими особенностями телевизионной журналистики, во-вторых, жанровой природой утреннего шоу. Обе программы являются утренними ежедневными передачами, универсально-тематическими по предметно-тематической направленности, диалоговыми по визуально-звуковой специфике. Реальность в них репрезентируется посредством беседы, диалога, дискуссии, что находит отражение в таких компонентах программы, как телестом, интервью с гостем, беседа ведущих и др. Тем не менее, различная политика телеканалов, характеристики аудитории и др. обуславливают различное соотношение информационного и развлекательного компонентов и приемы реализации принципов инфотейнмента при производстве утренней программы.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Утреннее шоу является интерактивной многожанровой и политематической программой информационно-развлекательного характера, реализация которой ряда функций (информационной, рекреативной, культурно-образовательной и др.) способствует формированию позитивного настроения телезрителя и повышению его жизненной активности.

Согласно концепции потребления медиапродукта, телевизионное смотрение – это часть социальной практики. Программирование блоков эфирной сетки различно, так как ориентировано на неоднородную по характеристикам (демографическим, поведенческим и др.) аудиторию. Сторонники данного подхода отмечают, что программы утреннего эфира тесно связаны с концепцией повседневности и ориентированы на предоставление информации, необходимой человеку в быту. Инкорпорированность телевизионного продукта в реальную жизнь зрителей отмечает, например, Г. Райт [21, с. 59], который говорит о возможности журналистов посредством утренних программ оперировать и графиком, и комплексом занятий аудитории, и ее настроением.

Утреннее телесмотрение можно рассматривать как важный ежедневно повторяющийся ритуал, позволяющий сформировать у зрителя чувство защищенности и безопасности (комфортные условия просмотра программы, обыденность, рутинность действия, его повторяющийся характер), то есть удовлетворяющий одну из базовых потребностей. Рассматривая доминанты утреннего телесмотрения, исследователи говорят об «особой адаптации контента утреннего эфира к ситуации (контексту) утра» [11, с. 35]. Так, например, подобного рода программы стремятся дать полезный контент, оказать помощь в делах, которые могут быть охарактеризованы как домашние и рутинные. Кроме того, эмоциональный фон таких шоу должен быть позитивным (как пишет Г. В. Кузнецов, «узнаваемая утренняя программа помогает зрителям в формировании положительного настроения и «зарядки» на весь день» [11, с. 35]), вследствие чего основной установкой таких программ является отсутствие информации, вызывающей стрессовое состояние.

Стимулом к более внимательному просмотру утренней программы может стать представление в телеэфире актуальной и интересной зрителю-обывателю информации, появление ведущего, который вызовет приятные эмоции, разработка рубрик, ориентированных на удовлетворение информационных потребностей различных сегментов аудитории. Ведь, важно отметить, она характеризуется непостоянством зрительских мотивов, что обуславливает необходимость подстраиваться под разные группы [12, с. 35] и выстраивать программу таким образом, чтобы она вызывала интерес у большого числа телезрителей.

Итак, структурные и содержательные характеристики программы обусловлены паттернами утреннего телесмотрения: пробуждением зрителя, фоновым просмотром передач, совмещением этого действия с другими занятиями, коротким временем, проведенным у экрана, малой избирательностью, сниженным вниманием к восприятию информации, желанием зрителя получать новый и полезный в первую очередь для повседневной, бытовой жизни контент и при этом избежать стресса.

Следовательно, программа должна давать актуальную, полезную и при этом легкую для восприятия информацию, формировать благоприятный эмоциональный фон для мягкого пробуждения аудитории.

Формат утренней программы требует определенной структуры (рубрик) и внешнего вида программы (оформление студии и т. п.). В белорусских и российских утренних шоу основной акцент делается на вставках коротких новостей, интервью с приглашенными экспертами, постоянных рубриках с полезной для зрителя информацией (зарядка, прогноз погоды, гороскоп, рецепты, советы и т. п.). Программа может включать беседы и дискуссии, обзоры и ретроспективы, очерки и репортажи – все то, что помогает реализовать прагматическую установку программы на установление коммуникации со зрителями, «поддержание новостного энтузиазма аудитории» [13, с. 29], развлечение и создание позитивного настроения для продуктивной работы в течение дня.

У каждого канала своя версия утренней программы, соответствующая концепции телеканала и его имиджу, целевой аудитории и особенностям позиционирования. При этом все телепрограммы утреннего эфира схожи в оформлении и стилистике, характеризуются наличием устойчивых, неизменных компонентов, что позволяет относить их к особой форме телевидения и выделять в отдельную группу.

Объединяющим началом в программах утреннего эфира выступает инфотейнмент (развлекательное информирование, подача новостей в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности [1, с. 12]) – ведущий принцип организации утреннего телевидения. Главным его преимуществом перед традиционной подачей информации является анализ событий в облегченной форме, обыгрывание новостей, что соответствует, с одной стороны, характеристикам мышления современного телезрителя, особенностям его восприятия, с другой – паттернам утреннего телесмотрения.

