Министерство Образования Российской Федерации

Алтайский Государственный Университет

Факультет журналистики

Дипломная работа

Игровые проявления, как способ подачи теленовостей

Работу выполнила:

студентка 6 курса,

гр.1511(з), ФЖ

Аносова С.Н.

Работу проверил:

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ОБРАЩЕНИЕ К ИГРЕ – РЕАКЦИЯ НА ОЖИДАНИЯ ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ 5

1.1. Причины обращения к игровым формам подачи информации 5

1.2. Сущность понятия «игра». Игра в тележурналистике 8

1.3. Инфотейнмент – разыгрывание новости 16

2. ВИДЫ ИГРОВЫХ ПРИЁМОВ В ТЕЛЕРЕПОРТАЖЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «НЕДЕЛЯ», КАНАЛА «РЕН-ТВ» 21

Глава 4. Вербальные игровые приемы 23

Глава 4.1. Игра на уровне слов 23

4.2. Игра на уровне текста 25

Глава 5. Невербальные игровые приемы 30

Глава 5.1. Визуальные способы игры в репортаже информационно - развлекательного характера 30

Глава 5.2. Игра-воображение и игра-подражание 36

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 41

ЛИТЕРАТУРА 43

# ВВЕДЕНИЕ

«Можно отрицать почти любую абстракцию: право, красоту, истину, добро, дух, Бога. Можно отрицать серьезность. Игру - нельзя. »

Й. Хейзинга.

На всех ступенях своей социализации, вступая во взаимоотношения с людьми и реализуя себя как личность, человек постоянно обращается к игре. Играя, он выполняет определенную социальную роль, принимает или не принимает те или иные правила поведения. Сегодня, телевидение является самым популярным средством массовой информации, и оно также использует игру в своей каждодневной практике. Причем, особенно ярко эта тенденция проявляется в последние годы.

Однако, обратившись к литературе по выбранной теме, можно прийти к выводу, что проблема использования ресурсов игры в тележурналистике, по-прежнему, остается малоизученной. Эти моменты определили причины обращения к данной теме и ее актуальность.

Проблема, которую мы попытаемся разрешить в данном исследовании, выглядит следующим образом. До настоящего времени исследователями журналистики не предложен комплекс игровых приемов, которыми пользуется корреспондент при подготовке репортажа в развлекательно-информационном стиле.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы выявить игровые приемы, используемые тележурналистами при подготовке репортажей в программе «Неделя», канала «Рен-ТВ».

В связи с поставленной целью решаются следующие задачи:

1) определить причины обращения к игровым формам подачи информации;

2) раскрыть содержание понятия «игра» применительно к тележурналистике;

3) выявить приемы (вербальные, невербальные), используемые телерепортерами при подаче информации через игру на примере программы «Неделя», канала «Рен-ТВ».

В соответствии с темой, целью и задачами исследования объектом данной работы были выбраны репортажи инфотеймент программы «Неделя» «Рен-ТВ». Предмет исследования - игровые проявления как способ подачи новостей.

Для реализации цели и задач исследования выбран метод целевого анализа.

Научная новизна курсовой работы определяется следующими моментами:

предпринята попытка выявить виды игровых приемов с учетом специфики телевидения как СМИ.

Выведем несколько гипотез. Предполагается, что:

1. Обращение к игровым способам подачи информации в телерепортаже происходит как реакция на ожидания и потребности аудитории.

2. Игра в тележурналистике проявляется как вариант творческого поведения журналиста.

3. Разыгрывание новости осуществляется по условным моделям в результате использования совокупности тех или иных приемов игры.

Структура и объем работы. Дипломная работа состоит из введения, двух разделов (теоретического и практического), заключения, списка использованной литературы, включающего в себя источников.

# 1. ОБРАЩЕНИЕ К ИГРЕ – РЕАКЦИЯ НА ОЖИДАНИЯ ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ

# 1.1. Причины обращения к игровым формам подачи информации

Телевидение – средство массовой информации, которое в современном обществе стало практически общедоступным. Ежедневно на зрителей обрушивается поток информации. Современный человек воспринимает реальность такой, какой видит ее с экрана телевизора. Виталий Третьяков определяет современные СМИ как карнавал. В частности, телевидение. По словам исследователя, оно с одной стороны, становится религией, с другой – все больше фольклоризируется. «Массовая культура, которая сожительствует вместе с серьезной (а с несерьезной, массовой, бульварной тем более) журналистикой в СМИ, естественным для себя образом примиряет, гармонизирует эти два противоположных начала. Все противоречия снимаются прежде всего благодаря тому, что карнавальный обман, ставший круглогодичным и всеохватным (аудитория присоединяется к нему через экран телевизора), не оставляет времени для рефлексии». Канадский культуролог Маршал Маклюэн так же рассматривает СМИ как фольклор. Он относит телевидение к «горячим» средствам коммуникации, то есть к таким, которые «захватывают человека целиком, растворяют его как бы в себе», в отличие от «холодных», «оставляющих человеку пространство свободы» (например, телефон).

О стремлении человека воспринимать окружающий мир через телеэкран говорит и В. Саруханов: «Мы не живем – мы смотрим сплошное интересное кино. За 10 лет у нас сформировалось особое, сугубо зрительское отношение к жизни. Наше восприятие событий социально аморфно, нас волнует не сущность, а динамика, сюжет. Мы уже не народ-труженик и даже не народ-страдалец. Мы – народ-зритель. Да еще и не простой зритель, а привередливый» [45, с.164].

Из утверждения В. Саруханова вытекает другая причина обращения к игре в тележурналистике – реакция на потребности аудитории. Зарубежный исследователь Г. Маркузе называет современного зрителя пассивным объектом воздействия, для которого важно, чтобы материалы были зрелищными. Такое общество становится «одномерным» в результате действия «индустрии культуры» [30]. Гербнер также говорит о потребительском, а не созидательном отношении к информации в современном обществе. По его мысли, телевидение становится новой культурой для тех, кто обращается к информации, лишь, когда она является развлечением [54]. С западными исследователями соглашается и В. Смирнов: «Перестройка вещания наряду со многими кардинальными переменами в средствах массовой коммуникации высветила важную характеристику новой аудитории – ориентацию на развлекательность. Особенно заметно проявилась эта тенденция на телевидении» [49, с.158].

Следовательно, перед журналистом встает проблема привлечения внимания аудитории к своему продукту. Оперативность и полнота подачи информации – уже не главный козырь при подготовке новостей. На первый план выходит интересная «упаковка», в которую телевидение облекает свой продукт. «В условиях информационного изобилия, когда разные каналы формируют сходную информационную картину дня, различаясь лишь отдельными деталями, оценками, способами подачи, зрительский успех определяет не столько то, ЧТО показывают, сколько то, КАК показывают». Иными словами, форма журналистского произведения становится важнее содержания. Маршал Маклюэн считает, что содержание в какой-то степени вытесняется формой, то есть «средство есть сообщение». Роль зрелищных факторов усиливает стиль «поппури» или «мешанина беспорядочных образов».С. Сметанина считает, что сегодня в журналистском тексте происходит перемещение акцента с того, о чем говорится, на то, как об этом говорится. [48, с.90] Исследователь указывает, что нестандартная форма подачи информации позволяет легче сохранить в памяти событие. Этот прием С. Сметанина называет «игровое кодирование».

Исследователь, занимающийся спецификой телевизионного творчества Виталий Третьяков отмечает еще один важный момент обращения этого СМИ к игре: «Как только журналистика, особенно через телевидение, охватила своим влиянием фактически 100% взрослого и детского населения развитых стран, она почти полностью переключилась на работу на массы. А там, где массы, там игра превалирует над серьезным делом и серьезным искусством, каким, в частности, одно время пыталось стать телевидение».

По мнению теоретика, занимающегося разработкой термина «игра» Й. Хейзинга, главным импульсом художественного творчества является поиск оригинальности, что, в свою очередь обусловлено потребностью аудитории в новой информации [57]. Для журналиста поиск оригинальности ведет к отказу от штампов, так как штампы (не только словесные, но и визуальные), приближают информативность сообщения к нулю. С другой стороны, проинформировать небанально или без штампов – значит, привлечь внимание к своему произведению.

На телевидении в этом отношении приоритет отдается визуальному ряду. «Задача репортера остается неизменной – произвести неизгладимое впечатление на зрителей. Необходимо, чтобы визуальный материал информировал аудиторию, апеллируя к эмоциям, а не к интеллекту… С помощью одного визуального ряда довольно редко удается адекватно проинформировать зрителя. Основой информационного сообщения все-таки является слово. Но когда оно подкрепляется соответствующими «картинками», эффект получается больше, чем простая констатация факта».

