

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

На правах рукописи

ЛЕСИНА Анна Сергеевна

**Утреннее информационно-развлекательное вещание
отечественного телевидения: специфика контента
(на примере программы «Утро России» на канале РОССИЯ1 и
программы «Утро на Первом» на Первом канале)**

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

Научный руководитель –
доцент

Е.П. Почкай

Кафедра телерадиожурналистики

Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____

Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Типологические характеристики информационно-развлекательных программ утреннего эфира	6
1.1 Специфика утреннего шоу	6
1.2. Жанрово-тематические особенности утренних программ	18
Глава 2. Выразительные средства программ "Утро на Первом" (Первый канал) и "Утро России" (РОССИЯ1)	30
2.1. Образ и функции ведущего в сетке вещания	30
2.2.Инфотейнмент в утреннем шоу: приёмы, методы и средства	43
Заключение	59
Список литературы	62
Приложение А. Соотношение количества героев студии в утренних программах Первого канала и РОССИИ1	69
Приложение В. Классификация рубрик в утренних программах Первого канала и РОССИИ1на основании типологии досуговых СМИ	72

ВВЕДЕНИЕ

Утреннее информационно-развлекательное вещание в отечественном телеэфире сформировалось относительно недавно. Первый утренний эфир Центрального Телевидения появился лишь в 1980-е годы. Несмотря на это, в последние годы количество утреннего контента значительно увеличилось. Самостоятельные утренние эфирные блоки можно встретить в сетке вещания практически всех телекомпаний федерального и регионального уровня. Причиной тому являются высокие рейтинги утренних шоу.

Специфика утренней программы заключается в ее принципиальном отличии от программ дневного и вечернего эфира. Предназначение утреннего шоу: создать позитивный настрой зрителю на весь день. В связи с этим, создатели программы ориентированы на поиск оптимальных приемов и средств, будь то необычная подача информации, стиль студии, интонация ведущих и многие другие факторы.

Но, тем не менее, не смотря на этот активный поиск, на современном телевидении, на наш взгляд, мы не встречаем оптимальной модели утреннего эфира. Этим фактом обуславливается **актуальность** нашего исследования. Сегодня необходим новый подход к изучению утреннего информационно-развлекательного вещания, в связи с высокой востребованностью утреннего контента на телевидении, а также с тем, что именно наличие досугового телевизионного вещания определяет рейтинг эфира.

Основной **целью** нашего исследования стало выявление приемов, средств, методов работы журналистов в утренних программах на Первом канале и канале РОССИЯ1, позволяющих создать оптимальную модель.

Для достижения цели автор ставит следующие **задачи**:

- 1) выявить общие характеристики утренних телевизионных программ;
- 2) определить роль и место ведущего в утреннем информационно-развлекательном эфире в программах «Доброе утро» («Утро на Первом») на Первом канале и «Утро России» на канале РОССИЯ1;

3) на основании анализа теоретической литературы и откликов зрителей выявить оптимальные характеристики утреннего формата.

Объектом данного исследования являются утренние информационно-развлекательные программы.

Предмет исследования: форматные характеристики утреннего эфира и жанрово-тематические элементы в программах утреннего вещания.

Основной **теоретической базой** дипломной работы стали научные труды ведущих исследователей: по теории жанров, преимущественно телевизионной журналистики: Г. В. Кузнецов, Г. С. Мельник, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский; по теории социальной журналистики: М. А. Бережная, И. М. Дзялошинский; по теории досуговой журналистики: Л. Р. Дускаева, С. Н. Ильченко, Е. П. Почкай; по теории инфотейнмента: Н. Б. Картозия, А. Н. Саблина и др. А также работы зарубежных авторов: Э. Фихтелиус, П. Уорд, И. Фэнг. Большим подспорьем оказались выступления медиакритиков. Автор также широко пользовался информацией, взятой с официальных зрительских форумов Первого канала и канала РОССИЯ1, в которых зрители давали существенные оценки исследуемым нами программам. Было просмотрено более 250 отзывов, 104 из которых использованы в исследовательской работе.

Эмпирическую базу исследования составляют выпуски программ «Доброе утро» («Утро на Первом») Первого канала и «Утро России» канала РОССИЯ1 за период с 2010 по 2016 годы. Выбор вышеперечисленных программ объясняется наиболее высокими рейтингами среди программ своей ниши (с момента их появления). **Новизна** выпускной квалификационной работы состоит в комплексном подходе к анализу и оценке современного утреннего эфира. В научный оборот введен новый эмпирический материал.

Методы исследования: наблюдение, структурно-функциональный анализ, описание, сравнительный анализ. Используются также исторический и типологический подходы.

Структура. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, основной части, заключения и приложения.

Основная часть работы состоит из двух глав. В первой главе автор рассматривает процессы становления и развития утреннего вещания в России, специфику форматов утренних программ, сложившуюся на настоящий момент, а также жанрово-тематические особенности. Вторая глава посвящена сравнительному анализу утреннего вещания двух утренних каналов на Первом канале и РОССИИ1, подробному исследованию работы ведущего и приемам инфотейнмента. **Практическая значимость** данной работы заключается в попытке автора сформулировать оптимальную модель утреннего информационно-развлекательного телевизионного шоу. Подробное изучение характеристик и наиболее удачных методов работы утренних каналов поможет определить, в каком направлении следует двигаться современному утреннему информационному вещанию.

ГЛАВА 1.

Типологические характеристики информационно-развлекательных программ утреннего эфира

1.1. Специфика утреннего шоу

Утренние информационно-развлекательные шоу на телевидении по форме представляют собой миниатюрный самостоятельный канал. На 3–5 часов эфирного времени в программе приходится множество рубрик различного жанра, начиная от интервью и заканчивая обзором. Учитывая «фоновость» утренней программы, и, следовательно, отсутствие пристального внимания к происходящему на экране, формат утреннего вещания всегда стремится к насыщенности и зрелищности. Утреннее шоу – это гибридная передача, в которой «формулы привычных жанров соединяются с ходами, приемами, стратегиями шоу, игры, театрализованной постановки»¹, – считает В. В. Зверева. Продукция подобного рода всегда полижанрова, политемна и является коллективным трудом, чаще всего транслируемом в прямом эфире. «К особенностям актуальной риторики шоу можно также отнести иронию и самоиронию, внешнюю легкость, игру со зрителем»². Характерные особенности утренней программы: разговорное зрелище, отсутствие аудиторных зрителей, ставка на повышение настроения.

Сегодня типы утренних шоу, по словам Л. Хмельницкого³, директора утреннего вещания Первого канала, делятся на три большие группы по форматным характеристикам: 1) «Today» – программа, которая представляет собой бэкграунд к прошедшим в эфире новостям и строится в виде серьезного анализа освещаемых событий. При этом ведущим блока выступает не актер или журналист, а эксперт в исследуемой в шоу новости. 2)

¹Зверева В.В. «Infotainment» на российском телевидении [Электронный ресурс] // Наука о телевидении. Вып. 1. М., 2004. <http://culturca.narod.ru/INFO.htm>. Электрон. версия печ. публикации. (дата обращения 20.03.2016).

²Там же.

³Секреты утреннего телевидения: «20 лет программы «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Echo.msk.ru : офиц. сайт радиостанции Эхо Москвы. 2006. 20 авг. <http://echo.msk.ru/programs/tv/45594/>. (дата обращения 08.02.2016).

“Entertainment” – так называемый вечный спецпроект, представляющий собой развлечение на грани хаоса. Одной из наиболее известных программ такого формата является британское телешоу «TheBigBreakfast». Ее ведущие «все время что-то разрушали, звонили: "Какая вам музыка не нравится?" — "Мы ненавидим Баха". Каток въезжает в студию, пластинки Баха дают»⁴. 3) И, наконец, третий вид программ, представляющий собой коктейль из полезной информации. Ярким представителем такого формата стало шоу «Goodmorning, America»: «это первая программа, которая начала по утрам рассказывать, как из кукурузы выгнать виски»⁵. К этой группе относится и подавляющее большинство утренних телевизионных эфиров России, среди них и утренние программы на Первом канале и РОССИИ1. Сегодня в России, согласно исследованиям жанровых и форматных групп программ ведущих телеканалов⁶, утреннее информационное вещание относится к развлекательному нехудожественному жанру. К

функциям утренней программы соответственно стоит отнести 1) информирующую; 2) развлекательную, 3) познавательную, 4) коммуникативную 5) культурно-просветительскую и 6) своеобразную психологическую функцию, связанную с повышением настроения и бодрости зрителя в начале дня. Уникальность исследуемых нами шоу в том, что они могут динамично меняться в короткие сроки.

Изменения в средствах массовой информации напрямую зависят от исторических событий в мире. Подобного рода трансформации особенно отражаются на СМИ, вещающих на миллионные аудитории — телевидение и радио. Вещание вынуждено следовать за вкусами зрителя и, как следствие, информативность развлекательности уступает. История становления утреннего вещания в мире — яркий тому пример. Причиной ее появления в

⁴Секреты утреннего телевидения: «20 лет программы «Доброе утро». [Электронный ресурс].

⁵Там же.

⁶Вартанова Е. Л. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. С. 73.

середине 50-х в США стала потребность зрителя в легкой информации по утрам. Первой, осознавшей важность утренней сетки вещания, стала компания NBC и ее детище — Today (1952). В дальнейшем, каждая программа пыталась разработать свой собственный стиль. Елена Вартанова отметила: «CBS в своей утренней программе *Morning News* ориентировалась на серьезную журналистику, однако, заметив, что эта стратегия ведет к снижению рейтингов, эволюционировала в сторону кратких сообщений о важных событиях»⁷. ABC в свою очередь усилила количество развлекательных материалов. Позже к созданию утреннего эфира пришли и СМИ Западной Европы, среди которых BBC, финский канал Mainos TV и британский ITV, в свое время скопировавший формат программы у США⁸. В России же прародителем утреннего информационно-развлекательного шоу стала передача «С днем рождения» (13 января 1968). В программе рассказывались интересные факты из жизни знаменитостей-именинников, исполнялись популярные песни⁹. Правда, выходила она по субботам, длилась всего полчаса и быстро завершила свое существование. Позже Центральное телевидение выпустило «Утреннюю почту» (7 сентября 1974), музыкальную программу, основанную на письмах телезрителей. Она также транслировалась только по выходным дням и, к слову, выходит до сих пор на канале РОССИЯ1. Исследуемые в нашей работе утренние шоу Первого канала (с 1986 г.) и РОССИИ1 (с 1998 г.) являются первыми и на сегодняшний день наиболее популярными программами среди других телевизионных утренних каналов. «Утро России» — утреннее информационно-развлекательное шоу, пользуется большой популярностью у аудитории и занимает второе место, уступая лишь «Доброму утру», на основании рейтинга утренних информационно-развлекательных программ на

⁷Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 206.

⁸Там же. С. 207.

⁹Гиммерверт А. Б. Главная редакция музыкальных программ [Электронный ресурс] // TVMUSEUM. RU: музей телевидения и радио в интернете. 2001. http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=7827. (дата обращения 08.02.2016).

телевидении исследовательского центра SuperJob.ru¹⁰. Главными отличительными плюсами этого шоу является наличие региональных новостей, вкрапленных в эфирную сетку «Утра России», блок информации о спорте, а также, по мнению респондентов, позитивные ведущие¹¹. В свою очередь, свое последнее качество программа подтвердила в 2015 году, когда на вручении премии ТЭФИ ведущая «Утра России» Анастасия Чернобровина стала победителем в номинации «Ведущий утренней программы». Само же шоу оказалось в тройке финалистов среди лучших утренних программ (соответственно, Первый канал, РОССИЯ1 и Пятый канал). Сегодня «Утро России» выходит на канале РОССИЯ1 по будням с 5:00 до 9:55 в общей сложности на протяжении восемнадцати лет.

«Доброе утро» на Первом канале является бесспорным лидером среди утренних информационно-развлекательных шоу¹². Утренний канал транслируется на Первом уже более 25-и лет. По результатам конкурса «ТЭФИ 2015», эта программа стала лучшей в номинации «Утренняя программа»¹³, обойдя РОССИЮ1, НТВ и Пятый канал. Сегодня программа выходит ежедневно с понедельника по пятницу с 5:00 до 9:00.

История становления «Доброго утра» и «Утра России» — это длительный поиск своего формата. Формат — это наиболее важная составляющая часть утреннего канала, именно от него зависит, будет ли программа успешной. С. Н. Ильченко отмечает, что форматной единицей эфирного контента является совокупность «организационных приемов и структурных элементов телевизионного продукта»¹⁴, а именно: характерный

10[Электронный ресурс] <http://www.superjob.ru/community/marketing/14310/>.

11^{Там же}.