В качестве характеристик инфотейнмента называют апелляцию к эмоциям (Дж. Алшоу [19]), полистилизм (Г. Шумахер [20]), развлекательное вербальное и невербальное оформление информации (А. Витвен [цит. по: 5]), позволяющее упростить сложные смысловые сочетания, установку на игру, ироничность повествования (И. Фэнг [16]). По словам В. Зверевой, инфотейнмент предполагает также формульную нарративность и драматичность сюжетов [6, с. 145], а также тесную связь с культурным контекстом, в котором производится программа.

Е. В. Гострова считает, что «сегодня в журналистском тексте происходит перемещение акцента с того, о чем говорится, на то, как об этом говорится» [1, с. 12], ведь нестандартная форма подачи информации позволяет легче сохранить событие в памяти. При этом важно понимать, что нестандартная подача не означает некачественную, упрощающую реальность, не способствующую развитию вкуса зрителя. Так, Л. Дауни отмечает, что авторы программ стали уделять больше внимания разработке приемов съемки и монтажа [2], к примеру, отказались от школы MTV с подвижной камерой, которая затрудняла сосредоточенность на информации, не позволяла оценить эстетику кадра, и начали пользоваться преимуществами крупных планов и деталей, учитывать глубину и рисунок света, что не было

характерным для информационных программ, обязательным элементом стали постановочные кадры, требующие особого мастерства операторов [10, с. 134], «лайф»-рэпэраунд, клиповый монтаж и др. В целом визуализации информации стали придавать особое значение. Кроме того, инфотейнмент влияет на отбор материала – для показа отбираются «нетипичные герои в нетипичных обстоятельствах» [7, с. 3], а также способ репрезентации действительности – зачастую предлагается метафорически-образная трактовка событий, на первый план выходит не констатация факта, а то, какие последствия он будет иметь для зрителя.

Приемами реализации инфотейнмента могут выступать как вербальные (речевые), так и невербальные (технические, структурные, художественные). Говоря о них, можно сослаться на И. И. Карпенко, Е. Ю. Лобановскую [8] и др. исследователей, которые выделяют вербальные (отбор лексических единиц, включение в речь прецедентных феноменов, а также использование языковых тактик, облегчающих восприятие информации), невербальные, то есть имиджевые (имеющие отношение к оформлению студии, отбору ведущих и их поведению в кадре), структурные (фрагментарность, склейка сюжетов, стилистическая неоднородность и др.), технические (графика, монтаж, визуальные и звуковые эффекты) и художественные (детали, метафоры и т. п.) приемы.

Обратимся к утренним программам «Утро России» и «Доброй раніцы, Беларусь!». Состав их аудитории неоднородный, ядро составляют люди средних лет и представители старшего поколения, наименьший интерес представляет программа для молодежной аудитории. В гендерном аспекте большинство телезрителей программы «Утро России» – мужчины в возрасте 40–49 лет, что один из бывших ведущих программы, Э. Мяцкевичус, объясняет информационной насыщенностью утреннего шоу на «Россия 1»: «Большинство утренних программ, выходящих на общенациональных каналах, стараются публику развлечь, наша же главная задача – максимальное и серьезное информирование зрителя» [14]. Как отмечает журналист, зритель «Утра России», «серьезного утреннего информационного канала» [14], – это деловой человек, цель которого – получить как можно больше оперативной информации во время утренних сборов на работу. Аудитория «Доброй раніцы» также гендерно асимметричная, однако в данном случае ее представителями преимущественно выступают женщины. По данным исследования популярности телеканалов в Беларуси, проводимого ООО «Реальное измерение» [17], канал «Беларусь1» входит в топ-10 программ непрайма для аудитории 35–54 лет, и наиболее высокая средняя доля и 4-е место в рейтинге принадлежит информационно-развлекательному шоу «Доброй раніцы, Беларусь!».

И хотя ведущая Анна Квилория в одном из интервью говорит о балансе информационной и развлекательной составляющей [3], последняя явно превалирует, в то время как, по словам Э. Мяцкевичуса, «Утро России» стремится занять свободную нишу «серьезной утренней информационной программы» [14]. Это прослеживается и в истории развития данных программ: так, с начала 2000-х гг. главным отличием утреннего шоу на телеканале «Россия» был полный отказ от развлекательного элемента в пользу компонента информационного – спортивного, экономического и потребительского и даже политического. «Добрая раніцы,

Беларусь!»), напротив, была задумана как полноценная информационно-развлекательная программа (ее авторы, Б. Герстен и Вл. Исат, вдохновлялись «Good Morning America») с выраженной коммуникативной направленностью, интерактивностью, стремлением, в первую очередь, развлечь аудиторию и удивить ее, тем самым формируя лояльного зрителя, что отражалось в реализации уникальных на то время инициативах, таких как проект «Чистое небо Беларуси» (команда пролетела над страной на планерах, воздушных шарах, пассажирских и военных самолетах и др. [15]), первый прямой эфир с фестиваля «Славянский базар» в Витебске и др.