Виталий Третьяков характеризует современного автора медиапроизведения как медийного интеллектуала. Ему присущи такие качества, как неглубокое (ненаучное) мышление, но зато он разговорчив, может легко появляться перед камерой.С. Сметанина в качестве одной из причин обращения тележурналистов к развлекательной форме подачи новостей называет «отсутствие одной официальной идеологии, имеющей жесткую партийную направленность». Исследователь продолжает: «Отказ от тоталитарного языка и его клише в какой-то момент создали определенный вакуум в традиционном инвентаре средств профессионального мастерства журналистов. Чтобы заполнить его, обновить письмо, журналисты «примеряют» разную технику создания текста. Одна из них (очень важная на нынешнем этапе) – художественное творчество. Аудиовизуальные СМИ активно обращаются к системе выразительных средств изобразительного искусства, кино, театра, музыки, архитектуры. Освобождение от идеологического диктата привело к размыванию границ дозволенного, обретению независимости. Независимости как в выборе и интерпретации темы, так и в приемах представления ее в тексте».

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что важнейшей причиной стремления информационных репортажей стать развлечением является потребность аудитории в получении зрелища с экрана телевизора. В соответствии с этой потребностью тележурналисты при подготовке новостей обращаются к игровым элементам как форме подачи информации. То есть срабатывает важнейший экономический тезис: спрос рождает предложение. Одновременно идет процесс вытеснения содержания формой.

# 1.2. Сущность понятия «игра». Игра в тележурналистике

Для дальнейшей работы нам представляется целесообразным раскрыть содержание понятия «игра». Исследователь этого феномена Й. Хейзинга утверждает, что игра опирается на действия с определенными образами, на «пре-ображение» действительности. В то же время, игра противостоит серьезному. Но игра – это не смешное и не комическое. Иными словами, у игры нет моральной функции, то есть нельзя определить, что это – добродетель или грех. Исследователь утверждает, что игра это функция, оторая исполнена смысла. В игре вместе с тем играет нечто выходящее за пределы непосредственного стремления к поддержанию жизни, нечто, вносящее смысл в происходящее действие. Всякая игра что-то значит. В любом случае эта целенаправленность игры являет на свет некую нематериальную стихию, включенную в самую сущность игры. (57).

По мысли Хейзинга, игра «представляет» борьбу за что-то либо является состязанием в том, кто лучше других что-то представляет. Йохан Хейзинга считает, что мысль об игре не может прийти в голову, если стать на позицию подвергшихся нападению, тех, кто борется за свои права и свободу. Эту точку зрения он объясняет тем, что борьба обладает нравственной ценностью и потому, что именно нравственное содержание является тем пунктом, где квалификация игры теряет свое значение. Разрешить извечное сомнение "игра - или серьезность" можно в каждом отдельном случае лишь с помощью критерия этической ценности. Тому, кто отрицает бъективную ценность права, никогда не удастся разрешить это сомнение. В наши дни пропаганда, которая хочет проникнуть в каждый участок жизни, действует средствами, рассчитанными на истерические реакции масс, и поэтому - даже там, где она принимает игровые формы - не в состоянии выступать как современное выражение духа игры, но всего лишь - как его фальсификация (57).

Психолог Э. Берн рассматривает понятие «игра» в аспекте человеческих взаимоотношений: «Вся последовательность трансакций происходит по несформулированным правилам и обладает рядом закономерностей. Пока дружеские или враждебные отношения развиваются, эти закономерности чаще всего остаются скрытыми. Однако они дают себя знать, как только один из участников сделает ход не по правилам, вызвав тем самым символический или настоящий выкрик: «Нечестно! » (4) Такие последовательности трансакций, основанные, в отличие от времяпрепровождения, не на социальном, а на индивидуальном планировании, мы называем играми» Автор продолжает: поэтому употребление термина "игра" по отношению даже к таким трагическим формам поведения, как самоубийства, алкоголизм, наркомания, преступность, шизофрения, не является безответственностью и легкомыслием.

Утверждая, что общественная жизнь по большей части состоит из игр, мы совсем не хотим этим сказать, будто они очень забавны и их участники неотносятся к ним серьезно. Это становится очевидным особенно в тех случаях, когда необузданное проявление эмоций влечет за собой наказание. Игра может быть опасной для ее участников. Однако только нарушение ее правил чревато социальным осуждением.

Таким образом, Берн утверждает, что существенная черта игр людей – не проявление неискреннего характера эмоций, а их управляемость.

Различия в трактовке игры у Хейзинга и Берна заключаются в том, что первый исследователь считает игру открытой формой реализации поведения. Иными словами, игра должна быть честной.Э. Берн утверждает: «Игрой мы называем серию следующих друг за другом скрытых дополнительных трансакций с четко определенным и предсказуемым исходом. Она представляет собой повторяющийся набор порой однообразных трансакций, внешне выглядящих вполне правдоподобно, но обладающих скрытой мотивацией, короче говоря, это серия ходов, содержащих ловушку, какой-то подвох» (4, с.37).

Мнение Ж. Бодрияра противоположно. Он считает, что, играя, человек, не преследует никаких других целей, то есть смысл игры – в ней самой: «Если бы игра имела какую бы то ни было цель или вообще финальность, тогда единственным игроком оказался бы шулер» (5, с.244).

С. Сметанина в рассуждениях о сущности игры ссылается на английского психолога С. Миллера. «Термин игра, замечает исследователь этого феномена английский психолог С. Миллер, давно уже является «лингвистической мусорной корзиной» для обозначения поведения, которое выглядит произвольным, но при этом не имеет, как кажется, явной биологической или социальной пользы» (48, с.172).

Большинство исследователей согласны в одном – игра предполагает свободный выбор. «Свобода заключается в характере выбора, всегда присущего игре. Всякая форма истинно творческой реализации возможностей человека предполагает свободу и разворачивается как свободный выбор вариантов индивидуальных действий» [56, с.143].

Что же означает понятие «игра» применительно к тележурналистике? Если продолжить высказанную ранее мысль Бодрияра, получится, что на телевидении в целом и в телевизионном репортаже в частности использование игровых приемов – на самом деле псевдоигра, так как она преследует цель достичь какого-либо эффекта. А в качестве «шулера» как раз и выступает журналист. Его целью может быть привлечение внимания к своему продукту в результате конкуренции каналов или желание убедить в правильности своей точки зрения (реализация воздействующей функции). О псевдоигре в современном искусстве говорит и Й. Хейзинга, но мотивирует свою мысль исследователь иначе. По его утверждению, в современном обществе царит пуерилизм – наивность и ребячество. Остро это проявляется в потребности в банальных развлечениях, жажде сенсаций, тяге к массовым зрелищам. Но считать пуерилизм игрой нельзя, в противном случае он движет общество назад (57, с.231). Вывод исследователя таков: «Игровой элемент утрачивает свое значение. Современная культура едва ли «играется». Там, где кажется, что она играет, эта игра фальшива» (57, с.233).

Это что касается природы игры в тележурналистике. А как и для чего она проявляется в журналистском произведении, рассмотрим далее.

Л. Витгенштейн считает языковую игру средством изображения, а не самим предметом (14). Исследователь дополнил понятие языковой игры экстралингвистическими факторами. «Языковая игра является также культурным выражением совместно с жестикуляционными и мимическими коннотациями. Таким образом, понятие языковой игры объединяет совокупность языка и деятельности» (57, с.77). Добавим, что в этом отношении можно говорить не только о языковой, но и об игре вообще.

На возрастающее влияние экстралингвистических факторов указывает и С. Сметанина. По ее мнению, любое высказывание имеет информационную и воздействующую сторону. Информационная – это документальность, объективность, логичность, аргументированность. фактуальная насыщенность текста. Воздействующая – побудительность, оценочность, выражение авторского отношения к содержанию высказывания, образность (57, с.45). Эта функция и реализуется с помощью экстралингвистических средств. Новостные программы практически на 100% состоят из информационных сюжетов, то есть для них по традиции характерно преобладание информационной составляющей. А игровые приемы повышают удельный вес воздействующей составляющей. Таким образом, по мнению Сметаниной, реализуется эстетическая функция медиатекста, когда внимание зрителя переключается с события на его код.

Т. Д.ридзе, занимающаяся проблемами семиотики, говорит о вариативности значений, возникающих в результате использования тех или иных знаков: «Не следует забывать о ситуативности значений или «многозначности» знаков, возникающей в контекстах общения, то есть лишь об относительном постоянстве значения знаков для данной ситуации общения, не говоря уже о том индивидуальном, что присовокупляется к значению знаков при их истолковании, то есть при возникновении «знаковых образов» в ходе текстовой деятельности» (20, с.53)

В ходе привлечения игровых приемов в медиатекст журналист выбирает из всего многообразия знаков те, которое в наибольшей степени соответствуют авторскому замыслу. Таким образом, «сопоставление общей теории игры и частного проявления ее в речевой практике позволяет применительно к журналистике сделать вывод о том, что в СМИ игра используется и как вариант творческого поведения журналиста в процессе обработки реального факта, и как средство реализации программы высказывания при создании медиатекста (отбор и сочетание языковых единиц)" (54, с.181). «В ходе порождения текста авторский замысел обретает более четкие формы, кристаллизуется, приобретает очертания видимой содержательной цели данного конкретного текста. Стремясь к достижению своей цели, к реализации определенного коммуникативного намерения, автор ставит ему на службу как предмет описания (то есть то, о чем идет речь, или тему), так и серию приемов, реализуемых средствами языка» (20, с.71).