12^{Рейтинг утренних телевизионных программ [Электронный ресурс] // Superjob.ru : Исследовательский центр. <http://www.superjob.ru/community/marketing/14310/> (дата обращения 12.02.2016).}

13^{Жюри ТЭФИ 2015 назвало лучшие программы дневного эфира [Электронный ресурс] // INTERFAX. RU: ежед. интернет-изд. <http://www.interfax.ru/culture/449695>. (дата обращения 12.02.2016).}

14^{Ильченко. С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009. С. 199.}

состав ведущих и гостей, а также отношение между ними, драматургия ситуаций, степень участия публики и т.п. Можно сказать, что всё это позволяет каждому формату иметь свой экранный язык.

Рассмотрим подробно форматную специфику утреннего эфира на примере исследуемых нами шоу. «Утренние программы принятого во всем мире формата – это «камертон», настраивающий миллионы зрителей на бодрый жизненный ритм»¹⁵. Прежде всего, обратимся к их названию. Заголовок – это необходимый элемент конечного продукта, который имеет ряд особых функций: отображает краткое содержание, идею произведения, выступает своего рода рекламой программы. Так, «Утро России» десятилетиями искало свое название, обыгрывая слово «Утро», оставляя его неизменным: «Доброе утро, Россия!» (1998), «Утро на РТР» (2002), вновь «Доброе утро, Россия!» и, наконец, «Утро России» (2010). Программа сделала ставку и на патриотизм, и на название своего канала.

Упор на лаконичности и оригинальности сделала программа на Первом «Доброе утро»: «60 минут» (1986), «90 минут» и «120 минут» (1989), «Утро» (1989), «Телеутро» (1995), «Доброе утро» (1997). При этом шоу несколько раз меняло название в зависимости от календарных событий: «С добрым утром, Новый год!» (2000), «День Победы» (2000), «Доброе утро Нового года» (2003), «Олимпийское утро на Первом» (2014).

Ряд изменений претерпел и хронометраж программ, его трансформации оказались напрямую связаны с успешностью утреннего канала: наиболее серьезные изменения коснулись «Утра России»: из-за конкуренции с другими каналами программа проводила эксперименты с сокращением эфирного времени (вплоть до 2,5 часов) и на некоторое время вообще прекращала свое существование (2001). Благодаря ряду изменений, а именно, трансформации рубрик, и как следствие – росту рейтинга, программу решено было увеличить до 7-и дней в неделю (2005). В итоге в

¹⁵Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002. С. 231.

2015 году программу решено было перевести в 4-х часовой формат: 4 часа 55 минут за счет присутствия региональных новостей.

История эфирного времени «Доброго утра» более стабильна: с момента своего создания программа постепенно увеличивала время выхода с одного часа до трех. Единожды им пришлось сократить хронометраж на полчаса (2003) из-за высоких рейтингов РОССИИ1, однако они быстро восстановились, и вот уже десять лет эфирное время программы составляет 4 часа.

Композиция — это каркас утреннего шоу. Так, «Доброе утро» и «Утро России» обладают схожей структурой, прерываясь каждые полчаса на блок новостей, разница лишь в том, что канал РОССИЯ1 каждый час включает в информационный блок региональные новости. Отсюда следует вывод, что каналы используют ритмическую верстку¹⁶, чтобы соблюсти темп освещаемых материалов и привлечь фрагментарностью внимание зрителя. При этом, наиболее целесообразным при построении программы, по мнению Б. Д. Гаймаковой¹⁷, является разбивка самого шоу на крупные составные элементы: рубрики. Рубрика способствует логичной выстроенности шоу, организует зрителя и помогает ему ориентироваться в сетке вещания, что особенно уместно в политемности утренней программы.

Утренняя программа должна создавать уютную обстановку и «эффект присутствия». Н. В. Зверева называет такой стиль представления информации домашним¹⁸. Это особый принцип вещания, легкой подачи социально-значимого позитивного материала. Ведущий при этом держится свободно, импровизирует и комментирует сюжеты социальной тематики. Несмотря на это, аудитория РОССИИ1 все еще жалуется на форуме программы на большое количество криминала в эфире «Утра

¹⁶ Более подробно о ритмической верстке см. *Гаймакова Б. Д.* Основы редактирования телепередач. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2001. С. 11.

¹⁷ Там же.

¹⁸ *Зверева Н. В.* Школа тележурналиста. Нижний Новгород. Изд. дом Минакова, 2009. С. 62.

России»: «Очень портит заряд на день «чернуха» про убийц и насильников. Хотелось бы убрать эти темы с их обсуждением и привлечением экспертов с участием ведущих»¹⁹.

Достоинством домашнего стиля, по мнению Н. В. Зверевой, является то, что программа становится «своей», родной. Также, одной из главных примет домашнего стиля Зверева отмечает располагающего к себе и спокойного ведущего. Телеведущий утренней программы обязан «придавать передаче «стиль», оказывать влияние на ее качество и продолжительность, уметь успокоить собеседника, а в случае необходимости «разогреть» его или «спровоцировать» на откровенный разговор»²⁰. Неторопливый и уверенный голос располагает к себе, умиротворяет и настраивает аудиторию на мирный лад. Также одной из примет домашнего стиля являются комментарии ведущего. Он может выразить свое мнение, при этом соблюдая чувство такта. К недостатку домашнего стиля ведения утренней программы стоит отнести сложность соблюдения объективности и сохранения дружеского тона. При этом, создатели утренних шоу стараются, чтобы ведущими были известные люди: певцы, актеры, режиссеры, шоумены. Так, это сразу поняли продюсеры канала РОССИЯ1 и первыми же ведущими нового утреннего шоу стали медийные лица: актрисы театра и кино Елена Старостина и Марина Могилевская, а также писатель Мария Царёва. Вместе с ними встречал зрителей пластилиновый герой «дядя Миша» — ранее он был в программе «С добрым утром!», которую вел Александр Гуревич²¹. Формат программы «Утро России» в 2008 году включал большой блок «Звездный час», в которых ведущими стали звезды эстрады: «Я хочу посмотреть, смогу ли я быть так же нужна зрителям, как нынешние ведущие. У меня есть свои идеи и темы,

¹⁹Форум. Утро России [Электронный ресурс] // Официальный сайт канала РОССИЯ1. https://russia.tv/forum/themes/forum_id/1/ (дата обращения 11.03.2016).

²⁰Егоров. В. В. Телевидение: теория и практика. М.: Изд-во МНЭПУ, 1992. С. 35.

²¹Красновская Ю. «Утро России»: «Работа начинается, когда просыпаются зрители» // ТВ-ГИД :еженед. изд. №18. 2012.

хочется больше женственного и детского»²², — считает ведущая программы Ангелина Вовк.

Помимо ведущего, обязательными компонентами шоу выступают гости («герои») — не только звезды, но и просто чем-то интересные, особенные личности. Выбор приглашенного героя происходит на основании задач, которые ведущий ставит перед собой: допросить или поговорить по душам? В обеих исследуемых нами шоу гости всегда являлись непосредственными участниками программы. В течение часа в программе «Утро России», как правило, появляется четыре гостя-аналитика, с которыми ведущие проводят беседу, посвященную решению серьёзных вопросов. В совокупности, за один час эфирного времени диалоги составляют не менее 16-и минут, при этом, в среднем каждый герой общается с ведущими в течение четырех минут²³ отводится на аналитические интервью. Отсюда внимание у зрителя рассеивается, интерес теряется. Это одна из причин, которой можно объяснить разницу в рейтингах просмотра программ российской аудиторией.

Данный опыт программа переняла от Первого канала, который в свое время отказался от этой методики в связи с отрицательными отзывами, свидетельствующими о перегруженности информацией и ощущении конвейера, что не соответствует концепции утреннего канала: «Во-первых, в чем целесообразность и смысл разговоров, порой попросту «грузящих» человека, второпях глотающего бутерброд во время надевания костюма? — возмущается журналистка Ирина Мишина, — Неужели просто для того, чтобы заполнить эфирное время?»²⁴.

В отличие от РОССИИ1, на Первый канал приглашается всего один герой, беседа с которым длится обычно не более пяти минут. Впрочем, с недавнего времени Первый канал ввел по четвергам еженедельное участие второго гостя в качестве эксперта погоды. Блоки интервью так же подлежат

²²Костюкевич М. Звезды «зажгут» утром // Московский комсомолец: еженед. изд. №24896. 2008.

²³См. приложение А.

²⁴Мишина И. Как я была «жаворонком» // Новая газета: периодич. изд. № 89. 2003.

рециклингу и повторяются через час.

Наконец, одной из главных примет домашнего стиля является окружающая ведущего обстановка. Прежде всего стоит обратить внимание на стиль студии утренней программы. Студия – место реализации творческих возможностей ведущих, поэтому ей уделено особое внимание. Первый канал с 1999 года трансформировал съемочную площадку так, чтобы ведущие могли свободно перемещаться по студии, в гостиной беседовать с гостями, а на диване общаться со зрителями.

Позже от этой затеи отказались, но идею перемещения ведущих по съемочной площадке переняли их коллеги из программы «Утро России». Теперь каждое утро пара ведущих встречает зрителей выходя из-за кулис, а после беседует с гостями сидя. Впрочем, в 2015 году «Доброе утро» начало «двухместное» вещание: первые два часа отведены ведущим, сидящим в Останкино, а затем начинает работу передвижная студия: ведущие на открытом воздухе прогуливаются на фоне ВДНХ или МГУ и общаются со зрителем через камеру-квадрокоптер. На случай сбоя техники, на «подстраховке» в основной студии находится вторая пара ведущих. «Работать здесь совсем не то, что в «Останкино», — откровенничают после эфира Сергей Бабаев и Анастасия Трегубова. — Тут больше импровизации. Ты видишь, как разгорается день, может пойти дождь»²⁵.

Особое внимание в структуре утренних программ стоит уделить рециклингу. Рециклинг — это многократное применение информационных сюжетов. «Стратегия рециклинга традиционно использовалась при подготовке утреннего вещания («ТВ к завтраку»), сейчас во все возрастающей степени применяется при подготовке дневного вещания»²⁶. Первый канал и РОССИЯ1 прибегают к частичному рециклингу

²⁵Ефимов С. Нас «Утро» встречает прохладой [Электронный ресурс] // Teleprogramma.pro: периодич. интернет-изд. 2015. <http://teleprogramma.pro/tele/tv-projects/19909/> (дата обращения 11.01.2016).

²⁶Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. С. 198.

при показе блока новостей. По словам И. Фэнга²⁷, сюжет, который будет показан более чем в одном выпуске новостей, должен иметь несколько вариантов, в которых информация будет представлена под разными углами. Однако наиболее важная новость повторяется в эфире утренней программы через каждые полчаса без изменений. Остальные сюжеты чередуются, к тому же с течением времени добавляются новые. Подобным методом рециклинга программа «Доброе утро» пользуется и во время показа блоков самого шоу: примерно час сетка не повторяется, затем начинается постепенное введение повторных сюжетов, и наконец, после второго часа программы появляются сюжеты из первой части с измененным порядком вещания. На канале РОССИЯ1 полный рециклинг происходит каждый час²⁸.

Утренняя программа — сложная экранная форма. И трудность ее заключается не столько в особенности подачи информации, сколько в правильном определении своей функциональной направленности и выбора целевой аудитории. При этом, в данном случае — у журналистики появляется роль «модератора диалога»²⁹: она должна создать среду, чтобы разные группы зрителей могли вступать в равноправный диалог. Именно телевидение оказывает на социальные группы наибольшее влияние: «Соотнесенность обыденной жизни человека с жизнью социума, возможность сопоставления индивидуальных ситуаций и социальных реалий в формах, которые предоставляет своим зрителям телевидение, способствуют тому, что персонифицированный опыт экстраполируется в общее социальное знание»³⁰. Главная задача утреннего шоу: заинтересовать любого, оказавшегося утром у экрана телевизора — от школьника, для которого

²⁷Фэнг И. [Fang I.] Теленовости, радионОВОСТИ. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. Ч. 1. С. 4.

²⁸Утро России [Электронный ресурс] // Официальный сайт канала РОССИЯ1. https://russia.tv/video/show/brand_id/3838/episode_id/1297957/video_id/1469753/ (дата обращения 04.05.2016).

²⁹Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. С. 9.

³⁰Бережная М. А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2009. С. 67-68.

программа будет играть роль фона во время завтрака, до пенсионера, который проводит утро, внимательно просмотрев передачу все четыре часа эфирного времени. «Большинство из зрителей могут себе позволить задержаться перед телевизором лишь на 10–15 минут. — уверен руководитель проекта «Завтрак с 1+1» на канале 1+1 Олег Панюта. — И в этом тоже состоит сложность утренней программы. За эти 10–15 минут они должны получить и подборку новостей, и хорошую шутку, и полезный совет»³¹. При этом, стоит учитывать, что вещание утренних программ входит в первый промежуток телесмотра (7:00 – 9:00), и представляет собой отрезок с наименьшим количеством аудитории, в которой, в которой, как отмечает И. Н. Дашевская,³² преобладают зрители женского пола.