Основу содержания выпуска, как заявлено на сайте Белтелерадиокомпаний, составляют «актуальные темы, интересные герои, все самое обсуждаемое в сети <...> веселые конкурсы и викторины» [3]. Информационный контент («легкие» новости и новости региона – телемосты с коллегами, работающими в региональных телестудиях «Беларусь 1») перемежается с полезным для повседневной жизни зрителя контентом и развлекательной составляющей, в том числе интерактивной (интерактивная викторина, фотомарафон и др.), вовлекающей зрителя в общение с командой программы. Именно тесная связь с повседневностью, интерактивность, легкость подачи позволяет программе «Доброй раніцы, Беларусь!» стать для многих белорусов, по словам ведущей Нины Можейко, «обязательным элементом телевизионного утра» [3].

Говоря об инфотейнменте, следует отметить его использование на различных уровнях организации телевизионного текста: *содержательном*, включающем тематику сюжетов, проблемное поле, способ освещения того или иного события, отбор гостей в студии; *структурно-композиционном* – отражающем специфику выстраивания эфирной сетки, музыкального и визуального оформления; *креативно-техническом* – с помощью приемов, делающих повествование более интересным для зрителя, особых способов выражения авторских идей на уровне операторского мастерства, приемов монтажа, визуального сторителлинга; *речевом* – определяющем использование различных языковых (тропы, фигуры, приемы языковой игры) и паралингвистических (жесты, мимика, интонация речи) средств, облегчающих восприятие зрителем информации, делающим повествование более интересным, привлекающим внимание.

Содержательные особенности касаются выбора тем, способов интерпретации события и подачи информации.

Основу «Утра России» составляют информационные сюжеты. Политика не является приоритетной темой для утреннего шоу, в центре внимания – вопросы науки, образования, культуры, экологии, здравоохранения, правовой и социальной сферы.

Тематика сюжетов во многом обусловлена необходимостью продемонстрировать достижения российских ученых в различных сферах, осветить некоторые аспекты проблем в областях экономики и финансов, социальной защиты населения, образования, культуры и искусства и др. «Легкие» новости (информация об интересных открытиях ученых разных стран мира, мировые рекорды и т. п.) выступают подводками к сюжетам. Они отличаются позитивной сенсационностью,

подаются с юмором и необходимы для поднятия настроения зрителей. Гостями программы «Утро России» чаще всего становятся государственные деятели, авторы законопроектов, ученые, реже – представители шоу-бизнеса, приглашенные в честь какого-либо события в их личной или профессиональной жизни.

Тематика утренней программы «Доброй раніцы, Беларусь!» также разнообразна, при этом наиболее частотны темы из сфер культуры, искусства, медиа. Для программы характерно отсутствие политической проблематики и в целом проблемности, поверхностный характер освещения других тем («мелкотемье»). «Легкие» новости, направленные на развлечение аудитории, рассказывают о курьезных случаях, необычных научных открытиях и событиях, произошедших в различных уголках планеты. Гостями программы чаще всего становятся работники науки, образования, культуры, служащие и люди из сферы шоу-бизнеса, нередко – дети и даже животные. Регулярно в программе участвуют музыкальные исполнители, которые знакомят зрителей с новыми композициями.

Структурно-композиционный уровень. В жанровом аспекте программа «Утро России» представлена видеосюжетами – информационными сообщениями, репортажем, комментарием, интервью. Авторы утреннего шоу отказываются от привычной рубрикации, но сюжеты можно, хотя и условно, объединить в тематические блоки, указывающие на то, что программа относится к досуговой журналистике. Из устойчивых тематических направлений отметим сюжеты в рамках спецпроекта «Национальные проекты России» («Образование», «Цифровая экономика», «Наука и университеты», «Здравоохранение», «Демография», «Жилье и городская среда» и др.) – они маркируются как «спецпроект» и рассказывают о деятельности организаций и органов госуправления в рамках реализации государственных проектов; имиджевые сюжеты, в центре которых – достижения российских ученых, российской промышленности, культурных деятелей и спортсменов, сюжеты имиджевого характера об отдельных профессиях; утренний фитнес; астропрогноз и прогноз погоды; советы от экспертов, новости и тренды бьюти-сферы; тест-драйв; сюжеты о здоровье; о сферах образования и культуры (в том числе проблемной направленности); анонсы фильмов и телепрограмм; музыку; кулинарные рецепты; «легкие» зарубежные новости о курьезных случаях, интригующие и интересующие аудиторию и служащие, как правило, подводками к основным, оригинальным сюжетам «Утра России». Отметим также, что на структурирование контента программы влияют три временных слота, по которым распределяется аудитория утренней программы: раннее утро – с 5:00 до 06:20, основное утро – с 06:20 до 08:00 и позднее утро – с 8:00 до 9:00. И, как правило, время выхода сюжетов, актуализирующих ту или иную тему, соотносится с аудиторией, которая находится в данное время у телеэкрана.