Согласно определению Т. Д.ридзе, журналист, использующий игровые элементы при создании произведения, поступает как новатор, то есть он «порождает тексты в ходе общения, актуализируя в них интеллектуально-мыслительные процессы, происходящие в его сознании; реализует творческую деятельность», в отличие от эпигона, то есть личности, которая «прибегает в общении к известным языковым средствам и общепринятым правилам их комбинаторики» (20, с.69).

Процитированные авторы исследуют в качестве продукта труда журналиста печатные тексты. Однако нам представляется целесообразным подчеркнуть, что подготовка материалов для телевидения предполагает еще больше возможностей для выбора тех или иных игровых средств. «Что касается телевидения, то сама природа этого средства информации провоцирует на игровые забавы: в видеоряде можно совмещать сюжеты, различные по времени и стилистике, на одно изображение накладывать другое, отыскивая вместе со зрителями актуальную «видеономинацию»» (54, с.179).

Подчеркивая стремление современных программ к развлекательности а также изобразительные возможности телевидения Виталий Третьяков выделяет игру как один из жанров тележурналистики. «Игра как журналистский жанр есть развлечение аудитории через вовлечение ее через наблюдение за упрощенно-соревновательными моделями жизненных (в том числе и общественно значимых) ситуаций, в которых примитизированы мотивы, ход и следствия человеческих поступков. В этом смысле игра противостоит всем остальным жанрам журналистики. Ибо они, даже через неизбежное упрощение, позволяют увеличить знание и понимание происходящих событий, а игра – сузить и то, и другое, заместив познание уводящей от жизни эмоциональной развязкой, заменив взрослые формы поведения детскими» (54, с.375).

Одним из главных свойств игры на телевидении исследователь выделяет то, что она должна быть интересной «самим участникам, а главное – публике. Сообщить о случившемся лучше – это в том числе интереснее» (54, с.373). «Сделать хороший репортаж это все равно, что пригласить зрителей в путешествие. Интрига – инструмент, с помощью которого телерассказчик заставляет аудиторию досмотреть видеопроизведение до конца (27, с.130).

Игра предполагает соревнование. В этом отношении она является аналогом спорта. Следовательно, в ней должен быть победитель, а для него приз (54, с.370). Виталий Третьяков соглашается с позицией большинства ученых, что внешняя форма в игре важнее содержания. Задачей журналиста становится то же содержание подать интереснее – чтобы смотрели твою программу. Исследователь подчеркивает, что игра не предполагает содержательного или временного опережения конкурентов из других СМИ вообще. «Если классические жанры журналистики обеспечивают конкуренцию СМИ главным образом в оперативности и содержательности передаваемых текстов и изображений, то игра – исключительно в интересности» (56, с.374). Можно предположить, что победителем станет тот, кто сообщит новость не быстрее, а интереснее. Тогда призом станет внимание и уважение телезрителей. «Специфическим капиталом в поле масс-медиа несомненно является капитал известности или признания того или иного издания, программы или журналиста как авторитетного, профессионального, честного и т.д. » [16, с.11].

Если обозначить важность формы подачи информации применительно к композиции, тогда, по мысли В. Олешко, следует отметить превалирование сюжета над фабулой (56). «Фабула – это то, что было на самом деле, сюжет – то, как узнал об этом читатель» (55, с.137). Продолжая мысль Олешко, при игровом способе подаче информации «фабула чаще всего служит лишь материалом для сюжетного оформления, поэтому журналист вполне допускает в этом случае информационные и временные инверсии (перестановки), вольное обращение с фактами, использование нестандартной лексики. Понимая, что простым перечислением фактов читателя, радиослушателя, телезрителя чаще всего не увлечешь, автор выстраивает события в сюжет, чтобы между фактами обнаружилась новая, неожиданная связь, чтобы в обычном открылось вдруг необычное, а «высокое», «отстраненное» (к примеру, та же сфера политики) и «непонятное» оказалось знакомым и ясным [56, с.156].

Й. Хейзинга подчеркивает, что важной характеристикой игры является наличие правил, которые соблюдают вовлеченные в нее люди (57).В. Олешко предполагает, что «в сфере массовых коммуникаций правилами можно обозначить требования жанра, специфику и т.д. » (38, с.141).

Из всех свойств игры, выделяемых различными исследователями, для журналистики, как нам кажется, особо важны 1) развивающий характер игры; 2) ее гедонистическая природа. Причем, играя, человек может испытать два различных «удовольствия»: удовлетворение от самого процесса игры и триумф победы. Обратимся к исследованиям Й. Хейзинги, изложенным в книге «Homo Ludens»: «Что такое выиграть? Что при этом выигрывается? Выиграть значит возвыситься в результате игры. Но действенность этого возвышения имеет склонность разрастаться до иллюзии верховенства вообще. И тем самым выигрывается нечто большее, нежели только игра сама по себе. Выигрывается почет, приобретается честь. И эта честь, и этот почет всегда полезны непосредственно всей группе, отождествляющей себя с победителем».

В рассуждениях об игре важно подчеркнуть еще один момент. «Чем интенсивнее документальное подвергается игровой обработке, тем оно больше отдаляется от реального за счет осложнения различными эффектами. Представленная таким образом информация не выдается за реальное. Она предлагается как особым образом обработанный вариант – игровая имитация» (64, с.181).

Еще одним подтверждением выдвинутого тезиса может послужить цитата: «Самое основное, что отличает поэтику нового публицистического текста, - это смешение документального и художественного дискурса: реальное подвергается различным трансформациям, включается в условный контекст, который намного интереснее собственно информации, особенно если она уже известна. Текст не столько рассказывает о реальном, сколько творит новую реальность. Действительность является лишь материалом, из которого конструируется необходимый сюжет» (54, с.88).

Выводом к разделу, посвященному сущности игры применительно к тележурналистике может послужить следующее утверждение. На телевидении игра может выступать в двух аспектах: как развлечение аудитории (с точки зрения функций) и как способ отбора фактов и языковых средств (с точки зрения содержания). Остается добавить, что в телевизионном репортаже эти два начала сливаются воедино.

Особенности репортажа в стиле инфотейнмент рассмотрим далее.

# 1.3. Инфотейнмент – разыгрывание новости

Переход России к рыночной экономике, коммерциализация СМИ способствовали тому, что информация развлекательного характера активно завоевывать место на страницах газет и журналов, в теле - и радиоэфире. Нередко это приводило к снижению качества отдельных изданий, вытеснению из них «серьезной» информации, что уже неоднократно отмечалось исследователями. В связи с этим особый интерес представляет такое явление, как инфотейнмент (infotainment). Этот термин «возник в результате аббревиатурного объединения двух слов: информация (information) и развлечение (entertainment) и выражает стремление продюсеров подавать новости в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности». Инфотейнмент зародился в 80-е годы в США. Начавшееся в те годы падение рейтингов информационных программ, вынудило журналистов изменять формат телевизионных новостей. Изменения коснулись, во-первых, принципа отбора информации – снизилась доля «официоза», возросло число сообщений на социальные и культурные темы. Во-вторых, изменились способы подачи информации: в репортажах на первый план стали «вытаскиваться» детали, интересные всем зрителям. Среди новостей выделилась отдельная группа – информационно-развлекательные программы. Пионером в этом направлении принято считать еженедельную программу «60 минут» (CBS), где ведущие стали активно включать в репортажи свое отношение к событиям, более того, журналисты начали появляться в кадре наравне с героями репортажей, чтобы было совершенно нетипично для американского телевидения.