Внимание к гендерному аспекту, при выявлении своей аудитории, не случайно. Одним из основных критериев, помогающих обеспечить каналу необходимый контент, по мнению Е. А. Войтик, являются социально-демографические характеристики: «Они неразрывно связаны с условиями формирования личности человека, включая потребности и мотивации, а также с определением его социального статуса в обществе. Поэтому к ним относятся: гендер (пол), возраст, образование, социальное положение (статус), профессия, национальность, доход, финансовый статус, семейное положение, состав семьи, вероисповедание и т. д.»³³. При этом особого внимания достойны именно категории пола и возраста. Так, например, женской аудитории характерна эмпатия, высокий уровень морального переживания, в то же время, интерес к теме политики и науки ослаблен. В свою очередь мужчины любят факты и логические доводы. Им интересен

³¹Томак М. Доброе утро! [Электронный ресурс] // Day.kyiv.ua :периодич. интернет-изд. 2007. <http://www.day.kiev.ua/ru/article/media/dobroe-utro>. (дата обращения 10.01.2016).

³²Дашевская И. Н. Масс Медиа. Программирование на ТВ. [Электронный ресурс] // Broadcasting.ru :периодич. интернет-изд. 2009. <http://mabuk.ru/book/export/html/868>. (дата обращения 30.12.2015).

³³Войтик Е. А. Гендер и возраст как основные характеристики аудитории электронных СМИ // Говорит и показывает кафедра телерадио журналистики. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2014. С 27.

предметный мир. В возрасте от 30 до 50 лет мужская аудитория предпочитает программы, связанные с криминальной тематикой³⁴.

Что же касается возраста целевой аудитории, то Е. А. Войтик предлагает данную классификацию, учитывая ее условность: «в рамках массмедиа читателей, зрителей, слушателей подразделяют на: детскую аудиторию (с 4 до 11 лет), подростковую аудиторию (12–17 лет), молодежную аудиторию (18–25 лет), людей средних лет (26–55 лет), представителей старшего поколения (старше 55 лет)»³⁵. Первый канал и РОССИЯ1 в своих программах успешно удовлетворяют интересы всех аудиторных групп: по данным исследовательского центра портала Superjob³⁶, «Доброе утро» и «Утро России» являются лидерами среди утренних информационно-развлекательных телевизионных шоу (26% и 12% соответственно). «Доброе утро» является наиболее интересным за счет яркости тем, позитивных ведущих, рубрик с полезными советами и гороскопов. При этом, основная часть аудитории Первого канала — женщины (32%), в свою очередь, средний возраст аудитории молодой и приходится на зрителей до 29 лет (54% от общего числа). «Я очень живо представляю людей, которые смотрят на меня по телевизору. Маму, стряпающую завтрак большой семье, бабушку, с утра пораньше хлопчущую по дому, — признается ведущая «Доброго утра» Марина Ким. — У нас очень большая и очень разная аудитория, от пенсионеров до молодежи, я просто не имею права разочаровать их своим усталым видом»³⁷. В

свою очередь аудиторию «Утра России» в большинстве своем представляют мужчины (13%), средний возраст зрителей при этом 40–49 лет. Наименее

³⁴Попонов М. А. Общая динамика телесмотрения. Изменения и тенденции // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев № 4. СПб., 2006. С. 53.

³⁵Войтик Е. А. Гендер и возраст как основные характеристики аудитории электронных СМИ. С. 32.

³⁶Рейтинг утренних телевизионных программ [Электронный ресурс]// SUPERJOB.RU : Исследовательский центр.

³⁷Лантева Ю. Неспящие в эфире. Секреты ведущих утренней программы [Электронный ресурс] // Tvkinoradio.ru : Профессиональный портал для работников теле- и радиовещания. 2015. <http://tvkinoradio.ru/article/article2681-nespyashie-v-efire-sekreti-vedushih-utrennej-programmi>.(дата обращения 28.12.2015).

популярна передача среди молодежи до 19-и лет (7%). Это объясняется ставкой программы на информационный аспект. Среди достоинств передачи респонденты отмечают региональный блок новостей и информационную насыщенность. «Большинство утренних программ, выходящих на общенациональных каналах, стараются публику развлечь, наша же главная задача — максимальное и серьезное информирование зрителя. — отмечает бывший ведущий «Утра России» Эрнест Мяцкевичус³⁸. По словам журналиста, потенциальная аудитория программы — это энергичные, деловые зрители, цель которых: максимально оперативно и доходчиво получить необходимую информацию во время сборов на работу. Исходя из вышеприведённых данных, отметим, что, несмотря на наименее популярное время выхода программ в эфир, их аудитория является достаточно обширной и разнородной.

1.2. Жанрово-тематические особенности утреннего шоу

Утренний эфир в большинстве своем позиционирует себя как «инфотейнмент» (развлечение путем информирования), с учетом этого, необходимо выяснить, что из себя представляет этот принцип подачи материала, и как он отражается на рубрикации шоу. Характерными чертами инфотейнмента в шоу программе, по мнению В. В. Зверевой³⁹ являются игра со зрителем, ирония, внешняя легкость и акцент на зрелищности, который достигается за счет динамизма, красоты сюжетов, сложного монтажа, скорости смены образов (как, например, в сюжете «Доброе утро» на Первом канале «Ее высочество Спичка» от 02.03.16 чтобы увлекательно рассказать об изобретении первой спички, применили метод докудрамы— документального фильма с игровыми элементами⁴⁰).

Инфотейнмент как явление сегодня представляет собой особый интерес

³⁸Петрова И. Новое утро «России» // Московский комсомолец: еженед. изд. №17114. 2002.

³⁹Зверева В.В. «Infotainment» на российском телевидении [Электронный ресурс].

и подробно изучается в трудах А. Г. Качкаевой, Л. М. Земляновой⁴¹ и других известных специалистов. Термин зародился в 80-е годы прошлого столетия в США. В свою очередь желание журналистов решить новые медиаэкономические задачи объясняется появлением инфотейнмента в России в 1990-е годы⁴². До сегодняшнего дня понятие «инфотейнмент» не имеет общепринятого определения. Так, например, С. К. Степанян⁴³ относит инфотейнмент к «формату».

Однако главная цель инфотейнмента не просто развлечь зрителя, а заинтересовать и удержать его у экрана как можно дольше. В этом уверен основоположник данного направления в России Леонид Парфенов. Журналист категорически не приемлет этот термин и утверждает: «Ведь это всего лишь означает, что она (программа) увлекательная и в этом смысле человека до известной степени развлекает. Мне кажется, что критерий может быть только один — смотрят или не смотрят. Вот и всё»⁴⁴. Уловить эту тонкую грань сложно. Так, например, сюжет «Почему акулы-людоеды доплыли до России» (от 11.08. 11) в программе «Доброе утро» набрал всего 39458 просмотров на официальном сайте программы, тогда как сюжет «Комбинезон за 15 минут» (24.05.11) почти 55 тысяч просмотров, хотя уступает первому по зрелищности. Понятие «интересная программа» — достаточно широкое. Как и условно определение интереса зрителя. Наиболее удачным критерием успешности применения инфотейнмента в программе

40 *Рабигер М.* Режиссура документального кино и «Постпродакшн». М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 1997. / Пер. А. Лыково. С. 77.

41 *Качкаева А. Г.* Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. ; *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

42 *Ильченко С. Н., Саблина А. Н.* Инфотейнмент и российский телевизионный дискурс: исторические предпосылки взаимодействия [Электронный ресурс] // Теория и практика современной журналистики. Вып. 19. Саранск, 2015. <http://journal.mrsu.ru/authors/sablina-aleksandra-nikolaevna>. Электрон. версия печ. публикации (дата обращения 07.05.2016).

43 *Степанян С. К.* [Формат телепрограммы как рыночный товар // Журналистика и медиарынок, № 4. М., 2006.](#) С. 42.

44 *Информация к развлечению // Искусство кино. периодич. изд. № 11. 2003.*

является рейтинг популярности каналов. Упор на развлечение чаще всего обоснован необходимостью привлечь как можно больше аудитории или же удержать настоящую. Отметим, что рейтинг среднесуточной доли исследуемых нами телеканалов по России (за период январь– февраль 2016) является наивысшим и равен 13,3 и 13,8 %⁴⁵.

Инфотейнмент «базируется на традициях интеллектуальной «игры», когда с помощью специальных приемов зритель незаметно втягивается в эвристический процесс⁴⁶» — утверждает Н. Н. Зорков. При этом исследователь не сводит инфотейнмент к непосредственной игре и видит игровое начало, например, в дроблении новости на ряд фактов и мнений. Так, например, в сюжете «У растений обнаружена нервная система» (от 20.11.12) в программе «Утро России» сообщается не только о способности растений чувствовать, но и способности защищаться. Зритель таким образом может видеть полную картину события. Игровая природа телевидения помогает не только уменьшить тревогу зрителя перед новой информацией, но и преодолеть разрыв между аудиторией и программой. Несмотря на это, С.Н. Ильченко отрицательно относится повсеместному к феномену игры на телевидении: «искусственность теледействительности маскируется игровыми элементами, лжеполемикой, вставными репортажами, графическими элементами, надуманными мизансценами в кадре»⁴⁷.

Надуманные мизансцены в кадре особенно очевидны, когда в эфире рекламируется тот или иной продукт. Н. Б. Картозия назвал рекламу в эфире убедительным, хоть и не самым приятным аргументом в пользу инфотейнмента.⁴⁸ По словам исследователя, на полтора часа эфирного

45[□] Среднесуточные доли телеканалов в Москве в % [Электронный ресурс] // Brandmedia.ru. http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425.html (дата обращения 10.04.2016).

46 Зорков Н. Н. Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] // Relga.Ru: периодич. интернет-изд. 2005. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.01.2016).

47 Ильченко. С. Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. С. 174.

48 Картозия Н. Б. Программа «Намедни»: русский инфотейнмент // Меди@льманах. Вып. 3. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 10.

времени рекламодатели требуют выхода 3-х рекламных блоков. Для сравнения: в программе «Доброе утро» на Первом канале на полтора часа приходится 7 рекламных блоков средней длительностью 2–3 минуты. В последнее время ведущие в прямом эфире перед выходом нового рекламного блока сами рекламируют продукт «Московская кофейня на паях» (эфир от 3.3.16). При этом общая длительность рекламы за полтора часа составляет в среднем 23 минуты. В программе «Утро России» на канале РОССИЯ1 (эфир от 3.3.16) за полтора часа проходит 5 рекламных блоков средней продолжительностью 3–4 минуты, при этом во время интервью с гостями камера часто и продолжительно (в среднем по 4 секунды) фокусируется на рекламных товарах на столе. При этом рекламный продукт всегда можно увидеть в кадре, причем так, чтобы легко читалась торговая марка. В итоге, длительность рекламных блоков на канале РОССИЯ1 составляет 24 минуты.

Поиск оптимального количества утренних рубрик оказался камнем преткновения для утренних программ на Первом канале и РОССИИ1. Именно из-за них программы претерпели ряд существенных изменений. Всего за годы существования утренних шоу на канале РОССИЯ1 сменилась 21 рубрика, на Первом — 30. Трансформация блоков была связана не только с финансовыми трудностями (после ухода «Утра России» в 1999 году от поддержки телекомпании ВИД, ряд блоков заменился на менее затратный: мультфильмы, архивы развлекательных передач, музыкальные клипы), но и с предпочтениями аудитории (блоки криминала, здоровья и т.п.) Так, например, в начале 2000-х в рамках программы запустили скандально известные «Семейные новости» Валерия Комиссарова: «особенно гордятся авторы своими сюжетами, каждый из которых непременно становится настоящим маленьким шедевром. Например, сюжет о том, что солдаты перешли на другую модель нижнего белья — теперь вечные «семейники» заменили на элегантные плавки. Ну чем не новость для всей семьи»⁴⁹. Примечательно, что

49[□]«Семейные новости» целый год обманывают зрителя [Электронный ресурс] // KP.RU :ежед. интернет-изд. 2001. <http://m.kp.ru/daily/22500.5/7879/> (дата обращения 27.12.2015).

в первый выпуск обеих программ были включены рубрики, которые входят в эфирную сетку до сих пор: новостной блок, новости экономики и спорта, прогноз погоды, встреча с гостями студии.