«Доброй раніцы, Беларусь!» строится на тематических сюжетах, комментариях, «легких» новостях и интервью. Отличительной особенностью является наличие постоянных тематических рубрик («Полезный завтрак», «ЗОЖ», «Дай перца!», «Утренние профессии», «Глобус Беларуси», «Светские хроники», «Мода»). Используется рециклинг, избирательный повтор наиболее значимых, по мнению редакторов, сюжетов. Прямая корреляция между временными слотами утреннего

эффира и контентом, а также жанровыми формами его представления отсутствует. Среди приоритетных тем – культурные и спортивные события, дачная тематика, мода и стиль, образовательная и правовая сфера (разъяснение нововведений в законодательство, профилактика правонарушений). Частотны информационный и имиджевый видеосюжеты, интервью, анонсы, комментарии, реже используются репортажи и обзоры. В целом информацию можно охарактеризовать как досугово-деятельностную, просветительскую и развлекательную с выраженным доминированием развлекательного компонента.

Музыка на телевидении используется для поддержания контакта с аудиторией: «подогреть» интерес зрителя; создать ощущение смысла и эффект присутствия; передать эмоциональную атмосферу (часто используется, особенно в прямых трансляциях, репортажах) [18, с. 30]. В информационно-развлекательных жанрах, основным принципом репрезентации действительности в которых выступает инфотейнмент, важным является применение музыкальных композиций и «подсказок». В комплексе с другими средствами музыка помогает правильно воспринимать сообщение и способствует раскрытию авторской интенции.

Следует отметить частое использование музыки в программе «Доброй раніцы, Беларусь!»: во-первых, как основы заставок к рубрикам и самой программе; во-вторых, как фонового компонента, в том числе в видеосюжетах; в-третьих, как отдельного вида контента (клипы белорусских исполнителей, исполнение музыкальных композиций гостями программы в студии). Как правило, это веселые ненавязчивые мелодии в качестве фона и спокойные, неторопливые (успокаивают) или бодрые композиции мажорного звучания. Музыкальное сопровождение в программе, таким образом, создает позитивную атмосферу и определяет характер визуальной информации, что вызывает у зрителя положительные эмоции.

Музыкальное оформление «Утра России» минимизировано. Мажорная мелодия сопровождает заставку к программе, кроме того, композиции могут являться частью видеосюжета о музыкантах или репортажа о музыкальных событиях в стране и мире, а также создавать определенное настроение, нужную эмоцию в репортажах. Так, на звуковых эффектах построен небольшой очерк о космонавте Олеге Скрипочке (30.04.2022): бодрая музыка сопровождает кадры Москвы 1980-х, что погружает зрителя в атмосферу тех лет, напряженное звучание приобретают кадры перестройки 90-х, минорная мелодия накладывается на воспоминания космонавта о крушении американского шаттла в 2003 г., расформировании в связи с этим экипажа Олега Скрипочки и временном сворачивании полетной программы. Таким образом, музыка помогает раскрыть тему сюжета, сделать его более эмоциональным и выразительным с точки зрения воздействия на аудиторию, погрузить зрителя в историю, заставить сопереживать герою. Более того, это способствует переключению зрителя из фонового режима просмотра к более внимательному восприятию транслируемой информации.

Визуальные средства выступают эффективным способом представления зрителям наглядной информации. Использование большого количества визуальных средств в утренних программах обусловлено необходимостью упростить восприятие информации, сделать ее наглядной, а следовательно, более понятной и доступной.

Фото, видео и анимация применяются чаще всего в качестве фона для сопровождения текста. В программе «Утро России» широко используют анимированные «плашки» для дублирования текстовой (при этом там и цветом, и шрифтом выделяется главное, на что зритель должен обратить внимание зритель) и демонстрации численной информации (таблицы, отдельные числа и др.). Инфографика необходима для облегчения восприятия прогнозов, демонстрации региона, откуда был снят сюжет, и может сопровождать, к примеру, комментарии эксперта – гостя программы или информацию в видеосюжете.

Анимированные тематические заставки используются нечасто, что связано с отсутствием четко выделенных постоянных рубрик. Отметим, что особенно актуальны заставки к сюжетам, снятым в рамках национальных или федеральных проектов («Образование», «Здравоохранение» и др.), для визуального акцента на них и привлечения внимания зрителя вследствие имиджевого характера информации, представляемой важной как для общества, так и для управленческих структур.

Для сопровождения текста ведущих используются фотографии – чаще всего в сочетании с вербальной информацией (короткими тезисами), а также выделенными цветом и большим размером шрифта цифрами. Картинки, сопровождающие предоставляемую информацию, оформляются в едином стиле: оранжевый фон, круглая рамка, анимированная картинка, применен эффект «пропиливания». Фотографии, в том числе исторические, архивные или из личных архивов героев, могут использоваться и при монтаже видеосюжетов.

Различные виды инфографики (статичная и динамичная) как визуальный сторителлинг (свернутое повествование, приближенное к интересам, потребностям и запросам телезрителя), анимированные плашки, графические заставки, обязательное сопровождение вербального текста фото, видео или анимацией частотны в «Доброй раніцы, Беларусь!». Так, на анимированной плашке на протяжении всего эфира отображаются дата, время, погода, тематика предстоящего сюжета или рубрики, а также краткие новостные сводки и гороскоп; графические анимационные заставки помогают структурировать эфир и отделить одну тематическую рубрику от другой. Анимация также может использоваться в качестве визуальной подсказки, для дублирования информации, а также создания юмористического эффекта. Инфографика сопровождает прогноз погоды, резюмирует информацию в новостных сюжетах, кулинарной рубрике, представляя в удобном для зрителя наглядном виде статистические данные и числовую информацию. Частотен для данной программы такой элемент визуального оформления, как скриншоты с экранов компьютеров, демонстрирующие открытые странички сайтов для того, чтобы подтвердить или проиллюстрировать сказанное (в особенности если в сюжете возможности визуализации ограничены), а также скриншоты первых полос газет, используемые в качестве визуального ряда к рубрике «Обзор прессы» для упрощения восприятия информации. Для облегчения восприятия и переключения внимания телезрителя используются фотографии и видеофрагменты без звука, выполняющие скорее декоративную и аттрактивную функции и не вносящие дополнительного смысла.