Инфотейнмент – новое слово, пришедшее в российскую журналистику с Запада. Бывший корреспондент ныне закрытой программы «Намедни» Андрей Лошак утверждает, что это определение привез в Россию Леонид Парфенов после одной из командировок в Америку «Слово «инфотейнмент» привез Леонид Парфенов в позапрошлом году из своей поездки на CBS. С тех пор его стали активно употреблять. А раньше все это называлось просто парфеновским стилем. Хотя инфотейнмент в Америке – это что-то совершенно другое, чем у нас. При том, что их бюджеты не сравнимы с нашими, информация там подается гораздо зануднее. В Америке более консервативная, традиционная журналистика. Что касается информации в чистом виде, то она будет существовать всегда. Это четкий жанр со своими давно сложившимися законами. А вот в еженедельных передачах можно позволить себе какие-то художества» (21). Мы будем рассматривать инфотейнмент как стиль, используемый при подготовке телевизионного репортажа. Однако, деление информационных материалов на репортажи, информационные заметки и др. жанры на современном телевидении становится все более условным. Сейчас все эти материалы называют одним словом - видеосюжет.А. Тертычный говорит о том, что такие материалы отличает так называемый «репортажный стиль исполнения». По мнению М. Барманкулова, субъективность, то есть авторское отношение к передаваемой информации заложено еще в самом определении репортажа: «Репортаж – это объективное, оперативное и наглядное изложение очевидцем своих впечатлений о событии или явлении. Репортаж немыслим без двух важнейших компонентов: события и репортера, его освещающего, причем освещающего так, чтобы возник эффект присутствия, чтобы читатель, слушатель или зритель ощущали при этом движение в пространстве и времени» (17, с.188). А вот как определяет репортаж Виталий Третьяков: «Репортаж – это информационный жанр, используемый для рассказа о всех основных, а также наиболее впечатляющих стадиях развития события, как посредством личных наблюдений (что обязательно), так и с помощью слов участников или очевидцев произошедшего. Используется для описания сложных и длящихся событий. Не только допускает, но и предполагает личные, в том числе и эмоциональные авторские оценки, а также первичные и вторичные комментарии» (54, с.321). Таким образом, привлечение игровых элементов – это еще один вариант свободного поведения журналиста при подаче тех или иных фактов.

При определении репортажа важно подчеркнуть, что предметом внимания журналиста может быть не только событие: репортер может использовать событие как повод, толчок к развитию действия. В основе такого репортажа – всегда актуальность. Либо в форме единичного события, либо – в цепи событий, фактов, вырастающих в проблему.

Разберемся подробнее в особенностях стиля инфотейнмент. Анри Вартанов говорит о слиянии в инфотейнменте двух начал: «В какой-то момент в телевизионном мире стало ясно: информацию, всегда считавшуюся королевой эфира, по рейтингу опережают даже не самые лучшие телевизионные развлечения. Возникла идея, которая, по сути, напрашивалась довольно давно: почему бы не попробовать скрестить эти два, на первый взгляд несовместимых жанра? Бывшая всегда предметом головной боли телевизионных компаний проблема: каким способом представлять в эфире ежедневные выпуски новостей или же еженедельные обзоры, чтобы они не повторяли то, что зритель видит на соседних каналах у конкурентов, - таким образом получала свое принципиальное обоснование. Говоря иными словами, для того, чтобы новости легче и проще усваивались на телеэкране аудиторией, их следует строить – и по общей драматургии, и по конкретной форме – в какой-то мере по аналогии с телеразвлечениями» (18, с.48).

В. Орлова говорит о том, что стремление к инфотейнменту присуще современному телевидению в целом.С. Сметанина подчеркивает, что в СМИ сегодня преобладает интерстилевое тонирование изложения и стремление к цитатному мышлению (то, что журналисты называют шаблонами). При этом приоритетным становится гаджет – ненужное украшение (48). Нельзя не согласиться с мнением известного специалиста в области телевидения Р. Борецкого, который, говоря о том, что серьезные передачи осваивают «формы эстрадной подачи материала», называет это явление «диффузией жанров». По его словам, причиной этой диффузии стала коммерциализация телевидения: чтобы программа имела высокие рейтинги, она должна соответствовать «усредненным вкусам поголовного большинства».

К сходным выводам пришел и Э. Тоффлер. Информационное общество, по Тоффлеру, характеризуется недолговечностью ценностей и идеалов, временным характером потребностей, резким увеличением объема научно-технической информации, серьезным повышением разнообразия жизненных явлений, обилием субкультур. Мир вокруг постоянно изменяется с невероятной скоростью, что ставит человека на грань его способностей к адаптации. В результате, человек впадает в особое психологическое состояние - «футурошок» (шок будущего), которое «характеризуется внезапной, ошеломляющей утратой чувства реальности, умения ориентироваться в жизни, вызванной страхом перед близким грядущим».

Диана Ширяева выделяет следующие отличительные признаки инфотейнмента. По ее мнению, такие видеосюжеты отличаются «большей иронией, меньшей академичностью. Их задача – показать случившееся в необычном ракурсе, по возможности дать ему некоторый анализ. Корреспонденты, освещая ту или иную тему, стараются подать ее так, чтобы быть уникальными. Пытаются взглянуть на нее с такой стороны, с которой не взглянет больше никто». Почему это происходит? Приемы инфотейнмент на российском телевидении применяются чаще всего в еженедельных программах, когда основные события зрителю уже известны. Следовательно, задача сообщить о них автоматически отпадает.

Л. Васильева определяет инфотейнмент как «разыгрывание новости» (13). Этим ученая подчеркивает, что при подготовке такого репортажа в его основу ложится не стандартный набор фактов, а только те, которые кажутся автору наиболее подходящими и интересными. «Инфотейнмент дает возможность играть гранями событий, высвечивать тот или иной аспект», - утверждает исследователь (13, с.97). Таким образом, создается «выпуклость и наполненность явления. Новость панорамируется, делается выпуклой, идет многоходовое ее освещение» (13, с.87). В этом отношении А. Вартанов отмечает некоторое сходство такого способа подачи новостей с принципами ток-шоу, где также происходит разыгрывание темы (11, с.126).

Мы не будем вслед за Виталием Третьяковым рассматривать игру как отдельный жанр телевизионной журналистики. Остановимся на утверждении, что игровая форма подачи информации господствует в репортаже инфотейнмент. А само слово инфотейнмент в дальнейшем исследовании будем понимать как особый игровой стиль, используемый при подготовке телевизионного репортажа.

# 2. ВИДЫ ИГРОВЫХ ПРИЁМОВ В ТЕЛЕРЕПОРТАЖЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «НЕДЕЛЯ», КАНАЛА «РЕН-ТВ»

Работа построена на анализе репортажей в стиле инфотейнмент программы «Неделя» («Рен-ТВ»). Ее автор - Марианна Максимовская - определяет жанр как общественно-политический телевизионный журнал. Программа стартовала в эфире 4 октября 2003 года. «Неделя» с Марианной Максимовской выходит на «Рен-ТВ» каждую субботу в 19.00. Из всех еженедельных информационно-аналитических программ первой выходит именно «Неделя». Первым освежить в памяти зрителя самые заметные и важные события недели, привлечь внимание к выпавшим из поля зрения ежедневных информационных программ деталям – главная задача сюжетов «Недели». Основу программы составляют репортажи. Но «Неделя» не ограничивается формулой «репортаж плюс авторский текст». В программе есть постоянные рубрики. Важное место в концепции программы занимает непременное интервью Марианны Максимовской. Во второй части программы – обязательный сюжет на семейно-бытовую тему (проблемы ранней беременности, неравных браков, транссексуалов, средства решения сексуальных расстройств и т.п.). Это позволяет считать «Неделю» «общественно-политическим телевизионным журналом» (именно так обозначает жанр программы сама Максимовская). Максимовская отнюдь не стремится всячески подчеркивать свою объективность и беспристрастность, в отличие от большинства ведущих информационных передач на российском телевидении. Поэтому в сюжетах программы активно используются разговорный стиль и вводные конструкции. Для работы над новой программой Марианна Максимовская привела с собой на «Рен-ТВ» «проверенных» людей с НТВ-ТВС. С Андреем Кравченко, Светланой Елиной и другими телепрофессионалами, которые работают над этой программой, она сотрудничает с первых дней своей эфирной жизни, поэтому эта команда понимает друг друга с полуслова. «Неделя» - многоэпизодная программа, состоящая из 8-10 репортажей. Каждый из них - это авторские находки, нашедшие воплощение в различных художественных приемах. Репортеры программы «Неделя» - Сергей Митрофанов, Александр Надсадный, Евгений Матонин, Леонид Камфер, Евгений Картавцев и другие.

# Глава 4. Вербальные игровые приемы

# Глава 4.1. Игра на уровне слов

Выше мы уже отмечали, что игра в инфотейнменте основана на вторичной информативности журналистских текстов. То же самое происходит и на уровне языка: «Только тот, кому известно первичное значение слова, может употреблять его во втором значении» [22, с.304]. В сущности, именно на этом свойстве и построены все языковые игры, используемые телерепортером в инфотейнменте. Рассмотрим несколько примеров.