Сегодня в «Доброе утро» на Первом канале входит 26 постоянных рубрик. У каждой из них есть заголовок, но предельно простой и, в некоторой степени, разговорный: «Про любовь», «Про еду», «Всякие хитрости» и так далее. В свою очередь канал РОССИЯ1 отказался от четкой рубрикации. «Честно сказать, мы отошли от рубрик. У нас нет рубрик как таковых, у нас сюжеты, – рассказывает ведущий «Утра России» Андрей Петров. — Поэтому, если какие-то есть проблемы, то мы с ними пытаемся по мере своих возможностей разобраться. Если это вводить просто ради того, чтобы это была детская рубрика – ну, не совсем это наше»⁵⁰. При этом условно сюжеты можно разделить на ряд блоков, среди которых, помимо основных, есть медицина, спорт и даже рубрика с рецензиями на новые мультфильмы.

Темы исследуемых нами рубрик относятся к так называемой досуговой журналистике. По словам К. Е. Виноградовой, досуговые СМИ «удовлетворяют разнообразные информационные потребности человека, передают культурные ценности и нормы, стереотипы, модели поведения»⁵¹. В зависимости от формата и направленности программы, удовлетворяются потребности низшего порядка (к ним относятся потребности в развлечении, продолжении рода и т.д.) и высшего порядка (мировоззренческие, духовные).

Автор исследования предлагает классифицировать утренние рубрики на основании типологии досуговых СМИ, представленной И. Н. Блохиным⁵². Она основана на структурировании досуговой информации. Всего три группы: досугово-деятельностные СМИ, досугово-просветительские СМИ и досугово-развлекательные СМИ.

⁵⁰Секреты утреннего телевидения: «20 лет программы «Доброе утро». [Электронный ресурс].

⁵¹Виноградова К. Е. Подготовительный этап творческой деятельности журналиста // Журналистика сферы досуга. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 143.

⁵²Блохин И.Н. Характеристики аудитории СМИ // Медиа. Демократия. Рынок. Часть 2. Функционирование СМИ в сфере досуга. СПб.: Астерион, 2010. С. 31.

К первой группе, досугово-деятельностным СМИ относят информацию, направленную на деятельностное проведение досуга. В нее входит такое направление как хобби журналистика. Можно выделить два основных направления журналистской работы: личность человека, который занят каким-либо увлечением, и само хобби как явление⁵³. Хобби-сюжеты, удовлетворяя интересы зрителя, реализовывают их творческий потенциал. К таковым, например, относится блок «Между тем»⁵⁴ на Первом канале. В большей степени он посвящен детальному рассказу об увлечениях и необычных профессиях: будь то мастер по искусству трафаретной росписи или кукольник. Такие сюжеты обычно представляют собой репортажи, в котором корреспондент пробует в себя той или иной профессии. Так, корреспондент «Доброго утра» (18.02.16) рассказывает о плетении вологодского кружева. Также, среди хобби увлечений в программу отбираются для показа наиболее необычные и демонстрируются в виде сюжета-эксперимента: так, шоппинг-хобби был проверен корреспондентом экспериментально (24.03.16). В то же время на канале РОССИЯ1 хобби-журналистика наиболее ярко представлена в виде авторского ежедневного репортажа Ивана Зенкевича, лично тестирующего новинки автомобилей.

Также, тематически группа досугово-деятельностных СМИ включает в себя прагматическо-познавательную журналистику. В передачах этого направления акцент падает на ценностный аспект информации и представляет собой «все то, что имеет для каждого человека «субъективную значимость в качестве цельного мира»⁵⁵. Блоки носят наглядно-иллюстративный и консультационный характер.

⁵³Почкай Е. П. Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2016. С. 221.

⁵⁴Между тем. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r126 (дата обращения 02.02.2016).

⁵⁵Бергер П., Лукман Т. [Berger P., Lukman T.] Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. С.17.

Консультация на утреннем шоу сводится к ряду аспектов⁵⁶:

а) эстетизация внешнего вида человека и окружающего его мира; к ней относятся рубрика «Мода» в программе «Доброе утро» — проект с постоянно ведущей Ольгой Никищевой, представляющий собой мастер-класс по созданию одежды и других предметов гардероба из подручных материалов: в них предлагается, например, сделать кофту из платка или жилетку из обрезков⁵⁷. При этом, в сюжете всегда представлена детальная схема, а также наглядная демонстрация процесса создания наряда. Эстетизации окружающего пространства в свою очередь посвящены сюжеты рубрик «Всякие хитрости» и «Полезные советы», которые также всегда демонстрируются в виде мастер-классов. Например, советы о том, как правильно выбрать и повесить рулонные шторы (08.02.16).

б) служебно-сервисная журналистика (представляет собой позитивно-житейский опыт); отличается от предыдущей категории тем, что направлена на улучшение здоровья человека, условий его проживания. На Первом канале этому посвящено большинство рубрик программы «Доброе утро». Среди них: «Самооборона» (наглядный мастер-класс от профессионала, показывающего — как защититься в случае, если произошло нападение. Направлен на женскую аудиторию и представляет собой реконструкцию событий с участием «жертвы»), «Про здоровье» (топовая ежедневная рубрика, в виде репортажей, подробно рассказывающих о новых технологиях проведения операций, внедрения лекарств, а также предотвращении мошенничества, связанного с лечением) и «ОТК» (авторский блок Антона Привольного — дегустация товаров народного потребления, начиная от момента их создания на фабрике). «Центральным каналам беззаботность дается трудновато, поскольку они помнят о своей высокой миссии держать руку на пульсе

⁵⁶Почкай Е. П. Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга. СПб.: Высш.шк. журналистики и массовых коммуникаций. 2012. С. 189.

⁵⁷Мода. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r84 (дата обращения 02.02.2016).

глобальных общественных проблем. Отмечает журналист Екатерина Сальникова —И вот Первый канал рассказывает о настоящем и поддельном сливочном масле, пытаясь придать этой теме публицистическую остроту, снимая магазинный прилавок с брикетами масла, большим ножом и номером госта на упаковке»⁵⁸. На канале РОССИЯ1 обычно служебно-сервисная журналистика представляется в репортаже, после чего серьезно обсуждается с гостем-экспертом, приглашенным в студию: так, в программе от 01.04.16, в связи с военным призывом, после обзорного репортажа, гость студии вместе с ведущими советовал родителям призывников, как лучше подготовить своих сыновей к службе.

в) правовая журналистика: не менее распространенные досугово-деятельностные СМИ в утреннем эфире. Этому вопросы на Первом канале посвящена отдельная рубрика «Адвокатские истории»⁵⁹, в которых в игровой форме зрителям с участием актеров даются советы о том, как поступить в той, или иной юридически-сложной ситуации. Такие ролики представляют собой мини-расследования преступлений со включенным комментарием настоящего юриста. На канале «РОССИЯ1» правовая тематика является одной из наиболее популярных в утренней программе. При этом, чаще всего сюжеты представляют собой проблемные репортажи, наиболее дискуссионные из которых затем обсуждаются с гостем в студии. Таким, например, был сюжет о домохозяйках (01.04.16), о вычете месячной ставки труда мнимой тунеядки.

Ко второй группе, согласно классификации И. Н. Блохина, относятся досугово-просветительские СМИ. Функция такого блока — удовлетворение познавательных интересов зрителя, стимул которых в «радости узнавания и открытия нового»⁶⁰. К таковым, например, относятся рубрики на Первом канале «Про культуру» (блок,

58Сальникова Е. По эту сторону прайм-тайма [Электронный ресурс] // Взгляд: ежед. интернет-изд. 2005. <http://vz.ru/culture/2005/12/1/14346.html> (дата обращения: 13.01.16).

59Адвокатские истории. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r75 (дата обращения 02.02.2016).

60Блохин И.Н. Характеристики аудитории СМИ. С. 31.

освещающий не только новинки театральных постановок, но и юбилеи уже ушедших актеров театра и кино), а также «Это кино» с постоянной ведущей Екатериной Мцатуридзе⁶¹. В нее входят обзор новинок кино и мультипликации, еженедельный обзор результатов сборов в кинотеатрах в России и за рубежом, включающий авторское мнение, а также репортажи, посвященные дню рождения того или иного актера или режиссера. Так, например, сюжет (03.02.16) был посвящен актрисе театра и кино Вере Глаголевой, включающий не только интервью с юбиляршей, но и обзоры ее наиболее удачных картин. На канале РОССИЯ1 так же есть блок, представляющий собой обзор на новинки кино– и мультипроизводства, однако у него нет постоянного ведущего. Помимо этого, в «Утре России» есть авторский обзор вышедших в продажу букинистических новинок.

Что же касается рубрик, посвященных науке, то в программе «Доброе утро» они представлены в виде сюжетов, разбитых на ряд блоков. Среди них «С миру по нитке» (краткий обзор уникальных событий со всех концов света: человек-дерево, пони-целитель, праздник Холи⁶²) и «Неопознанное» (репортажи о новых изобретениях, открытиях медицины, науки и техники. Иногда демонстрируются репортажи с моделированием ситуаций в случае, если на планете закончится нефть, или на Марсе найдется жизнь⁶³). «Утро России» так же освещает новые научные открытия, однако, если это новость представляют собой открытие мирового масштаба, как, например, новые данные о таянии льдов, то она подается в виде обзора от лица ведущих. В случае, если это открытие российских ученых, то информация предоставляется в виде репортажа с места события: так, сюжет о новом способе утилизации мазута был снят в научной лаборатории Новосибирска (01.04.16).

61Это кино. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r135 (дата обращения 02.02.2016).

62С миру по нитке. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r79 (дата обращения 02.02.2016).

63Неопознанное. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. http://www.1tv.ru/video_archive/projects/dobroeutro/r92 (дата обращения 02.02.2016).

Наконец, в третью группу досугового контента входят досугово-развлекательные СМИ. Они ориентированы на массовую аудиторию. Их цель — сделать ее максимально широкой. Такие СМИ иначе можно назвать досугово-релаксационными. Рубрики данного направления популярные в «Добром утре» и направлены на женскую аудиторию: «Про любовь» (репортажи об отношениях влюбленных, начиная от сюжетов о пользе ссор, заканчивая серьезными, касающимися частоты разводов, родов вместе с супругом. Каждый сюжет сопровождается практичным советом психолога), «Звездная жизнь» (краткие сюжеты, с легкой иронией рассказывающие о новостях, происходящих в семьях мировых знаменитостей). Одной из наиболее популярных рубрик «Доброго утра» является «Гороскоп» — ежедневный показ грядущих событий для разных знаков зодиака, представленный в виде ярких сцен-реконструкций. Рубрика вызывает большой ажиотаж среди аудитории: «У меня постоянные проблемы в семье из-за вашего гороскопа, — возмущается зрительница. — Знаю, что пишется гороскоп не астрологами, поэтому очень прошу Вас обратить внимание на то, что Водолеи тоже могут быть верными и деловыми»⁶⁴. Так, согласно данным исследовательского центра SuperJob.ru⁶⁵, 26% респондентов назвали ее одной из основных причин просмотра программы по утрам. Высокая популярность гороскопов обусловлена эффектом Форера Барнаула: описания гороскопов всегда даются в обобщенном виде, что позволяет применить их по отношению к любому зрителю⁶⁶.

В программе «Утро России» досугово-развлекательные СМИ чаще всего представляют ироничные краткие обзоры ведущих новых «открытий британских ученых». Так, например, (01.04.16) в эфире программы Денис Стоков и Елена Николаева рассказывали об исследованиях

64Отзывы о телепрограмме «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Spr.ru: справоч. предприятий по мск. <http://www.spr.ru/otzyvy/dobroe-utro.html> (дата обращения 03.02.2016).

65Рейтинг утренних телевизионных программ [электронный ресурс] // SUPERJOB.RU : Исследовательский центр.

66Калита В.В., Гайдай А.С. Эффект Барнума // Вестник Северо-Восточного государственного университета. Вып. 16. Магадан, Изд-во СВГУ, 2011. С. 12.

социологов, нашедших причину измен мужей своим женам, а также о новом открытии ученых, позволяющем контролировать ген роста человеческих зубов. По мнению Д. Брайанта⁶⁷, юмор употребляется в массовых коммуникациях не только как способ поднятия настроения, но и как источник улучшения имиджа ведущего в глазах зрителя, а также способ убеждения: желание прислушаться к человеку с хорошим чувством юмора увеличивается.