Художественный дизайн, или «сборку» программы, обеспечивает монтаж, который используется для того, чтобы «вызвать у зрителей соответствующие эмоции,

включая последовательность ассоциаций, которые сдерживают ритм и рифму действия» [11, с. 72]. Как средства реализации принципа инфотейнмента и повышения выразительности видеоряда используются видеовставки – использование архивного, художественного и документального видео, видеоклипов и любительского видео; техника изменения плана – для передачи настроения и чувств героев программы или для акцентирования внимания на конкретных деталях; лайфы и люфты, помогающие зрителю приблизиться к участникам видеосюжета, придающие достоверность журналистскому тексту; рефрены – многократная съемка крупным планом для усиления эмоционального воздействия на зрителя с целью привлечения его внимания к проблеме; детализация (художественная съемка); отсутствие корреспондента в кадре (видеоряд сопровождается закадровым текстом, используется лайф, высока важность операторской работы).

К видеозаставкам, используемым в программе «Утро России», можно отнести особые «игровые вставки», что соответствует принципам инфотейнмента. Они представляют собой разыгранную ведущими сценку, в которой телеведущие предстают в новом для них амплуа. Такие игровые вставки используются в качестве подводок к сюжету определенной тематики, а также служат анонсами как способом удержания внимания зрителя и возвращения его к экрану спустя некоторое время (если программа прерывается рекламой или выпуском новостей). Игровые анонсы могут сопровождаться видеорядом из кино и мультфильмов, герои которых также выступают действующими лицами сценки, а также стилизоваться под определенное произведение, хорошо знакомое зрителю.

Новости, озвучиваемые ведущими, сопровождаются видеорядом, смонтированным из интернет-источников (в основном это YouTube, а также видеоресурсы мировых телеканалов и прессы). Во время разговора с гостем в студии на экране транслируется слайд-шоу из фото, видео и изображений, отображающих тему беседы.

Программа «Утро России» строится на информационных сюжетах, которые монтируются по классической схеме монтажа по крупности. Помимо стандартного общего, крупного и среднего плана можно встретить ракурсы с наездом и отъездом, панораму, нижний и верхний ракурсы. Частотна съемка с рук. В сюжетах используются художественные швы «вспышки». Большинство сюжетов без непосредственного участия корреспондента (стендапы достаточно редки), строятся на лайфах (им начинается практически каждый сюжет) и закадровом тексте. Прием «журналист как актер» используется нечасто, когда журналист что-то пробует, показывая зрителям: пытается правильно заваривать чай, выступает моделью для демонстрации модных причесок и макияжа и т. п. В ряде сюжетов наблюдаем сложный монтаж с элементами художественного, вниманием к деталям.

Основу «Доброй раніцы, Беларусь!» составляют тематические рубрики, каждая из которых имеет уникальное оформление и особенности монтажа. Например, в рубрике «Полезный завтрак» детально, крупным планом показываются этапы приготовления блюд; в рубрике «Люди, изменившие жизнь» используется слайд-шоу из картинок, фотографий и видео с использованием графических элементов дизайна рубрики; в рубрике «Советские хроники» демонстрируются кадры из архивного

видео и фото. В сюжетах также могут использоваться документальные кадры из архивов и художественных фильмов (примером является сюжет «Правила поведения во время грозы» от 03.06.2022, где нарезка из впечатляющих по силе и красоте кадров игрового кино перемежается с синхронном с представителями МЧС). Естественно, нарезка из кинофильмов используется в сюжетах о кинопремьерах (см. презентацию восьмисерийного фильма «Пламя над пеплом», снятого на киностудии «Беларусьфильм» от 21.02.2022).

Для монтажа сюжетов характерны рефрены и акцент на детали, которые, следует признать, не всегда коррелируют с вербальным рядом – и в таком случае мы наблюдаем несоответствия, вводящие зрителя в заблуждение или не дающие полного понимания репрезентируемого фрагмента действительности. Следует отметить, что повторяющееся на протяжении 5 и более минут слайд-шоу, выступающее фоном для беседы ведущих, выглядит скучно и однообразно, в результате чего внимание зрителя может быть потеряно.

На **речевом уровне** принципы инфотеймента в программах «Утро России» и «Доброй раніцы, Беларусь!» реализуются в разговорной манере общения ведущих между собой, с гостями и зрителями, использовании тропов, фигур, прецедентных текстов, источниками которых являются популярные произведения массовой культуры, языковой игры, иронии, высокой экспрессивности. Говоря об этом уровне, мы прежде всего имеем в виду речь ведущих в подводках к основным сюжетам, интервью.