Фонетическая игра. «Мех да и только» - репортаж об охоте на пушного зверя (23 апреля 2005 г., автор - Александр Надсадный). Здесь представлена фонетическая игра пары слов «смех - мех». В этом же репортаже еще один пример фонетической игры - «Котик в шоу живет не ради меха, а ради смеха». Сюда же можно отнести материал, вышедший в эфир 17 июня 2006 года. В программе «Неделя» сюжет прошел с анонсом «Гол как хохол». Автор репортажа Артур Валеев использовал это выражение о чемпионате мира по футболу, в котором принимала участие сборная Украины. Тогда, Украина проиграла Испании со счетом 4: 0.

Словообразовательная игра. «Питие определяет сознание» - эту фразу из репортажа об алкоголизме (21 мая 2005 г., автор Вадим Кондаков) можно считать вариантом словообразовательной игры, а также рассматривать ее и как фонетическую игру, которая строится на основе использования известной цитаты.

Морфологическая игра. Среди морфологических игр можно выделить две основных - игра с многозначностью и игра с сочетаемостью слов. «Явление президента народу», так проанонсировали в «Неделе» сюжет о пятой встрече Владимира Путина с многочисленными журналистами и жителями России (автор Сергей Митрофанов, материал от 28 октября 2006 года).

«Доктор идет проведать больных. Они у него все тяжелые - от 120 килограмм и выше» (26 марта 2005 г., репортаж о плюсах и минусах диет, автор - Евгений Картавцев). Это пример игры с многозначностью слова «тяжелый» - тяжелые больные и тяжелые, то есть имеющие большой вес. В этом же репортаже еще один пример того же приема: «Расплата тяжелая - многокилограммовая».

«На кочевников референдум в прямом смысле упал с неба» (23 апреля 2005 г., репортаж об объединении Красноярского края, автор - Леонид Камфер). Упал с неба - имеется в виду, что все необходимое для голосования в отдаленные таежные районы доставили на вертолете.

«Менялы» - так в репортаже Александра Надсадного (9 апреля 2005 г) названы люди, изменившие пол. Это также пример игры с многозначностью.17 июня 2006 года вышел сюжет об убийстве президента так называемой Ичкерии Абдулы Халима Садулаева. Это событие Рамзан Кадыров чуть не приурочил к своему стодневному пребыванию на посту премьера республики. В Чечне - повсеместные демонстрации и лозунги в поддержку Кадырова. Леонид Канфер выпустил сюжет с анонсом «Чеченский гамбит».

Второй подвид морфологической игры - игра с сочетаемостью слов. Выражаясь терминами литературоведения, игра с сочетаемостью слов предполагает использование различных тропов: гиперболизация, перефразирование, оксюморон и т.д. За исследуемый период встретились следующие.

«Сейчас театр начинается не с вешалки, а с площади» (26 марта 2005 г., репортаж о митинге против звучания со сцены нецензурной лексики, автор - Сергей Митрофанов). В данном примере используется перефразирование известного высказывания. К подобной игре можно отнести сюжет « Царь-матушка» (1 июля 2006 года). Известное выражение «Царь-батюшка» автор сюжета Вадим Кандаков перефразировал. Ведь героиней его материала была женщина, глава Россйского императорского дома - праправнучка Александра второго, княгиня Мария Владимировна. «Укрупняй и властвуй» (23 апреля 2005 г., репортаж об объединении Красноярского края, автор - Леонид Камфер). Еще один пример перефразирования. В данном случае - перефразирование известной всем цитаты.

«Избирательный участок приехал на оленях утром ранним» - из того же сюжета. В предложение вставляется строчка из известной песни.

«Собачье сердце», - сюжет от 17 июня 2006 года. Автор Дмитрий Ясминов попытался найти связь между любовью к животным и ненавистью к людям и рассказал о том, как в Барнауле сторож одной из строительных компаний избил бездомного пса и пытался с живой собаки содрать шкуру. Жильцы вызвали к умирающему псу ветеринара, который прямо на стройплощадке сделал четырехчасовую операцию и спас Кучума - так зовут собаку.

«Переписка века» - репортаж о вынесении приговора Михаилу Ходорковскому (21 мая 2005 г., автор Сергей Митрофанов). Пример гиперболизации. Этим словосочетанием названа переписка бывшего главы «Юкоса» с простым дворником.

# 4.2. Игра на уровне текста

Игра с языком по сути - это вкрапление в журналистский текст определенных слов или словесных конструкций, имеющих неожиданный эффект. Игра на уровне текста - более сложное явление в том смысле, что она требует от журналиста обращения уже ко всему телерепортаже в целом.Г. Петров вводит особое понятие - смысловой сценарий текста как «проявление творческой установки журналиста. Это устойчивая, часто стереотипная структура текста, организованная как коммуникативно-познавательная иерархия от простого к сложному» [61, с.14].

Если использовать предложенную Г. Петровым терминологию, смысловой сценарий есть не что иное как продукт реализации свободы репортера, «играющего» фактами, гранями события, «разыгрывающего» новость. «Здесь тонкая грань между невозможностью исказить излагаемые факты и выразить свое отношение к происходящему - не оценочными эпитетами (и уж тем более не высказанными от журналистского лица оценками), не ироническими интонациями или репортерскими эмоциями во время стенд-апа, но правом журналистского выбора - последовательности изложения, фрагментов действительности, выбора собеседника, деталей. Факт, безусловно, подается точно, но его интерпретация - не явная, не нарочитая, не фальсифицирующая суть дела, однако рождающая у аудитории то или иное восприятие этого факта, - краеугольный вопрос репортерского мастерства» [93, с.108-109].

Выделим несколько разновидностей игры на уровне текста.

Изменение последовательности изложения. Сюда можно отнести различные временные инверсии, когда в начале сообщается какой-то факт, а затем идет рассказ о том, что ему предшествовало. Или другой вариант: параллельное развитие действия, когда репортер ведет речь о нескольких событиях одновременно.

Например, в репортаже о референдуме в Красноярском крае (23 апреля 2005 г., автор Леонид Камфер) сначала сообщается об итогах голосования и о том, что они обозначают. А затем освещается сам ход референдума. Причем текст постоянно подтверждается соответствующими кадрами.

Столкновение синхронов. В данном случае журналист может играть на противоречии, которое явствует из разных точек зрения на одну проблему. В репортаже о визите губернатора алтайского края Михаила Евдокимова в Москву после вынесения ему вотума недоверия (9 апреля 2005 г) автор Александр Надсадный ставит рядом речь председателя КСНД А. Назарчука, где он говорит о снижении в регионе поголовья скота, и фрагмент интервью со сторонником Михаила Евдокимова, который утверждает, что поголовье, наоборот, выросло.

Противопоставление слов автора и героя. Прием, аналогичный предыдущему, однако здесь в противовес герою высказывается сам автор.

Пример - репортаж о недавних событиях в Узбекистане (14 мая 2005 г., автор Евгений Матонин). В качестве героев автор привлекает преступников, приговоренных к смертной казни. В использованном синхроне они высказывают расположение действующему президенту. Далее следует речь корреспондента, из которой можно сделать вывод, что преступники надеются только на помилование, а на самом деле они - противники действующей власти.

Все перечисленные приемы - вербальные способы игры в телерепортаже информационно-развлекательного характера.

К вербальным приёмам необходимо отнести еще и стенд-ап (журналист в кадре). Исследователь в области коммуникации В. Конецкая утверждает: «Одновременное использование вербальных и невербальных средств обусловлено стремлением конкретизировать информацию, сделать ее более выразительной и значимой с тем, чтобы воздействовать на собеседника. Несмотря на то, что в связанном употреблении невербальные средства занимают «вторичный план» коммуникации, они выполняют функцию воздействия с большей эффективностью» (41, с.128).

Стендап может располагаться в любом месте репортажа - в начале, в середине, в конце - в зависимости от замысла автора. Если стенд-ап завершает репортаж, тогда в самом конце следует представление журналиста. Первыми на постсоветском экране представляться в кадре стали репортеры НТВ.

А. Вартанов подчеркивает, что у автора телерепортажа есть больше возможности высказаться не в словах, а в действии. Это явление современного телевидения исследователь называет action (11, с.235). В стенд-апе в этом отношении большую роль играют паралингвистические средства - мимика, жесты, интонация (в том числе паузы), ритм и темп речи, логические ударения. Если использование паралингвистических средств органично совпадает с общей динамикой сюжета, эффект от сказанного и показанного в кадре многократно усиливается.

Также «играть» в стенд-апе может и правильный выбор места действия, и поведение журналиста в кадре.