Необходимо упомянуть и об отдельной рубрике утренней программы — новостях, появляющихся в обеих программах каждые полчаса. Причем, в отличие от Первого канала, в программу РОССИЯ1 включены также и новости регионов. Новостная рубрика не входит в досуговый блок информации. Утренние новости, по мнению Э. Фихтелиуса⁶⁸, должны быть не только свежими, кардинально важными и увлекательными, но и желательно, чтобы они не повторялись. К слову, так как рубрика новостей обычно длится не более пяти минут, из программы исключены репортажи. Они заменены сюжетами без закадрового текста, обычно длящимся не более минуты. Стоит отметить, что установка утреннего эфира на развлекательность не распространяется на блок новостей, что приветствуется далеко не всеми зрителями: «Каждое утро стал переключаться с Первого канала в поисках более оптимистичной передачи», — пишут на форуме «Доброго утра», — сколько можно показывать реальные сцены насилия, катастрофы, убийства?»⁶⁹. Однако автору исследования кажется логичным: несмотря на то, что утренняя программа предполагает позитивный настрой, сообщать о важных мировых событиях необходимо, новостную сетку нельзя составлять, исходя из времени суток. Таким образом, мы можем наблюдать (См. Приложение В), что на Первом канале в программе «Доброе утро» представлено большее количество досугово-развлекательной

⁶⁷Брайант Д. Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., СПб., Киев, 2004. С. 379.

⁶⁸Фихтелиус Э. 10 заповедей журналиста. Стокгольм: FaltheTryckeri. 1999. / Пер. В. Менжун. С. 13.

⁶⁹Форум. Доброе утро // 1tv.ru : офиц. сайт Перового канала. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/1609/page-17> (дата обращения 03.01.2016).

информации, чем в программе на канале РОССИЯ1. При этом, досуговый блок Первого канала тематически более разнообразен. В свою очередь, «Утро России» неизменно, с момента своего появления, делает упор на информационную и аналитическую составляющей. Этим и объясняется разница в сформировавшихся аудиторных группах обеих программ: на Первом канале преобладают зрители женского пола (ставка на чувственный аспект), на РОССИИ1 – мужского (ставка на прагматический аспект).

Также можно отметить, что утренний эфир представляет собой сложную нехудожественную форму с набором индивидуальных информационно-развлекательных функций, обладающий ярким заголовком и хронометражем с четкой выстроенностью сетки, особенность которой: рециклинг сюжетов.

ГЛАВА 2. Выразительные средства программ "Утро на Первом"

(Первый канал) и "Утро России" (РОССИЯ1)

2.1. Образ и функции ведущего в сетке вещания

В предыдущей главе мы выяснили, что ведущий утреннего канала – это не столько элемент студийной картинке, сколько модератор эфира. Рассмотрим данную категорию более подробно.

С недавнего времени ведущие утреннего эфира на Первом канале и РОССИИ1 за редким исключением ведут программу в паре. Это нововведение имеет оправданную цель создания более непринужденной обстановки в студии за счет распределения ролей. «Новая программа, новый формат, все непривычно, – рассказывает ведущая «Утра на Первом» Марина Ким, — мне очень помог мой соведущий Тимур Соловьев: постоянно шутил, чтобы я почувствовала себя комфортней, «страховал», если вдруг с непривычки запинаясь, подсказывал какие-то моменты»⁷⁰. Диалогическая форма общения уже давно превалирует в утреннем эфире Первого канала и РОССИИ1. По мнению исследователя Н. Ю. Янчевой⁷¹, диалог облегчает процесс усвоения информации зрителем. Обратим внимание, что программу всегда ведет разнополая пара. Таким образом утренний эфир расширяет свою аудиторию (мужчинам, как правило, приятнее смотреть на ведущую-девушку), а также позволяет взглянуть на затрагиваемые в программе проблемы с разных сторон. Опыт проведения утреннего шоу только женским коллективом в 1998 году оказался отрицательным: появление в эфире программы нового формата, да и еще под исключительно женским руководством, породило внимание со стороны прессы. Корреспондент газеты «Русский телеграф» Урате Гураускайте посчитала новую программу феминистической: «Обычно же наше законопослушное телевидение тщательно соблюдает соотношение полов на экране. И все же две ведущих — "душки" в одном эфире — это ново, — уверена журналистка. — Видимо, их появление в эфире можно расценивать сегодня как вызов наделенным

⁷⁰Лантева Ю. Неспящие в эфире. Секреты ведущих утренней программы [Электронный ресурс].

⁷¹Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью: автореф. дисс.канд. филол.наук. Воронеж, 2011. С. 3.

высокой властью мужам, совсем развалившим страну и домашний очаг»⁷².

Работа в разнополой паре позволяет более креативно подходить к вопросу «бодрящего» утреннего канала. Так, в эфире программы «Утро России» ведущие каждый день разыгрывают в студии небольшие сценки, так называемые игровые анонсы, раскрывающие основную тему выпуска: например, в эфире, посвященном легкой промышленности (25.02.2014), Ирина Муромцева и Владислав Завьялов развешивали в студии простыни и полотенца на просушку, а в программе о государственной поддержке многодетных семей (7.12.2015) Денис Стойков и Елена Николаева предстали в образе родителей троих новорожденных. Однако парный утренний эфир требует особой подготовки и удается далеко не всем, «руководителям программы надо готовить ведущих к общению, примерно, как космонавтов готовят к совместному полету»⁷³. Умение слушать и слышать напарника – один из ключевых залогов успеха. Так, соведущие на Первом Анастасия Трегубова и Роман Будников вместе выглядят гармонично, находятся в одном темпо-ритме, вступают друг с другом в импровизированный диалог, общаются эмоционально и в то же время не наигранно (эфир от 04.01.2016). Создается ощущение спокойной дружеской беседы, интересной им обоим.

На канале РОССИЯ1 в эфире работают три сформировавшиеся пары, однако, в отличие от коллег, они выглядят, на наш взгляд, более зажатыми и скованными в общении друг с другом. Так, Елена Ландер и Владислав Завьялова в программе «Утро России» диалога между собой они практически не ведут, импровизация в речи отсутствует, отчего у аудитории не остается сомнений, что весь текст читается по сурфлеру. «Ни капли эмоции ни на лице, ни в глазах, какую бы новость она не говорила, на лице абсолютная маска равнодушия, – пишут на официальном форуме канала РОССИЯ1 о Елене

⁷²Гураускайте У. Спокойной ночи, Россия! // Русский телеграф. № 161. 1998.

⁷³Зверева Н. В. Школа тележурналиста. С. 61.

Ландер. — Да и Владиславу Завьялову, видно не нравится с ней работать»⁷⁴.
Как итог — зритель переключает канал.

Но и не лучше бывает, когда оба ведущих чересчур разговорчивы и эмоциональны. На это обратила внимание журналистка «Новой газеты» Ирина Мишина, упомянув факт из истории программы «Доброе утро»: «Во время торопливого диалога пары Стриженовых с изобретателями первого в России реактивного самолета я не услышала ни одного ответа приглашенных в студию: их упорно глушили ведущие, затеявшие под конец какой-то диспут друг с другом. Очевидно, имеет смысл разбивать эту пару»⁷⁵.

Если же экспрессивен только один напарник, то он подавляет своего собеседника. Так, эмоциональная Светлана Зейналова, выступающая в «Утре на Первом» в паре с Тимуром Соловьевым, вызывает у зрителей немало критических откликов на официальном форуме Первого канала⁷⁶. Из 38-и сообщений 26 — негативные: «Светлана Зейналова мне не очень нравится. Она перебивает своего партнера, доминирует, а все хорошо в гармонии». Особое внимание зрители уделяют ее типу: «Зейналова очень похожа на мужчину, когда она работает в паре с мальчиком-ведущим, то он смотрится на её фоне женственно, а она мужиковато».

Научиться качественному утреннему ведению программы сложно. Ведущим необходимо не только уметь «работать» друг на друга, но и внешне не выглядеть разрозненно. Главное и незыблемое правило при этом – правило соответствия. Непосредственность ведущих при ведении утреннего эфира создает «эффект присутствия». Достигается это прежде всего благодаря узнаваемому ведущему, не устанавливающему преград между собой и аудиторией. Но, к сожалению, с этой задачей не всегда справляется Юлия Зимина, актриса театра и кино, ведущая программы «Доброе утро» с 2010

⁷⁴Замена Ландер [Электронный ресурс] // Форум. Утро России. 2015. http://russia.tv/forum/messages/theme_id/107832/page/5/ (дата обращения 04.01.2016).

⁷⁵Мишина И. Как я была «жаворонком» // Новая газета: периодич. изд. № 89. 2003.

⁷⁶Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/1609/page-15> (дата обращения 26.01.2016).

года. Ее холодность и сдержанность отталкивают аудиторию. Некоторые зрители уличили ведущую в предвзятости: «Юлия Зимина интересовалась у своего собеседника-гостя, как же ситуация с Украиной-Крымом повлияет на её личный кошелёк, — пишут на форуме Первого канала. — Так противно и активно интересовалась. Даже прорезались какие-то человеческие нотки в голосе, хотя всегда была куклой и роботом»⁷⁷.

Однако, стоит отметить, большинство ведущих вызывают у зрителей искренние симпатии: «Выберите ведущего или ведущую, которые хорошо известны нам — зрителям, —призывали зрители форума «Доброго утра» после ухода из программы Бориса Щербакова, — которых мы любим, и которых могут любить наши семьи!»⁷⁸. О важности данного нюанса говорит и руководитель новостного блока «Утра России» А. Воронченко: «Самое главное, что в кадре утром остаются любимые ведущие. У Игоря Дерюгина, Насти Чернобровиной, Кристины Аристовой, Владислава Завьялова есть огромное количество поклонников и поклонниц, которые, конечно, не допустили бы их исчезновения из кадра»⁷⁹. За годы существования программ «Доброе утро» и «Утро России» их ведущими были Дмитрий Дибров, Евгений Киселев, Андрей Малахов, Кристина Арестова и многие другие известные личности.

Но есть и обратная сторона у домашнего стиля. К ней, как мы уже выяснили в первой главе, относится сложность соблюдения объективности и сохранения дружеской атмосферы. Ведущая программы «Утро России» Ирина Муромцева, покинувшая программу в 2014 году, известна, например, своей строгостью и жёсткостью. На форумах РОССИИ1 ее называют «сварливой женой на своей кухне»⁸⁰. Так, в эфире от 31.08.13 она повздорила

⁷⁷Ф о р у м . Д о б р о е у т р о [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/page-41> (дата обращения 26.01.2016).

⁷⁸Там же.

⁷⁹Особое мнение [Электронный ресурс] // Радио России : офиц. сайт радиост. http://www.radiorus.ru/brand/episode/id/57072/episode_id/915184/ (дата о б р а щ е н и я 26.01.2016).

⁸⁰Ф о р у м . У т р о Р о с с и и [Электронный ресурс]// РОССИЯ1.http://russia.tv/forum/themes/forum_id/1/ (дата обращения 10.02.2016).

со своим напарником Владиславом Завьяловым из-за сюжета о не вовремя доставленных подарках. Ведущие перешли на личные упреки, словно забыв о том, что сидят в студии: «Не заставляй только в картонную коробку лезть, Слав, прошу, вот без экстрима!»

По мнению зрителей, более дружелюбной следует быть также Юлии Зиминной, ведущей «Доброе утро» на Первом канале. В программе от 21.09.11 она достаточно фамильярно обращалась с гостем студии Иваном Замотаевым и не скрывала своего ироничного отношения к актеру: «Наверное, после этого конкурса многие думают, что вы и по жизни так сыплете шутками, все время смеетесь, хохочете...» (эфир от 21. 09. 2010). В ее устах это замечание было неудачным. Зрители на форуме Первого канала обвинили Юлию Зимину: «Очень раздражает дурацким смехом не к месту»⁸¹.

Но, тем не менее, основная примета домашнего стиля — спокойный темп речи ведущих утреннего эфира. Наиболее выдержанным темпом обладают ведущие-мужчины: Тимур Соловьев («Утро на первом») и Андрей Петров («Утро России»). «Тараторят» чаще всего вновь прибывшие ведущие. Например, Дильбар Файзиева, появившаяся в программе в 2014 году, первое время быстро отчеканивала свои подводки. Видимо сказалось прежнее место работы в информационных программах.

При этом, не стоит забывать и чувстве такта. Особое внимание обратила на неформальное поведение ведущих во время интервью с поэтом Геннадием Айги журналистка газеты «Труд» Антонина Крюкова. Она пишет об одной из ведущих программы, которая, «упиваясь собственной осведомленностью, вместо того чтобы в кои-то веки дать возможность зрителям послушать поэта Геннадия Айги (который, как известно, живет не в Москве и бывает здесь раз в год), позволила себе пространно высказаться по поводу его творчества — самому же гостю едва хватило времени, чтобы прочесть несколько строк из своих стихов»⁸².

81Ф о р у м . Д о б р о е у т р о [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/> (дата обращения 28.01.2016).

82Крюкова А. Утренний обход // Труд: периодич изд. № 113. 2000.