Следует отметить непринужденную разговорную манеру ведущих, выразительность речи, насыщенность метафорами (*Раньше слышали только про интернет вещей, сейчас стоим на пороге интернета коров, И давайте дальше открывать интересные места-изюминки у нас в Беларуси, Путь к звездам не бывает простым* и др.), олицетворениями (*А о чем еще нам могут рассказать звезды, Вторник пролетит в разговорах и встречах, Утро пролетело незаметно, Надеюсь, помидоры и огурцы мою заботу оценят, Блюдо помогает расслабиться, действует как снотворное, Пила должна пилить, меч должен бить*), использование сравнений (*мой шезлонг – это полотенце на траве, эта рыба – дубина* и т. п.), перифразов (*мастера тепличных дел, жрицы любви, планета любви и красоты*), обыгрывание многозначности слов (*Как-то быстро мы перепрыгиваем недели, месяцы, сезоны...* (Е. Николаева) – *А австралийский прыгун с шестом тренируется перепрыгивать через дерево – то ли лайков ради, то ли такой подход “без права на ошибку”* (Д. Стойков)).

Нередки случаи использования прецедентных текстов в изначальном или трансформированном виде: *Вообще ветер в голове – это даже хорошо, Ни одна мышь через границу не проскочит, То ли еще будет, ой-ой-ой, Действительно, зачем нам солнце в Монако, когда у нас есть “Доброй раніцы, Беларусь!”*, *И тут я должна сказать, до чего же техника дошла, Вот они молодильные яблочки, нужно просто постоянно работать с учениками, Вот девочки, они хотят любви – вот мальчики, они хотят в походы*. Многие подводки, комментарии и игровые анонсы построены на иронии, выразительном приеме, который является способом привлечения внимания аудитории.

В целом, говоря о типах речевого поведения, которое демонстрируют ведущие «Утра России», можно отметить, во-первых, сочетание монолога и диалога; во-вторых, подготовленной и неподготовленной речевой практики с явным преобладанием первой и присутствием импровизации в интервью с гостями для придания общению непосредственности; в-третьих, примерно равный объем речи за кадром (комментирование новостной информации) и в кадре (диалогические и монологические подводки, общение с гостями). На протяжении общения с гостями ведущие могут использовать разные коммуникативные модели («координатор», «интервьюер», «преподаватель») в зависимости от конкретной ситуации.

Относительно речевого поведения ведущих «Доброй раніцы, Беларусь!» следует отметить недостаток опыта, слабые навыки импровизации, заметное слежение за суфлером, частое обращение к сценарию, квазиспонтанную речь при общении с гостем, наличие речевых ошибок, запинок и т. п. Основные модели поведения, которые реализуют ведущие, – «координатор», «интервьюер» и «преподаватель».

ВЫВОДЫ

Инфотейнмент можно рассматривать и в качестве особого формата программ, сочетающего информационный и развлекательный аспекты, и в качестве метода подачи информации и отражения действительности, для реализации которого используется ряд вербальных и невербальных приемов.

Особенности телеканала, его целевая аудитория, редакционная политика, жанровые и форматные характеристики утреннего шоу как вида досуговой журналистики обуславливают использование принципов инфотейнмента на различных уровнях организации телевизионной программы: содержательном, структурно-композиционном, креативно-техническом и речевом.

Программы «Утро России» и «Доброй раніцы, Беларусь!» строятся на принципах инфотейнмента, однако утреннее шоу на телеканале «Россия 1» более сдержанно в проявлении развлекательного компонента, что прослеживается и на структурно-композиционном, и на содержательном уровнях, хотя средства выразительности кадра при этом разнообразнее, чем используемые в утреннем эфире на «Беларусь 1», что, возможно, может быть объяснено желанием руководства «Утра России» занять нишу серьезной утренней телепрограммы.

«Доброй раніцы, Беларусь!» более легкая и свободная как в тематическом наполнении, так и в композиционном и художественном оформлении. Музыкальные, графические и художественные элементы делают ее динамичной, веселой, близкой к рядовому зрителю, оказывают сильное эмоциональное воздействие на аудиторию. Как и многие развлекательные программы, утреннее шоу на главном республиканском канале «Беларусь 1» не предполагает обращения к политической проблематике, присутствия серьезной аналитики для выявления причинно-следственных связей репрезентируемых явлений, углубления в тему, не формирует ощущения сложности выбора или чувства ответственности, предлагая лишь эмоциональное погружение в событие или получение удовольствия от лицезрения успешных личностей, достижений организаций, музыки и т. п.