В одном из сюжетов (речь идет о встрече президента России Владимира Путина с народом страны, материал от 28 октября 2006 года) Сергей Митрофанов провел аналогию этого события с игрой «Кто хочет стать миллионером», где есть подсказка - «Звонок другу». Стенд-ап записан с телефонной будкой на заднем плане. Текст журналиста: «Звонок президенту это как в известной телевизионной игре - если возникли сложности с ответом нужно обязательно позвонить другу. Но вот занято… И не важно каков будет ответ, правильный или нет, главное дозвониться и успеть задать вопрос. Для многих россиян общение с президентом стало своеобразной лотереей, ведь по-прежнему многие верят, что звонок в кремль может кардинально изменить их жизнь». Необычен стенд-ап Анны Нельсон, включенный в репортаж об особой методике, открытой российскими учеными, - психозондировании (23 апреля 2005 г). Автор выступает в репортаже как одна из испытуемых. В стендапе Анна Нельсон идет по шумной улице среди толпы людей. Смысл произнесенных в стенд-апе слов таков: психозондирование - уникальная методика, которая позволяет подобрать рецепт счастливой и спокойной жизни для каждого человека в зависимости от его индивидуальных, личностных особенностей. (Цитата: «Никому из прохожих не подойдет рецепт, который получила я») Таким образом, в рассмотренном примере автор играет на удачно выбранном месте действия.

Стендап Александра Надсадного в репортаже о неравных браках (21 мая 2005 г) записывается на фоне церемонии регистрации. Репортер произносит свой текст подчеркнуто тихим голосом, чтобы отметить важность момента.

В программе «Неделя» журналисты появляются перед зрителями в стенд-апе в каждом репортаже. И каждый раз это не просто несколько сказанных на нейтральном фоне предложений, а своеобразная игра, основанная на слиянии вербальных и невербальных средств.

# Глава 5. Невербальные игровые приемы

# Глава 5.1. Визуальные способы игры в репортаже информационно - развлекательного характера

Игра в телерепортаже может осуществляться не только словесно (вербально). Немаловажную роль в восприятии репортажа играют всевозможные визуальные средства, используемые при монтаже. Это не только позволяет пояснить какие-то детали, но и помогает сделать репортаж зрелищным. Известно, что 80% информации человек получает посредством зрения, и лишь оставшиеся 20% - через другие органы чувств. А если учесть, что телевидение - единственное СМИ, где все происходящее разворачивается, что называется, перед глазами зрителей, то роль видеоряда сложно переоценить. На современном телевидении проявляется тенденция, которую ряд ученых называют «американизм», то есть преобладание значения видеоряда. Таким образом, визуальные приемы - важный способ игры в репортаже информационно-развлекателного стиля.

Иногда, использование альтернативных решений при построении репортажа - именно тот способ, который может грамотно и интересно расставить акценты в материале, потому что зритель, прежде всего, обращает внимание на то, что выделяется из общего ряда.

С внедрением компьютерных технологий в производство телепрограмм возможности корреспондентов в использовании этого зрелищного эффекта значительно выросли. Например, репортаж Артура Валеева «Гол как хохол» (17 июня 2006 года) начинается с анимационного фильма, главный герой которого - бешеный лягушонок «Крези Фрог». Вероятно, автор тем самым хотел показать всеобщее безумие, царившее в то время в Германии, где проходил чемпионат мира по футболу.24 июня 2006 года Андрей Картавцев поведал нам о том, что в Мордовии возродили традиции русского кулачного боя. Местных жителей автор называет «Ванн Дамами», но главное, что свой сюжет он начинает с видео, где участники боёв перед состязанием выпивают водку, приговаривая: « Ты много не наливай… За знакомство…и побьемся еще чуть…», а в это время на экране держится титр: «за пять часов до того…». В репортаже о вынесении приговора М. Ходорковскому (21 мая 2005 г., автор Сергей Митрофанов) на экране появляется текст, цитируемый из американского журнала «Forbs». Этот прием мы назвали цитатная вставка. К приемам подобного рода можно отнести подбор определенных кадров, соответствующих тематике сюжета и задумке автора. Сюда можно прибавить включение в репортаж архивного видео, кадров из фильмов и телепрограмм, оперативные съемки.

В репортаже Александра Надсадного о визите в Москву делегации МОК (19 марта 2005 г) использованы архивные кадры закрытия Олимпиады 1980 года в Москве. В данном случае архивное видео включено в визуальную канву сюжета не только и не столько для компенсации бедного видеоряда. Скорее оно позволяет корреспонденту провести параллели между прошлым и настоящим, чтобы потом на основе сравнений сделать выводы.

В репортаже Александра Жесткова о вынесении вотума недоверия губернатору Алтайского края Михаилу Евдокимову (9 апреля 2005 г) использованы кадры из фильма «Не послать ли нам гонца? ». С помощью визуального материала автор играет на сравнении ситуации в жизни и в кино.

Следующий визуальный прием - использование нестандартных планов и ракурса съемки.С. Муратов, говоря об особенностях использования различных планов, подчеркивает, что крупные и средние планы нужны для выявления смысла действия. «Есть 50 способов сказать «да» и 500 способов сказать «нет», и только один способ это написать» [53, с.18].

Разные виды кадров в репортаже выполняют разные функции. Их использование упрощает задачу корреспондента в словесной акцентировке на наиболее важных моментах. Например, заставка дает четкое представление о месте события. Крупный план производит наиболее сильное впечатление на зрителя, показывает эмоции (если крупным планом снято лицо человека, крупный план рук человека в момент волнения) или провоцирует их появление у зрителей (например, показанные крупным планом языки пламени при пожаре). Панорама дает четкое представление о взаимном расположении и взаимодействии объектов. Наконец, ключевой момент - это то, что зрители запоминают после просмотра любого сюжета. Автор может играть на включении в видеоряд различных макропланов (например, глаза героя и подобные детали). Такой прием особенно эффективно используется в синхроне. В репортаже Артура Валеева, всё о том же чемпионате мира по футболу, автор намеренно ставит в кадр крупный план совсем юного болельщика, закадровый текст в это время такой: В красное море испанских болельщиков вливается желто-голубая река украинцев. За три часа до матча на улицах Лейпцига фанаты соревнуются в остроумии и фантазии. Сквозь крики бывалых тореадоров прорывается голос юного киевлянина: « У-кра-и-на! ».

В репортаже о белорусской оппозиции (21 мая 2005 г., автор Леонид Камфер) акцентируется внимание на детали. Говоря о низком уровне жизни, показывается пустой холодильник одного из героев, а затем - крупный план стоящей единственной банки с вареньем. В этом же репортаже ключевым моментом можно считать кадр с табличкой «Финиш». Он завершает сюжет после сравнения президентской гонки с соревнованиями лыжников.

Репортаж о чудесах (28 мая 2005 г., автор Сергей Митрофанов) завершается кадром, где на фоне бегущих облаков появляется купол церкви - это также можно считать ключевым моментом в сюжете.

Съемка с необычного ракурса - также один из визуальных приемов игры.Р. Борецкий дает следующее определение: «Ракурс - иллюзорное представление, что именно так и туда направлен мой взгляд. План - иллюзия того, что я хочу видеть. Эта предельно упрощенная схема восприятия экранного образа иллюстрирует сам факт подчиненности зрителя, ведомого замыслом и волей автора» [14, с.27-28]. Использование съемки с необычного ракурса позволяет автору акцентировать внимание на каком-то факте, слове.

Зачастую съемку с необычного ракурса используют при записи синхрона. Например, одну из героинь репортажа о концерте на Поклонной горе, посвященном Дню Победы (14 мая 2005 г., автор Евгений Картавцев) певицу Глюкозу снимает «плавающая» камера. Меняется и величина плана - от крупного к среднему. Таким образом, автор изменяет динамику сюжета, избавляясь от монотонности, когда в репортаж включается слишком много «говорящих голов».

Наконец, ряд игровых приемов применяется уже на конечной стадии подготовки репортажа - при монтаже. Монтаж в переводе с французского - это «подбор и соединение отдельных частей чего-либо для создания единства, законченного произведения» [73, с.322].Н. Утилова определяет монтаж как «особую систему смысловых, звукозрительных и ритмических соотношений между отдельными кадрами, их формальное и смысловое сочетание и сопоставление» [87, с.7]. При этом, «ведущим является не событие, а образ этого события - через видимое раскрывается невидимое. Это повысило роль композиционно-монтажного построения телевизионного произведения» [87, с.7].

Далее исследователь продолжает: «Монтаж по своей сущности двуедин. С одной стороны, это форма художественного мышления, основными слагаемыми которой является эстетическое выделение (столкновение) определенных моментов действия и развития характеров персонажей. С другой стороны, монтаж выполняет чисто функциональное назначение, являясь совокупностью технических приемов, при помощи которых не только соединяются два разрозненных куска (изображения) некоего действия в единое целое, но и создается иллюзия достоверности происходящего во времени и в пространстве» [87, с.10-11] «Еще С. Эйзенштейн неоднократно говорил, что камера, с одной стороны, не дает разрушить факт, исказить его «в себе», а с другой - дает возможность представить факт, как этого хочет воля автора, и что в момент выбора точки съемки авторы снимают «автопортрет» в роли того объекта, что стоит перед камерой» [87, с.23].