Телевидение — это, прежде всего, видение. А значит, телеведущего утренней программы всегда разглядывают. С этим утверждением согласна Н. В. Зверева и считает внешний аспект одним из важнейших: «Последите за собой: как вы реагируете на новое лицо на экране? Скорее всего, смотрите: как одет, сколько лет, улыбается или нет. А если на экране знакомый ведущий, то все равно первые секунды мы посвящаем обсуждениям: постриглась или нет, в каком сегодня она пиджачке, в каком настроении»⁸³. Действительно, форумы «Утра России» и «Доброго утра» наполнены темами, посвященными внешнему виду телеведущих. Так, например высказываются о ведущей рубрики «Это кино» на Первом Екатерине Мцатуридзе: «Не хватает гламура. Скучно одета. Лицо Первого канала должно блистать не только умом»⁸⁴. Особой критики удостоилась и Ирина Муромцева, бывшая ведущая «Утра России». Несмотря на преданность зрителей, ее то и дело критиковали на неопрятный внешний вид: «Муромцеву надо причесать нормально, а то тошно смотреть из-за нее программу». Из 86-и отзывов об Ирине⁸⁵, 27 были посвящены ее неухоженным волосам. Несмотря на кажущуюся мелочь данного аспекта, правильно смоделированный имидж телеведущего – это стабильность аудитории. Так, например, ряд исследователей относят имидж к продукции журналистской деятельности, товару, который по сути обладает «не только потребительской ценностью, но и целым рядом параметров, обеспечивающих саму возможность присутствия этого товара на рынке»⁸⁶. Особое внимание внешнему виду ведущего на экране уделили такие теоретики как Г. В. Кузнецов, И. И. Романовский, М. В. Григорян⁸⁷ и др.

В

⁸³Зверева Н. В. Школа тележурналиста. С. 61.

⁸⁴Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/> (дата обращения 28.01.2016).

⁸⁵Отзывы. Утро России [Электронный ресурс] // Tv.akado.ru : инф. портал. http://tv.akado.ru/programs/utro_rossii.html (дата обращения 22.01.2016).

⁸⁶Мельник Г. С., Виноградова К. Е., Лисеев Р. П. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. С. 16.

⁸⁷Григорян М. В. Пособие по журналистике. М.: Права человека, 2007.; Кузнецов Г. В. Критерии качества телевизионных программ. М.: Институт повышения квалификации

имидже ведущих утреннего вещания Первого канала и РОССИИ1 просматривается четкая ориентация на определенную аудиторию. Одежда smart casual (элегантный повседневный стиль), но не вычурная. Зрители каналов всегда на страже стиля ведущих. И даже указывают на промахи костюмера. Так, например, высказывались о недавно покинувшем эфир Первого канала Борисе Щербакове: «...конечно, есть женское «но»: его одевают в какие-то светлые рубашки и жилетки. А я бы хоть раз мечтала увидеть его в костюме»⁸⁸. К слову, имидж маловыразителен без учета мимики и жестов. Немало «утренних» ведущих отличаются излишней сдержанностью (Елена Ландер, Юлия Зимина). Чрезмерной жестикуляцией отличается, например, Светлана Зейналова («Утро России»), однако, есть зритель, который считает, что она ведет программу «с улыбкой, легкостью и душевной теплотой»⁸⁹.

Наконец, интонация – возможно, одно из главных свойств ведущего. Е. В. Емельянова считает⁹⁰, что она является несущей конструкцией имиджа ведущего. При правильной интонации у зрителя появляется желание вслушаться в текст. Она должна соответствовать теме и стилю вещания. Интонация — главная причина неприятия Арины Шараповой телезрителями «Доброго утра»: «У меня портится настроение, когда кривляющимся фальшивым голосом разглагольствует Шарапова. Нормальному человек очень тяжело переваривать ее неправильную интонацию»⁹¹. Неправильные смысловые ударения в речи, привели к тому, что ведущую воспринимают как неискреннего, скучающего сотрудника. А из-за «взвизгивающего голоса»

работников телевидения и радиовещания, 2002; *Романовский И. И.* Без права на дубль. М.: Искусство, 1986.

88Форум Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/> (дата обращения 29.01.2016).

89Отзывы о телепрограмме «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Spr.ru :справоч. предприятий по мск. <http://www.spr.ru/otzyvy/dobroe-utro.html> (дата обращения 29.01.2016).

90Емельянова Е. В. Подготовка к передаче и работа у микрофона // О культуре и логике речи. М.: Научно-методический отдел Государственного комитета по радиовещанию и телевидению, 1978. С. 17.

91Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/> (дата обращения 15.02.2016).

ведущей «Утра России» Юлии Алексеенко многие зрители отказались смотреть передачу: «Конкуренты могут получить премию — я ушла на Первый канал!», — так завершил зритель свой критический отзыв на форуме⁹². Особое отношение у аудитории к ведущей Первого канала тактичной и интеллигентной Ларисе Вербицкой. Ушедшей из эфира в 2014-м. По мнению зрителей, от ее интонации исходит тепло: «Она придавала особую атмосферу этой программе: красивая полуулыбка, приятный голос делали своё дело»⁹³. Одной из главных задач ведущего утреннего эфира является работа с гостями студии. В обеих исследуемых автором передачах эта рубрика является одной из составляющих. Принципиальное отличие программы Первого канала от программы РОССИИ1, заключается в том, в каком формате проводится беседа с героем. В эфире «Утра России» чаще всего появляются эксперты: чиновники, председатели комитетов, врачи (см. Приложение А) с конкретно поставленной целью: разобрать остро стоящую социальную проблему. «Ведущие “Утра” не станут статистами с единственной репликой: “Вести” поданы», — говорит о формате программы Эрнест Мяцкевичус⁹⁴. — Они будут комментировать главные новости наступающего дня, “допрашивать” гостей в студии “Россия” и прикрывать собой все огрехи, от которых, увы, никто не застрахован в прямом эфире». Подобная тактика, выбранная ведущими, сохраняется до сих пор.

В данном случае наиболее оптимален жанр интервью-допроса, требующий четкого ответа на поставленный вопрос. С одной стороны, очевидно, что вопросы, касающиеся преступлений коллекторских агентств или отсутствия бесплатных лекарств для больных онкологией заслуживают серьезного подхода. Отсюда и ведущие ведут себя достаточно жестко. Так, например, Елена Николаева и Денис Стойков в

⁹²Там же.

⁹³Доброе утро на Первом. Отзывы [Электронный ресурс] // Otzyv.pro: инновац. сайт отзывов. <http://otzyv.pro/reviews/otzyvy-dobroe-utro-na-pervom-94671.html> (дата обращения 02.02.2016).

⁹⁴Петрова И. Новое утро «России» // Московский комсомолец: еженед. изд. №17114. 2002.

интервью с доктором экономических наук В. Гришиным (от 11.12.15) несколько раз возвращались к вопросу незаконного действия страховых компаний по отношению к пациенту, несмотря на то, что герой уходил от ответа. В итоге и гость, и ведущие пришли к общему важному выводу: «-То есть, все дело в коррупции, получается? –Железно! Каждый из нас, обращаясь в медицинское учреждение, пострадает точно» (эфир от 11.12.2015).

С другой стороны, по мнению части аудитории на форуме, телеведущие все чаще, что называется, «перегибают палку», не дают герою объяснить ситуацию и ведут себя некомпетентно: «постоянно перебивают гостей студии, не дослушав их до конца, говорят какую-то чушь, ведут себя как на посиделках в кабаке. Зачем тогда приглашать гостей в студию, если Вы не даете им ответить нормально на заданные Вами вопросы?»⁹⁵. При том, что информация, которую освещают ведущие, сложна для восприятия, тем более в утренний период времени. Утренний эфир прежде всего, выполняет функцию «фона», аудитория обычно запоминает не более 70% увиденной информации и только 20% — услышанной⁹⁶. Зритель не располагается на диване, чтобы внимательно выслушать постановления и внедрения законопроектов. Соответственно, как бы громко ни спорили ведущие с гостями в эфире, скорее всего, зритель запомнит только агрессивно настроенных ведущих. Важным моментом сохранения доверительной обстановки в программе «Утре России» является положение гостей по отношению к ведущим — полубоком, Д. А. Муратов называет такую мизансцену «дугой комфортной беседы⁹⁷» и считает ее эталонной.

В отличие от «Утра России», в «Доброе утро» ведущие и гости в менее комфортной для обеих позиции (почти в анфас к камере), однако это

⁹⁵Отзывы. Утро России [Электронный ресурс] // Tv.akado.ru: инф. портал.http://tv.akado.ru/programs/utro_rossii.html (дата обращения 27.12.2016).

⁹⁶Кандыба В. М. Криминальный гипноз. СПб.: Лань, 2001. С. 19.

⁹⁷Муратов Д. А. Диалог: телевизионное общение в кадре и за кадром. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 22.

практически не бросается в глаза непытливому зрителю. Темы для бесед на Первом канале кардинально отличаются от РОССИИ1 и носят рекреативный характер: юбилей артиста, победа в проекте Первого канала и т.п. Беседа с гостем чаще всего используется либо с целью рекламы программ и премьеры сериалов эфирной сетки Первого канала, либо по случаю юбилея известной личности. Слабым местом такой беседы чаще всего является скудная информационная составляющая. Так, например, в интервью с фигуристкой И. Слуцкой (09.02.16) ведущие Тимур Соловьев и Светлана Зейналова задавали вопросы о том, каталась ли она на льду в центре Москвы в этом году, где устраивает пробежки по парку и как часто она смотрит программу «Доброе утро».

При этом телеведущие стараются беседовать не только с героем, но и друг с другом. В итоге диалог преобразовывается в полилог, как это было в программе (от 04.12.15), где гостем был В. Сюткин по случаю нового концерта в театре оперетты. Тогда интервью стало похоже на дружеский разговор о лучших шлягерах певца, при этом гость вместе Ольгой Ушаковой и Романом Будниковым спели несколько песен под гитару. «Почти все гости в нашей программе — интересные, творческие люди, с которыми приятно общаться. - признается ведущая «Доброго утра» Марина Ким. — Если честно, даже не могу выделить кого-то одного. Бывает, кстати, что мы сами предлагаем людей, которых можно пригласить»⁹⁸. М. М. Лукина рассматривает данный вид беседы как креативное интервью. Его особенность заключается в том, что ведущие перестают быть посредниками, а вместе с героями выступают в диалоге на равных. Для успешной реализации такого продукта необходим не только профессиональный опыт интервьюера, но и правильно подобранный гость, «с помощью которого в силу его способностей, поступков или социального положения журналисту удастся

⁹⁸Лантеева Ю. Неспящие в эфире. Секреты ведущих утренней программы [Электронный ресурс] // Tvkinoradio.ru: Профессиональный портал для работников теле- и радиовещания. 2015. <http://tvkinoradio.ru/article/article2681-nespyashie-v-efire-sekreti-vedushih-utrennej-programmi>.(дата обращения 28.12.2015).

выйти на глубокий уровень обобщений, увидеть в проблеме драму, а в персональной судьбе — общечеловеческое начало»⁹⁹. Этот жанр хорош своей простотой и предполагает не столько интервью, сколько разговор по душам. В утренних программах исследуемых нами каналов за каждой парой ведущих закреплен определенный день недели (на канале РОССИЯ1) или целая неделя (на Первом канале). Такой график выстроен не только с целью отдыха. Это позволяет аудитории выбирать: с каким каналом он будет встречать новый день. Сетка вещания утреннего канала выстроена таким образом, чтобы каждый зритель нашел «своего» ведущего, так как каждый из них обладает индивидуальными особенностями.

Возьмем, к примеру, ведущую утреннего телеканала «Доброе утро» на Первом Арину Шарапову. Она ведет передачу более 20-и лет и ей, как наиболее опытному журналисту, часто доверяют право вести в одиночку самый сложный эфирный день: понедельник. Позитив ведущей – ее визитная карточка. Арина Шарапова одна из немногих ведущих утреннего эфира, которая ведет себя спокойно и дружелюбно. Не перебивает гостей, приглашенных в студию и не бывает нетактичной в комментариях к сюжетам. СМИ считают ее и Ларису Вербицкую наиболее тактичными среди ведущих в беседе с героями¹⁰⁰. Стоит отметить, что на форумах «Доброго утра» к творчеству Арины Шараповой нет равнодушных, при этом аудитория поделилась на две категории: тех, кто ради нее смотрит передачу: «Если ведущие Борис Щербаков или Арина Шарапова— хочется смотреть программу от начала и до конца»¹⁰¹, и тех, кто, при виде нее переключает канал на другую программу: «Если вижу эту «пензионерку телевидения» Арину Шарапову, день испорчен с самого утра». По словам, Арины Шараповой, для нее «Доброе утро» — это политика позитива. И, как бы то ни было, Арина Шарапова стала номинантом премии ТЭФИ как лучший ведущий утренней программы.

⁹⁹Лукина М. М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 10.

¹⁰⁰Мишина И. Как я была «жаворонком» // Новая газета: периодич. изд. № 89. 2003.