Список литературы

1. *Гострова Е. В.* Информационно-аналитические телевизионные программы: история, типология, современное состояние (на примере программ федеральных каналов «Вести недели» («Россия») и «Намедни» (НТВ): автореф. дис. ... канд. филолог. Наук. – Ростов-на-Дону, 2006. – 24 с.
2. *Дауни Л., Кайзер Р.* Новости о новостях. – Режим доступа: <http://www.imw.org.il/russian/article.php?id=312>. – (Дата обращения: 10.04.2022).
3. *Доброй раніцы, Беларусь!* – Режим доступа: www.ng.by/ru/issues?art_id=12832. – (Дата обращения: 25.04.2022).
4. *Драгун Е. М.* Инфотейнмент как явление современной медиаккультуры: дис. ...канд. культур. наук. – М., 2015. – 175 с.
5. *Еремينا Д. А.* Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа // Медиаскоп. – 2013. – Выпуск № 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1429#9>. – (Дата обращения: 10.03.2022).
6. *Зверева Н. В.* Школа тележурналиста. – Нижний Новгород: Изд. дом Минакова, 2009. – 272 с.
7. *Зорков Н. Н.* Инфотейнмент на российском телевидении // Научно-культурологический журнал Relga. – 2005. – № 1. – С. 68–91.
8. *Карпенко И. И., Лобановская Е.Ю., Ельникова О.Е., Горборукова Л.С.* Использование метода инфотейнмента в практике современного российского телевидения // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2017. – № 28 (277). – Вып. 36. – С. 97–105. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-infoteynmenta-v-praktike-sovremennogo-rossiyskogo-televideniya>. – (Дата обращения: 26.04.2022).
9. *Качкаева А. Г.* Российское телевидение: между спросом и предложением. – М.: Элиткомстар, 2007. – 152 с.
10. *Князев А. А.* Основы тележурналистики и телерепортажа. – Бишкек: Изд-во КРСУ, 2001. – 160 с.
11. *Кузнецов Г. В.* Критерии качества телевизионных программ. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 135 с.
12. *Кузнецов Г. В.* Телевизионная журналистика. – М.: Высшая школа, 2002. – 241 с.
13. *Новоженина А. С.* Особенности функционирования развлекательных программ на региональном телеканале (на материале телеканалов Курска и Орла) // Вестн. Череповецк. гос. ун-та. – 2014. – № 2 (55). – С. 119–122.
14. *Петрова И.* Новое «Утро России». – Режим доступа: <https://www.mk.ru/old/article/2002/08/22/163168-novoe-utro-rossii.htm>. – (Дата обращения: 15.03.2022).
15. *Телешук В.* С чего начиналась 20 лет назад передача «Доброй раніцы, Беларусь!». – Режим доступа: <https://zviazda.by/be/node/122239>. – (Дата обращения: 17.03.2022).
16. *Фэнг И.* Теленовости, радионовости. – М.: Сент-Пол, 1997. – 144 с.
17. *Что смотрят беларусы разных возрастов на ТВ. ТОП популярных программ и сериалов по итогам января-апреля 2018 года.* – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/chto-smotryat-belarusy-raznykh-vozrastov-na-tv-top-populyarnykh-programm-i-serialov-po-itogam-yanvar/?mobile=N>. – (Дата обращения: 17.03.2022).
18. *Якименко А.* Телевизионная журналистика: теория и практика. – Киев: Изд. дом «Киево-Могилянская академия», 2007. – 240 с.
19. *Upshaw J.* Infotainment // Encyclopedia of television news. – Phoenix, Arizona. 1999. – P. 103–105.
20. *Schumacher H.* Infotainment-Ästhetik im Fernsehen der Gegenwart // Medienlust und Mediennutz / Hrsg. L. Bosshart, W. Hoffman – Riem. München, 1994. – S. 478.
21. *Wright G.* Moving breakfast TV into a digital environment // International Broadcast Engineer (IBE). – 2011. – № 315. – P. 58–59.