В. Познин подчеркивает, что монтаж - это прежде всего отбор: выбранная единственная, наиболее выразительная, продуманная точка съемки; способ съемки, наиболее точно передающий художественную или публицистическую идею и в то же время согласующийся с общей стилистикой сюжета, фильма или телепередачи; выбор наиболее выразительного дубля или варианта, опять-таки соответствующего общей стилистике».

Важно подчеркнуть, что этот отбор осуществляет автор материала. Но опять-таки он отбирает более всего подходящие фрагменты из тех, что зафиксировал на пленку телеоператор. Таким образом, как бы корреспондент ни стремился быть объективным при воссоздании картины действительности, постоянный посредник между ним и телезрителем - камера - не позволяет сделать это со стопроцентной точностью. «Камера не обязательно говорит правду. Камера снимает то, что хочет снять оператор, который держит ее в руках. При подготовке сюжета репортер использует только те факты, которые он собрал». (28, с.27).

Можно считать монтаж инструментом в руках автора телепроизведения. Ставя монтаж себе на службу, журналист тем самым «вторгается» в ход события. «Сталкивая эпизоды или сопоставляя их, репортер тем самым формирует восприятие зрителя» (43, с.30).

В. Смирнов отмечает, что принципы монтажа лежат в основе человеческой психологии «Монтажно вообще само восприятие человеком его окружающей жизни, его мышление (он часто переключает свое внимание, мысль с одного объекта на другой). Такое движение обусловлено нередко его подсознанием» (43, с.181).

Ученые выделяют ряд функций монтажа. Мы не будем заострять внимание на их перечислении, так как это не соприкасается с целью нашего исследования. Выделим лишь, ссылаясь на В. Смирнова, 3 основных вида монтажа: технический, публицистический, художественный (49). В репортаже инфотейнмент в игровых целях используются последние два вида, причем велика роль именно художественного монтажа. Он заставляет зрителя расшифровывать образ, создаваемый в результате соединения кадров или монтажных фраз.

Л. Дмитриев, говоря о разнице монтажа в кино и на телевидении, отмечает, что «телевизионный монтаж совпадает с логикой человеческого зрения в монтажном освоении мира. Он дает зримый художественный эквивалент жизни в реальном времени» (19с. 200). Однако художественный монтаж, применяемый в инфотейнмент, преследует немного иную цель - «создать целостный образ, который представляет собой совокупность элементов, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представление о материальном объекте, явлении, характере человека».

В. Познин выделяет следующие типы монтажных соединений в игре: «параллельное действие; контрастное сопоставление; ассоциация или аналогия; монтажный рефрен; ритмический монтаж» (43).В. Смирнов отмечает, что самым продуктивным способом монтажа выступает ассоциация. «Ее возможности неограничены, и корреспондент должен культивировать в себе умение пользоваться этим великолепным приемом и свойствами ассоциативного мышления. Но делать это с тактом, художественным вкусом. Это значит нужно развивать навык видеть в текстах скрытые возможности, которые давали бы возможность проявить такую грань факта, эпизода, ситуации, истории, рождали бы новую мысль» (49, с.104).

На ассоциативной игре и осуществляют монтаж своих репортажей корреспонденты программы «Неделя». В репортаже Дмитрия Ясвинова о событиях в Ферганской долине (21 мая 2005 г) используется два вида игрового монтажа - параллельное действие, когда автор говорит о том, что съемочная группа поднимается по трапу самолета, покидая Ташкент, под звуки заставки вечерних новостей - и контрастное сопоставление. Показывается напряженное спокойствие на улицах и следом - разграбленный магазин. Еще один пример контрастного сопоставления в репортаже Евгения Кандакова об алкоголизме (21 мая 2005 г) Автор привлекает кадры деревни, где лечат от алкоголизма, и московского ночного клуба, где все посетители выпивают.

Таким образом, визуальные приемы игры позволяют автору репортажа в развлекательном стиле использовать специфическое телевизионное свойство для интересной подачи какого-то конкретного события или явления.

# Глава 5.2. Игра-воображение и игра-подражание

Все приемы, перечисленные и описанные в предыдущих разделах, используются в репортажах программы «Неделя» в комплексе. И только их взаимодействие друг с другом в репортаже создает необходимый контекст. Играя различными способами, тележурналист организует свое повествование по определенным моделям. Исследователь, занимающийся проблемой дискурса Т. Ван Дейк определяет модель как «основу интерпретации дискурса. Она включает опыт предыдущих событий с теми же или подобными предметами, лицами или явлениями».

Применительно к журналистике определение модели ситуации тесно связано с понятием композиции, потому что именно композиция - это не что иное, как форма произведения. А, следовательно, она имеет отношение к исследуемой нами игровой подаче новостей.В. Цвик отмечает: «Композиция - от лат. Сompositio - сочинение, составление, связь, соединение) - закономерное построение произведения, гармоничное соотношение отдельных его частей (компонентов), образующих единое целое. Композиция - это принцип организации отображаемого автором материала. Композиция обычно обусловлена темой и идеей, представляя собой такое соединение отобранных событий и фактов, которое раскрывает их глубинную связь и выражает позицию автора. С помощью композиции автор располагает материал в последовательности, соответствующей авторскому замыслу, не дает угаснуть интересу аудитории, фокусирует ее внимание на главном, подводит к необходимым выводам».

С. Сметанина отмечает, что модели - это некие стереотипные способы организации информации (48). Добавим, что в данном случае стереотипным является как сам замысел автора, так и его предположения относительно зрительской интерпретации. Потому что, играя любым из способов, журналист все равно преследует какую-либо цель.

Моделирование игровых ситуаций, по мнению С. Сметаниной, - изначально характерно для художественно-публицистических жанров журналистики (48). Однако в последнее время эта тенденция ярко проявляется и в информационных жанрах. Свидетельством тому, как раз и является стиль инфотейнмент. Почему так происходит? С. Сметанина отмечает, что в основе построения материалов инфотейнмент лежит новая система аргументации. «В ее основе - методы модального преобразования действительности за счет особой компоновки фактологической информации. Иная логика увлекает своей неожиданностью».

Анализ телерепортажей программы «Неделя» показал, что подавляющее большинство материалов, подготовленных в развлекательном стиле, строятся по двум моделям. Опираясь на принципы мышления автора при их создании, назовем эти модели «игра-воображение» и «игра-подражание». Остановимся подробнее на каждом из видов.

Игра-воображение - принцип организации повествования в телерепортаже, при котором созданный образ легко соотносится с реальным и одновременно сохраняет фантазийную природу. «Осложнение игрой осуществляется обычно в отношении к визуальным событиям. Они кодируются таким образом, чтобы повысить изобразительную сторону текста. Именно изобразительность дает импульс воображению».

Элементы игры-воображения есть в репортаже о партии «Единая Россия» (23 апреля 2005 г., автор Сергей Митрофанов). Они присутствуют в той части сюжета, где изображается образ медведя с крыльями. Корреспондент полностью прогнозирует, то есть создает в воображении, вариант дальнейшего развития ситуации.

Часто вариантом игры-воображения становятся те репортажи, где журналист выступает одним из действующих лиц. Например, как в репортаже о психозондировании (23 апреля 2005 г). Автор Анна Нельсон предстает перед зрителями как одна из испытуемых. Воображаемая ситуация создается и в другой части этого репортажа, где один из героев дает интервью, в котором строит предположения, как с помощью этой диагностики можно было бы обезвреживать или даже предотвращать террористические акты.

Второй вид - игра-подражание. Она основана на том, что у зрителя при интерпретации информации возникает ожидание результата. Это происходит потому, что «подражание основывается на воспроизведении (или зеркальном отображении) одного события по модели другого, точно таким же способом, в той же последовательности, в какой оно происходило. Эффект игры-подражания проявляется в повторе - содержательном, композиционном, языковом, эмоциональном и др. И хотя в игре-подражании сам объект уподобления отсутствует, используется лишь его макет, наполненный новым содержанием, от выбора оригинала зависит увлекательность партии. Интересно, что подражание предполагает изучение через наблюдение, а это один из методов работы журналистов: чем точнее скорректированы признаки двух сопоставляемых событий/лиц, позволяющие реципиенту сделать вид, что он верит в это тождество, тем выше класс игры (иначе, тем эффективнее текст с точки зрения воздействия). В данном случае С. Сметанина делает этот вывод только применительно к тексту, однако его суть легко переносится и на телевизионный продукт. Иными словами, игра-подражание основана на том, что знакомая зрителю ситуация предстает в несколько видоизмененном образе. Однако по некоторым сигналам, или меткам, как называет их С. Сметанина, исходный материал легко вычисляется.