¹⁰¹Там же.

Также стоит обратить внимание на ведущую программы «Доброе утро» Светлану Зейналову. Она появилась в утреннем эфире в 2011 году, однако, сразу была признана одной из самых ярких ведущих утреннего эфира. От ведущей исходит особая энергия, которая заряжает всех зрителей Первого канала. Ведущая признается, что такое настроение требует подготовки и особого настроения. Сначала в 5 утра ты появляешься в студии, «а потом как-то так по щелчку люди включаются, и начинается такой бодрок, активность. Ты сидишь, говоришь, веселишься, а потом привыкаешь»¹⁰².

По традиции, она выступает в паре с Тимуром Соловьевым. Для зрителей их сочетание — это тот самый утренний коктейль позитива: «самое то, что нужно с утраца»¹⁰³. Энергичность — ее главный конек. Ведущая часто вступает в импровизированный диалог с напарником и героем студии. Активность ведущей порой приводит к казусам: «Тимур Соловьев не понял, что он в эфире и продолжал выяснять у Зейналовой, клеит ли она ресницы... Она отрицала, а он уличал ее во лжи... Но потом спохватились, что уже пора вести программу...»¹⁰⁴. Но, как признается сама ведущая, ошибки в программе идут ей на пользу: «В этот момент выясняется, сколько людей тебя слушают или смотрят. Когда ты ошиблась, тебе тут же звонят и говорят об этом»¹⁰⁵. Телеведущая просматривает все передачи со своим участием, следит за своей жестикоманией и интонациями, учитывает ошибки и замечания зрителей на форумах, чтобы затем выйти в эфир уже без «ляпов».

Ведущие программы «Утро России» в целом отличаются от своих коллег большей строгостью и сдержанностью. Так, например, ведущая «Утра России» с 2002 года Анастасия Чернобровина признана одной из самых интеллигентных телеведущих утреннего эфира канала РОССИЯ1: «У нее

¹⁰² Конференция со Светланой Зейналовой // Первый канал. <http://www.1tv.ru/conf/295/p=2> (дата обращения 01.02.2016).

¹⁰³ Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/479/page-20> (дата обращения 10.02.2016).

¹⁰⁴ Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/page-42> (дата обращения 10.02.2016).

¹⁰⁵ Светлана Зейналова. «Мой самый строгий критик – я сама» // Первый канал. <http://www.1tv.ru/news/about/175962> (дата обращения 10.02.2016).

мягкий голос, она очень нежная и милая, она тактично не перебивает собеседника, даже если тот орет, — делятся впечатлениями зрители на форуме программы — а когда ее перебивает тот же Андрей Петров в передаче "Утро России" — она тактично замолкает и смотрит в его сторону, ну, как и должен делать вежливый человек»¹⁰⁶. Скромная и целеустремленная девушка также ведет свой проект на канале «Моя планета». После того, как она на непродолжительный срок покинула проект, аудитория РОССИИ1 пришла в негодование: «Действительно, смотреть без Насти Утро России не хочется, переключаем на 1 канал. Верните Настю»¹⁰⁷. При этом особое внимание аудитория уделяет внешнему виду ведущей, которая: «прекрасно выглядит, у которой всегда позитивные наряды, например, сегодня, цвета радуги, или вчера - небесно-голубой, у нее всегда тщательно подобранные аксессуары»¹⁰⁸.

В отличие от предыдущих коллег, ведущая «Утра России» Елена Николаева пришла в программу год назад, но сразу вызвала большой ажиотаж среди зрителей. Она позитивна и открыта, при этом слегка эпатажна, что привлекает не всех: «Стандартная, неинтересная, скучная, голос отталкивает!!! Пытаюсь вспомнить ее лицо и не получается, а все потому, что таких как она миллионы»,¹⁰⁹ — пишут зрители на страничке ведущей. При этом, в манере поведения ведущей просматривается новая школа: более легкий, свободный подход к ведению утреннего эфира, и в то же время напористость и жесткость (видимо, свое влияние оказала работа ведущей на канале РБК). Другие зрители признают, что начали смотреть программу только из-за появления в ней Елены Николаевой. Все чаще зрители программы выражают ей свою благодарность: «Дайте больше Елены Николаевой! Красивая, умная, грамотная. Правильные вопросы задаёт!

¹⁰⁶Отзывы о телепрограмме «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Spr.ru: справоч. предприятий по мск. http://www.spr.ru/forum_vyvod.php?id_tema=3357411 (дата обращения 10.02.2016).

¹⁰⁷Форум. Утро России [Электронный ресурс] // РОССИЯ1. http://russia.tv/forum/messages/theme_id/137174/ (дата обращения 29.01.2016).

¹⁰⁸Там же.

¹⁰⁹Форум. Утро России: https://russia.tv/forum/messages/theme_id/121192/ (дата обращения 30.03.2016).

Интересные собеседники! Утро должно начинаться с положительных эмоций»¹¹⁰. Жестких законов, каким должен быть ведущий, не существует. Аудиторию привлекает личность. Утро должно быть ярким, взрывным и неожиданным. Только обаяние и харизма помогут ведущему стать запоминающимся и любимым зрителем. Утренняя программа должна настраивать зрителя на оптимистичный лад, быть светлой и доброй. Соответственно и специфика утреннего канала требует присутствия открытого, располагающего к себе ведущего, способного разбудить любого зрителя и задать установку на прагматичный день. Наиболее соответствующими трем главным критериям (тактичности, открытости и искренности), по мнению зрителей, и по нашему мнению, оказались пары Светлана Зейналова и Тимур Соловьев (Первый канал), Анастасия Чернобровина и Владислав Завьялов (РОССИЯ1).

2.2. Инфотейнмент в утреннем шоу: приёмы, методы и средства

В предыдущей главе мы выяснили, что инфотейнмент играет ключевую роль в создании итогового утреннего шоу. Это фактически каркас утренней шоу программы. «Инфотейнмент – это также информационно-развлекательные передачи, информационная ценность которых является минимальной ввиду дефицита в них действительно новой общественно-значимой информации»¹¹¹. Так как не существует единой классификации приёмов инфотейнмента и их количество, встречающееся в информационно-развлекательных программах, достаточно большое, мы предлагаем создать свою систематику и путем анализа проверить, с помощью каких элементов инфотейнмента в программах достигается главное условие – ситуация свободной, непринужденной подачи информации.

¹¹⁰Форум. Утро России: https://russia.tv/forum/messages/theme_id/121192/ (дата обращения 30.03.2016).

¹¹¹Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. История мировой журналистики. Москва– Ростов н/Д: МарТ, 2003. С. 288.

Все приемы инфотейнмента, затронутые нами в работе далее, можно разделить на три группы:

- 1) разыгрывание новостной темы;
- 2) приемы вербальной игры;
- 3) приемы невербальной игры.

1. Разыгрывание новости. В этой группе мы проанализируем игру с аудиторией на уровне структуры и содержания сюжетов в утренних программах. Упор на инфотейнмент требует от утренних программ определенного набора освещаемых тем: полное отсутствие так называемого «офиоциоза» (новости о политике сохраняются только в непосредственно новостных блоках), а также тем, связанных со смертельными исходами и насилием (они так же перенесены в новостной блок).

Однако, несмотря на это, зрители форума Первого канала жалуются на то, что насилие даже в новостном блоке программы «Доброе утро» непозволительно: «Утром показывали сюжет про издевательства над животными. Сюжет был показан без предупреждения и уже долгое время не успокоить ни жену, ни ребенка. Отвратительно, огромный минус каналу»¹¹². Однако, так как инфотейнмент в утренней программе замещает информационные и аналитические передачи, то выбор темы в утренней программе обоснован повесткой дня и чаще несет социальный характер, интересный большей части аудитории. При этом сухих информационных фактов в утренней программе нет. Все они так или иначе информационно-развлекательной направленности. Даже если инфоповод внешне не имеет позитивных сторон, каналы стараются преподнести материал так, чтобы он все равно вызывал улыбку. Так, в сюжете Первого канала (от 03.03.16) посвященного плохим дорогам, главной героиней стала девушка, которую в народе называют дорожной феей за ее мастерство в самостоятельном заделывании асфальтовых ям. В

¹¹²Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/106/page-44> (дата обращения: 29.01.2016).

некоторых случаях утренние программы идут по более простому пути, берут в обиход негативную информацию и стараются придать еще больший негатив, ведь в основе всегда зрелищность. Правда она имеет и негативные стороны. РОССИЯ1, например, временами злоупотребляет тягой аудитории к жестоким сценам и насилию (т.е. трэшу¹¹³), пренебрегая ставкой на позитивное начало дня. Так, эфире от 20.01.16 в программе «Утро России» был поднят вопрос о росте недобросовестных нянь, и большую часть эфира в сюжете демонстрировались кадры с видеонаблюдения, в которых сиделки издевались над детьми. В этом была своего рода мотивация: корреспондент призывал граждан ставить в доме скрытые камеры, однако, на наш взгляд, это излишне. При этом, вслед за данным сюжетом в эфир пустили еще менее обнадеживающий: «За минувший год подростковая преступность выросла на 5%» (эфир от 20. 01. 2016). Причем главной темой репортажа стал тот факт, что преступления все чаще отличаются особой жесткостью, ведь дети до 14-и лет не несут уголовной ответственности за преступления. Особой драматичности придавали герои сюжета: дети, сидящие за решеткой в СИЗО или зале суда.

На один час эфирного времени в программе «Доброе утро» на Первом канале (без учета информационного блока) в среднем приходится 5 сюжетов, посвященных серьезной проблеме. Тогда как в программе «Утро России» — целых 13. Очевидно, что не столько важен выбор темы, как ее воплощение. Инфоповод, который не имеет негативной коннотации, все равно смещают в сторону зрелищности, чтобы избежать нейтральной, схожей с новостной, подачи материала. М. М. Алиева указывает, что «с использованием инфотейнмента в новостных выпусках чаще стали появляться важные сообщения из жизни популярных артистов и общественных деятелей. Однако

¹¹³Подробнее о категории «трэш» см. здесь: *Манскова Е. А.* Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп. №1. М., 2009.<http://www.mediascope.ru/?q=node/280>(дата обращения: 05.04.2016).

такие сообщения, как правило, появляются в конце выпуска»¹¹⁴. В этом отличие утренних программ — в них нет общепринятой иерархичности сюжетов. Приоритеты в сетке вещания всегда расставляются в пользу более интересного материала.

Еще одно отличие программы в стиле инфотейнмент — в акцентах, расставленных согласно интересам аудитории и тону программы. Так, например, церемония вручения ОСКАР 2016 стала поводом для сюжета в программе «Доброе утро» (02.03.16), посвященного внешнему виду звезд на красной ковровой дорожке. Обозреватель Екатерина Мцатуридзе вывела рейтинг лучших и худших нарядов церемонии. При этом о результатах самой церемонии сказано ничего не было. Ведь цель обозрения была другой.

А в программе «Утро России» церемония Оскар стала поводом для того, чтобы ключевой темой сюжета стала нелегкая история карьеры актрисы Сирши Ронан: ее номинация на Оскар за лучшую женскую роль «выглядит не более как одобрительный кивок со стороны киноакадемиков» — утверждает корреспондент (эфир от 04.02.16). В подаче материала можно уловить претензию на сенсационность события.

Если же инфоповода нет вообще, или он нейтрален, интерес зрителя привлекают с помощью такого необычного хода как приглашения героя-эксперта «с улицы». Н. Н. Зорков называет таких гостей «свежими головами»¹¹⁵. По мнению исследователя, такой ход не только оживляет сюжет, но и сокращает расстояние между аудиторией и программой: «свежая голова» не использует специальные термины, какие-то малоизвестные факты. Создается эффект присутствия «представителя народа» в программе»¹¹⁶. Этот метод активно использует Первый канал в ряде своих рубрик.

114 *Алиева М. М.* Современные тенденции и перспективы развития круглосуточной телевизионной журналистики. автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2015. С. 22.

115 *Зорков Н. Н.* Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] // Relga.Ru: периодич. интернет-изд. 2005. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.01.2016).

116 Там же.

Приглашенными экспертами становятся повара, сантехники, автолюбители и обычные домохозяйки. Они легко и в веселой форме советуют, как быстро очистить пятна, какое блюдо сделать из сосисок, как самому приготовить роллы. Так, например, в программе от 25.02.16 эксперт из народа (их внешний вид подчеркнуто незамысловат, видимо, чтобы еще больше подчеркнуть связь с обывателями) наглядно и поэтапно демонстрирует, как сделать так, чтобы мыльница на присосках не отваливалась. Ряд исследователей по этой причине подвергает инфотейнмент критике: «Если клиповость и фрагментацию еще можно хоть как-то интерпретировать в качестве условия эвристического, творческого сознания, то упрощение, исключение и подмену трудно назвать исходным пунктом оригинальной и глубокой мысли»¹¹⁷.