References

1. Gostrova E. V. *Informacionno-analiticheskie televizionnye programmy: istorija, tipologija, sovremennoe sostojanie (na primere programm federal'nyh kanalov «Vesti nedeli» («Rossija») i «Namedni» (NTV) : avtoref. dis. ... kand. filolog. nauk* [Information and analytical television programs: history, typology, current state (on the example of the programs of the federal channels “News of the Week” (Russia) and “Namedni” (NTV). Thesis abstract]. Rostov-na-Donu, 2006. 24 p.
2. Downey L., Kaiser R. *Novosti o novostjah* [News about news]. Available from: <http://www.imw.org.il/russian/article.php?id=312> (accessed: 12 April 2022).
3. *Dobraj ranicy, Belarus!* [Good morning, Belarus!]. Available from: www.ng.by/ru/issues?art_id=12832 (accessed: 25 April 2022).
4. Dragun E. M. *Infotejment kak javlenie sovremennoj mediakul'tury dis. ...kand. kul'tur. nauk [Infotainment as a phenomenon of modern media culture. Thesis]*. Moscow, 2015. 175 p.
5. Eremina D. A. *Interpretacija termina «infotejment» v nemeckih i rossijskih issledovanijah mass-media* [Interpretation of the term “infotainment” in German and Russian mass media studies]. *Mediascope*, 2013, No 4. Available from: <http://www.mediascope.ru/node/1429#9> (accessed: 3 October 2022).
6. Zvereva N.V. *Shkola telezhurnalista* [School of television journalist]. – Nizhny Novgorod, Minakov Publ. House, 2009. 272 p.
7. Zorkov N.N. *Infotejment na rossijskom televidenii* [Infotainment on Russian television]. *Nauchno-kul'turologicheskij zhurnal Relga*, 2005, No 1, pp. 68–91.
8. Karpenko I. I., Lobanovskaja E. Ju., El'nikova O. E., Gorborkova L. S. *Ispol'zovanie metoda infotejmenta v praktike sovremennogo rossijskogo televidenija* [Using the infotainment method in the practice of modern Russian television]. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, jazykoznanija*, 2017, No 28 (277), issue 36, pp. 97–105. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-infotejmenta-v-praktike-sovremennogo-rossijskogo-televideniya> (accessed: 24 April 2022).
9. Kachkaeva A.G. *Rossijskoe televidenie: mezhdu sprosom i predlozheniem* [Russian television: between demand and supply]. Moscow, Elitcomstar Publ., 2007. 152 p.
10. Knyazev A. A. *Osnovy telezhurnalistiki i telereportazha* [Fundamentals of television journalism and television reporting]. Bishkek, KRSU Publ., 2001. 160 p.
11. Kuznetsov G. V. *Kriterii kachestva televizionnyh programm* [Criteria for the quality of television programs]. Moscow: Institut povyshenija kvalifikacii rabotnikov televidenija i radioveshhanija Publ., 2002. 135 p.
12. Kuznetsov G.V. *Televizionnaja zhurnalistika* [Television journalism]. Moscow, Vysshaja shkola Publ., 2002. 241 p.
13. Novozhenina A. S. *Osobennosti funkcionirovanija razvlekatel'nyh programm na regional'nom telekanale (na materiale telekanalov Kurska i Orla)* [Features of the functioning of entertainment programs on a regional TV channel (based on the material of the Kursk and Orel TV channels)]. *Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, No. 2 (55), pp. 119–122.
14. Petrova I. *Novoe «Utro Rossii»* [New “Morning of Russia”]. Available from: <https://www.mk.ru/old/article/2002/08/22/163168-novoe-utro-rossii.htm>. (accessed: 15 March 2022).
15. Teleshuk V. *S chego nachinalas' 20 let nazad peredacha «Dobraj ranicy, Belarus!»* [How did the program “Good morning, Belarus!” begin 20 years ago?]. Available from: <https://zviazda.by/be/node/122239>. – (accessed: 17 March 2022).
16. Fang I. *Telenovosti, radionovosti* [Television news, radio news]. Moscow, Sent-Pol Publ., 1997. 144 p.

17. *Chto smotryat belarusy raznykh vozrastov na TV. TOP populjarnyh programm i serialov po itogam janvarja-aprelja 2018 goda* [What Belarusians of different ages watch on TV. TOP popular programs and series based on the results of January-April 2018]. Available from: <https://marketing.by/analitika/chto-smotryat-belarusy-raznykh-vozrastov-na-tv-top-populyarnykh-programm-i-serialov-po-itogam-yanvar/?mobile=N>. (accessed: 17 March 2022).
18. Yakimenko A. *Televizionnaja zhurnalistika: teorija i praktika* [Television journalism: theory and practice]. Kiev: Kievo-Mogiljanskaja akademija Publ., 2007. 240 p.
19. Upshaw J. *Infotainment*. Encyclopedia of television news. Ed. by M.D. Murray. Phoenix, Arizona, 1999, pp. 103–105.
20. Schumacher H. *Infotainment-Ästhetik im Fernsehen der Gegenwart*. Medienlust und Mediennutz. Hrsg. L. Bosshart, W. Hoffman-Riem. München, 1994, p. 478.
21. Wright G. *Moving breakfast TV into a digital environment*. International Broadcast Engineer (IBE), 2011, No 315, pp. 58–59.

**INFOTAINMENT AS A PRINCIPLE OF ORGANIZING
MORNING INFORMATION AND ENTERTAINMENT PROGRAMS
ON NATIONAL TV CHANNELS “RUSSIA 1” AND “BELARUS 1”:
CONTENT FEATURES AND TECHNICAL CHARACTERISTICS**

Bulgakova A. A.

The article reveals the content features and technical characteristics of morning information and entertainment programs on the national TV channels “Russia 1” and “Belarus 1” from the point of view of infotainment as the main principle of organizing media products of this format. The morning show is considered as a complex multi-thematic and multi-genre television program, the features of which are determined by the format and belonging to leisure journalism, focused on meeting the audience’s needs for information related to a greater extent to everyday life and to a lesser extent to higher-order concepts. It is shown how the specifics of the channel, demographic and behavioral characteristics of the viewing audience, editorial policy influence the ratio of information and entertainment components of the morning broadcast, the choice of presenters and guests invited to the studio, the content of stories, methods of presenting (“packaging”) information, that is, visual and audio show design. Techniques for implementing the principles of infotainment in the production of a morning program are analyzed at the content, structural and compositional level, reflecting the specifics of building the broadcast network, musical and visual design, creative-technical (from the point of view of editing) and speech (from the standpoint of the presenter implementing a certain model of speech behavior) levels.

Key words: infotainment, morning infotainment program, morning show, leisure journalism, television viewing patterns, television content.