На основе изучения репортажей программы «Неделя» можно сделать вывод о том, что игра-подражание встречается несколько чаще, чем игра-воображение.

Рассмотрим примеры игры-подражания.

Очень часто игра-подражание осуществляется через сравнение реальной жизненной ситуации с историей из фильма, телепрограммы, сериала и т.п. Причем, построение игры-подражания идет с помощью привлечения кадров первоисточника. Так поступил и автор репортажа о покушении на Анатолия Чубайса Евгений Матонин (15 марта 2005 г). Он включает репортаж кадры из фильма "Человек-акула". Реальный человек, который подозревается в покушении, легко ассоциируется с героем фильма. Таким образом, зная исход картины, зритель легко может домыслить, как в действительности развивались события.

Удачный пример игры-подражания представлен в репортаже Александра Жесткова о вотуме недоверия Михаилу Евдокимову (9 апреля 2005 г). Факт, что губернатор отправился в Москву с визитом к Президенту, обыгрывается с помощью кадров из фильма «Не послать ли нам гонца? », где Михаил Евдокимов играл главную роль и где его герой тоже стремился попасть на прием к президенту. К развитию событий в фильме журналист неоднократно обращается в течение всего сюжета. В конце - вывод о том, что ситуация в жизни в точности повторила ту, что была в фильме - Михаил Евдокимов не встретился с президентом.

Похожее использование игры-подражания в материале С. Митрофанова о вынесении приговора М. Ходорковскому (21 мая 2005 г). Здесь проводится аналогия с фильмом «Приговор» и приводятся кадры, где актриса Фаина Раневская читает приговор. Разница лишь в том, что в предыдущем примере автор выстраивает вывод по итогам игры-подражания, а в данном случае подражание накладывается на развитие действия.

Таковы основные способы комплексного использования игровых приемов в репортаже инфотейнмент. Подводя итог, отметим, что их выбор зависит от того, какую цель преследует телерепортер при подготовке своего материала.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог данного исследования и отвечая на вопросы, поставленные в начале работы, можно отметить, что проблема подачи информации через игру в тележурналистике до сих пор не закрыта и вызывает противоречивые мнения. Однако мы пришли к следующим заключениям.

Ожидания и потребности аудитории толкают журналистов к поискам новых способов подачи информации. Обращение к игре является следствием повышенного внимания к форме телевизионного репортажа. Результатом такого внимания становится появление особого стиля подачи новостей, соединяющего в себе информирование и развлечение аудитории. Таким образом, первая гипотеза подтверждается полностью.

По результатам исследования, гипотеза №2 подтверждается лишь частично. Мы пришли к выводу, что, по сути, игра в тележурналистике - на самом деле псевдоигра (обман), так как она всего лишь является результатом свободного выбора журналистом тех или иных средств воплощения авторского замысла. При этом автор, играя, преследует определенную цель - привлечение внимание к продукту своего труда. Применительно к телерепортажу инфотейнмент уместно говорить только об использовании некоторых игровых приемов в процессе его создания.

Третья гипотеза также подтверждается полностью. Изучение практики телевидения показало, что телерепортаж инфотейнмент строится по моделям, объединяющим в себе ряд игровых приемов.

В результате повышенного интереса к форме телевизионного произведения журналисты обращаются к игровым способам подачи информации и используют ряд творческих приемов в процессе обработки реального факта. Практическое значение исследования в том, что на конкретных примерах показываются те или иные игровые приемы, которыми пользуются телерепортеры.

Перспектив разработки проблемы достаточно много. Это может быть углубление в теорию игры, изучение проблемы субъективности в телевизионном репортаже, в вопросы постмодернистского подхода и так далее.

В качестве предмета будущей работы может быть взят не телерепортаж в отдельности, а целая программа, состоящая из материалов подобного типа. Также это может быть личность конкретного телерепортера за все время его творческой деятельности или за определенный период. В основе же настоящего исследования лежит обобщенный взгляд на обозначенную проблему.

# ЛИТЕРАТУРА

1. Антонов К. Телевизионные новости: конструирование политических событий. – Кемерово, 2004.
2. Багиров Э., Юровский А., Борецкий Р. Основы телевизионной журналистики. – М., 1987.
3. Багиров Э. Очерки теории телевидения. – М., 1978.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. – М., 1988.
5. Бодрияр Ж. Соблазн. – М., 2000.
6. Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ. – М., 1998.
7. Борецкий Р. Информационные жанры телевидения. – М., 1960.
8. Борецкий Р. Телевизионный репортаж: Выпуск 1-2. – М., 1968.
9. Бурдье П. О телевидении и журналистике. – М., 2002.
10. Вартанов А. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках. – М., 2003.
11. Вартанов А. Infortainment – это случилось вчера // Журналист. – 2005. – №3. С.48-49.
12. Васильев А. Слово в российском телеэфире: очерки новейшего словоупотребления. – М., 2003.
13. Васильева Л. Делаем новости. – М., 2002.
14. Витгенштейн Л. Философские работы. Ч.1. – М., 1994.
15. Гальперин Ю. Человек с микрофоном. – М., 1971.
16. Горохов В. Основы журналистского мастерства. – М., 1989.
17. Горохова Н. Художественно-выразительные средства экрана в 3-х частях. – М., 1995-1996.
18. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989.
19. Дмитриев Л. Искусство информации. – М., 1996.
20. Дридзе Т. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1984.
21. Дэннис Э., Мэррил Дж. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.
22. Засурский И. Масс-медиа второй республики. – М., 1999.
23. Зверева Н. Школа регионального тележурналиста. – М., 2004.
24. Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. – М., 1995.
25. Ионин Л. Социология культуры. – М., 2000.
26. Кара-Мурза Е. Манипулятивные языковые приемы не помогут избежать наказания // Журналист. – 2004. - №1. с.83-84.
27. Конецкая В. Социология коммуникации. – М., 1997.
28. Кузнецов Г. Так работают журналисты ТВ. – М., 2004.
29. Кузнецов Г. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М., 2002.
30. Маркузе Г. Одномерный человек. – М., 1998.
31. Матвеева Л. Психология телевизионной коммуникации. – М., 2002.
32. Методы журналистского творчества / Под ред.В. Горохова. – М., 1982.
33. Михайлов С. Журналистика США. – СПб, 2004.
34. Муратов С. ТВ-репортер. – М., 1977.
35. Муратов С. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М., 2003.
36. Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., 1999.
37. Назарова Я. Конкуренция на российском рынке телевизионных новостей // Вестник Московского университета. – Серия 10. – 2000. - №2. С.11-18.
38. Олешко В. Журналистика как творчество, или Что нужно делать, чтобы читатели, телезрители, радиослушатели тебя понимали и вступали в диалог. – Екатеринбург, 2002.
39. Основы творческой деятельности журналиста / Под ред.С. Корконосенко. – СПб, 2000.
40. Парфенов Л., Чекалова Е. Нам возвращают наш портрет: заметки о телевидении. – М., 1990.
41. Петров Г. Телевизионная драматургия: проблемы журналистского мастерства и особенности творчества. – СПб., 1999.
42. Поздняков Н. Информационные передачи. Эфир. Ведущие. Зрители. – Омск, 1997.
43. Познин В. Основы монтажа изображения. – СПб., 2000.
44. Прохоров Е. Исследуя журналистику. – М., 2005.
45. Саруханов В. Азбука телевидения. – М., 2002.
46. Синицин Е. «Я веду репортаж…». – М., 1983.
47. Слободников В., Исаев Е. Психология человека. Введение в психологию субъективности. – М., 1998.
48. Сметанина С. Медиа-текст в системе культуры. – СПб., 2002.
49. Смирнов В. Формы вещания. – М., 2002.
50. Солганик Г. О новых аспектах изучения языка СМИ // Вестник Московского университета. – Серия 10. – 2000. - №3. С.31-38
51. Телевидение США / Под ред.Г. Пашкова. – М., 1976.
52. Теленовости: секреты журналистского мастерства. – М., 1996.
53. Тертычный А. Миг жизни явит репортаж… // Журналист. – 2002. - №4. С.75-77.
54. Третьяков В. Как стать знаменитым журналистом. – М., 2004.
55. Утилова Н. Монтаж как средство художественной выразительности. – М., 1994.
56. Ученова В. Беседы о журналистике. – М., 1978.
57. Хейзинга Й. Homo Ludens. – М., 1997.
58. Цвик В., Назарова Я. Телевизионные новости России. – М., 2002.
59. Шерель А. Организация эмоциональной среды радиосообщения // Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания. – М., 1981. С.212-213.
60. Ширяева Д. Новости в стиле «инфотейнмент»: проект «Страна и мир» телеканала НТВ // Медиаальманах. – 2004. – №2-3. С.60-69.
61. Шостак М. Репортер: профессионализм и этика. – М., 1999.