На канале «Россия» в качестве гостей или комментаторов всегда выступают эксперты, как, например, в сюжете о некачественной тушенке (25.01.16) несколько видов мяса без опознавательных знаков в качестве эксперимента дали попробовать специалистам мясной промышленности. Стоит обратить внимание, что такие жанры как репортаж, мастер-класс, обзор, интервью в утренних программах обоих каналов выбраны не случайно — любую историю нужно интересно рассказывать, а программу — оживить. Лучше всего с этой задачей можно справиться, используя вышеприведенные единицы: «движение камеры становится все резче, ракурсы острее, монтаж изощреннее, планы короче... границы жанров размываются, открывая путь к их взаимодействию, слиянию, гибридизации»¹¹⁸. Однако в чистом виде такой жанр, как репортаж, постоянно присутствует, например, в программе «Утро России», судя по всему, претендующей на аналитическую новостную передачу.

Помогают оживить утреннюю программу ряд структурных элементов, к которым, относится стенд-ап. При этом его задачи в программе «Доброе утро» кардинально отличаются от

¹¹⁷Поцелуев С. П. Политические парадialogи. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. С. 250.

¹¹⁸Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г. Н. Курс радиотелевизионной журналистики. СПб.: Специальная литература, 2004. С.55.

программы «Утро России». Стенд-апы¹¹⁹, лайфы и люфты пользуются большой популярностью у корреспондентов утренней программы. Стенд-ап в обеих утренних программах всегда вводится с какой-то конкретной целью либо для наглядной демонстрации чего-то, либо чтобы повеселить зрителя: так, корреспондент в сюжете, посвященном кузнечному фестивалю (эфир от 24. 02. 2016) с помощью молота выковывал подарок, а в итоге получил кривой гвоздь. На канале РОССИЯ1 сюжет о восстановлении производства тихоокеанской сельди (эфир от 25. 02. 2016) начался с необычного стенд-апа корреспондента, в котором он ходит по развалинам, а они в свою очередь оказываются забытыми каменными чанами для засолки рыбы.

Лайфы и люфты в сюжетах используются для того, чтобы задать динамику происходящему на экране. Если необходимо передать атмосферу, уместно использовать лайф: комментированный отрезок видео. Так, лайф используется в сюжете Первого канала (04.03.16) о спектакле, в котором главная героиня играет инвалида. В кадре актриса читает монолог на сцене театра, что помогает заинтересованному зрителю ощутить себя на месте события. Лайф подразумевает обязательное объяснение происходящего в кадре, поэтому журналист поясняет, что перед нами актриса играет героиню не простую: она аутист и каждое слово дается ей с большим трудом. Еще один элемент, способный оживить происходящее на экране — люфт (отрезок некомментируемого видео с живым звуком без текста) делает сюжет более разнообразным, как, например, в сюжете «Доброго утра» (15.07.15) об опасных земноводных: в кадре квакающая лягушка плыла в пруду, что создает эффект присутствия.

Влияние инфотейнмента можно заметить не только в выборе темы, но и в выборе способа съемки. Серьезность темы для сюжета далеко не всегда подразумевают классические планы и ракурсы. «Традиция работы с

¹¹⁹Подробнее о стенд-апе см.: *Князев А. А.* Основы тележурналистики и телерепортажа. Бишкек, Изд-во КРСУ, 2001; *Гаврилов К.* Как делать сюжет новостей и стать медиатором. СПб.: Амфора, 2007.

телекамерой включает в себя многокамерные съемки, быстрые методы производства и непрерывную импровизацию в компоновке кадра»¹²⁰. Тема свободной съемки в «утренних» сюжетах касается и синхронных экспертов. Так, интервью с врачом-отоларингологом на серьезную тему, посвященную проблемам потери слуха у пожилых людей в программе «Доброе утро» (03.03.2016) снято под углом примерно в 10 градусов, при этом сам врач сидит в затемненном месте, что привлекает внимание зрителя, держит в напряжении. В программе «Утро России» планы и ракурсы чаще всего классические, новостные, за редким исключением. Разнообразие допускается во время записи синхронно интервьюируемого: так, например, синхрон посла России в Аргентине (18.01.16) сняли дома в его собственном кабинете.

2. Прием вербальной игры. Элементы инфотейнмента этой группы используются, чтобы в итоге добиться коммуникативной непосредственности. К наиболее эффективной коммуникации в эфире, по мнению Л. Р. Дускаевой и Н. А. Корниловой, можно прийти благодаря использованию фатической речи: «фатика привносит в монолог повышенный диалогический тонус, который в конечном счете способствует эффективности коммуникации»¹²¹. В утренних шоу исследуемых нами программ она присутствует на всех уровнях вербальной игры. В особенности, ведущие в эфире часто ведут разговор «ни о чем». Например, такой диалог ведут между собой Елена Ландер и Владислав Завьялов в программе «Утро России» (эфир от 19.04.2016):

– *Какая девушка не мечтает о принце на белом коне?*

– *Завела любимую пластинку!..*

– *М-да, в наше время ни те, ни другие не дотягивают. Ну что делать.*

¹²⁰Уорд П. [Ward.P] Композиция кадра в кино и на телевидении. М.: ГИТР, 2005. С. 165.

¹²¹Дускаева Л. Р., Корнилова Н.А. Фатика в медийной речи // Журналистика сферы досуга. СПб.:Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 250-252.

Под языковой игрой обычно понимается языковая шутка, создаваемая с целью вызвать комический эффект. Языковую игру можно условно разделить на три группы: на уровне слов, на текстовом уровне и на интонационном уровне. Игра на уровне слов проявляется прежде всего в их выборе: корреспонденты и ведущие сознательно избегают «казенных» формулировок и прибегают к вышеуказанной фатической речи. Такой, например, дружеский призыв делает корреспондент программы «Доброе утро» (11.03.16) в сюжете о праздновании масленицы в центре Москвы: *«Наряжаться нужно как можно богаче и ярче, а кататься на всем что едет! Песни до хрипоты, и танцы до упада — без этого никуда»*. К этому же приему прибегает корреспондент «Утра России» (19.02.16), в сюжете, в котором он делает обзор на новый японский автомобиль: *«Прежде чем осматривать, запущу, пусть мотор греется»*. Таким образом, создается ощущение, что со зрителем разговаривают на равных. Легкая и незамысловатая подача информации способствует созданию уютной обстановки.

Чтобы украсить текст репортажа в утренней программе, ее корреспонденты обычно используют фразеологическую игру¹²². Так, например, в «Доброе утро» (02.03.16) на Первом канале корреспондент советует, как вписать резиновую обувь в вечерний образ: *«Дополните сапоги гетрами с рюшами и юбкой в сборку, никаких обтягивающих силуэтов резиновые сапоги не разрешают»*. Олицетворение помогает сделать текст более позитивным и ярким. Сравнением же пользуются в репортаже «Утра России» (19.02.16) об ученицах художественной гимнастики, чтобы передать личное отношение автора к происходящему и помочь зрителю более реалистично представить картину: *«Эмоциональный подчас даже слишком тренер и кроткие овечки – такое создается впечатление, когда впервые попадаешь на тренировку в зал художественной гимнастики»*. На канале РОССИЯ1 языковую игру используют в основном ведущие программы, а не

¹²²Мокиенко В. М. Фразеология и языковая игра: динамика формы и смысла // Филология. Социальные коммуникации. Крым: Изд-во КФУ имени В. И. Вернадского, 2012. С. 101.

корреспонденты. Видимо, им разрешена большая свобода в выборе слов: *«Если вы все еще мечтаете о подружке-подушке, то знайте: выбор ее очень важен, поскольку неправильно выбранная подушка может стать причиной сердечно-легочных заболеваний»* — передают они сведения о товаре (11.03.16). За счет этого достигается легкость, развлекательность сюжета. Особенно часто языковую игру используют на Первом канале: так начинает корреспондент свой сюжет (17.02.16) о дне рождения звезд: *«Денис — 45, Пэрис — 35. Обе ягодки опять»*. Трансформация устойчивого словосочетания создает у зрителя ощущение причастности к рассказываемому в сюжете. Ведь он понимает, какое выражение подразумевает автор.

Эту же функцию выполняет и прием парафразы названия известных фильмов, книг, произведений искусства, продукцию массовой культуры. В репортаже «Доброго утра» (02.03.16) об отказе актера Дэниэла Крейга участвовать в съемках продолжения «Джеймса Бонда» сказано следующее: *«Кто может сменить Крейга на службе ее величества?»*. Знатоки фильмов об Агенте 007 поймут, что речь идет об аллюзии на шестой фильм о Джеймсе Бонде «На секретной службе ее величества» (1969). Такая игра привлекает внимание тем, что сведущая аудитория ощущает себя «посвященной»: она поняла намек корреспондента).

К игре на уровне слов необходимо отнести привлекающие внимание заголовки, используемые, правда, только в программе «Доброе утро». Заголовки такого плана привлекают внимание. Они всегда появляются в начале сюжетов на экране и остаются там в течение 10–15 секунд. Обычно они всегда эмоционально окрашены и отражают суть материала: *«А ну-ка, бабушки!»* (04.03.16) — сюжет о том, как преклонный возраст не мешает пенсионеркам прыгать с парашютом или бегать на длинные дистанции, или *«Первые роли: страшно смешно!»* (30.10.15) — о бенефисах голливудских звезд в фильмах ужасов. Такие заголовки привлекают внимание и повышают настроение у зрителя.

Не менее интересна и

языковая игра в утренних программах на уровне текста. Прежде всего, она присутствует в использовании иронии. При этом ирония («манера речи или письма, при которой сообщается одно, а подразумевается иное»¹²³) обычно проходит через весь сюжет. Так, в сюжете на Первом канале о дне рождения Джастина Бибера (01.03.16) корреспондент не скрывала легкой усмешки, когда приводила в пример его «лучшие» жизненные достижения: будь то сведение тату с изображением его бывшей девушки или новая прическа. Причину экстравагантного поведения журналист видит в его отце: он ведет схожий с сыном образ и жизни и недавно снова решил жениться: **«Будущая мачеха Джастина старше его на целых семь лет»** — иронизирует корреспондент. Иногда ирония может сводиться к сарказму. В предновогоднем сюжете «Доброго утра» (14.12.15) о липосакции приводятся в пример сброшенные двадцать килограммов певицей Марайей Кэри: **«Что-то новогоднее даже в этом есть: при криолипосакции жир в проблемной зоне замораживается»**. Благодаря такой подаче информации, обстановка становится более естественной, «репортаж начинает восприниматься как приключение, что привлекает аудиторию, заставляет ее смотреть выпуск за выпуском»¹²⁴.

Следующим приемом текстовой игры является наличие большого количества деталей. Они имеют различные функции. Прежде всего, это создание все той же иронии: **«В ее квартире проживало то трое, то четверо, то сразу пятеро»** — рассказывает корреспондент в сюжете «Утра России» (02.02.16) о конфликте квартирантки и управляющей компании. Подробно описанные детали кажутся на первый взгляд излишними: **«На развалах представлены охотничьи трофеи, искусные поделки и угощения, которые можно попробовать только на Чукотке: мясные колобки в желудке оленя или мантак— китовое сало»** (эфир от 11.03.16) —однако такие подробности не только создают дополнительный эффект присутствия и ускоряют темп речи

¹²³Борев Ю.Б. Эстетика. М.: Высш. шк., 2002. С. 92.

¹²⁴Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.:Алетейя, 2008. С.91.

корреспондента, но и создают яркие образы. Наконец, еще один пример текстовой игры — это противопоставление мнения корреспондента и героя. Необычно к этому вопросу подошли корреспонденты Первого канала. В сюжете о юных актрисах Голливуда (10.02.16) на слова журналиста: **«В четырнадцать Сиршу Ронан номинировали на роль в «Искуплении». Помните девочку, которую все дружно ненавидели?»** ей отвечает героиня одноименного фильма, которая гладит по голове Сиршу и говорит ей: **«Умница»**. Тем самым сюжет превращается в красивую игру, в которой принимают участие не только реально существующие персонажи, но и герои массового искусства.

Чем чаще зритель смотрит утреннюю программу, тем быстрее он понимает языковые уловки корреспондентов, что делает его, по словам Н. Зоркова, причастным к игре: «этот эффект, возможно, имеет что-то родственное с переживаниями спортивного болельщика, когда зритель восторгается возможностями человеческого тела. В подобных случаях он восторгается остроумием корреспондента»¹²⁵. При этом аудитория распознает и интонационную игру. Интонация напрямую зависит от темы освещаемого события и в утренних шоу, при этом она всегда отлична от нейтральной. Так, например, благодаря интонации, сюжет **«А что у вас, девчата, в декольте?»** (19.02.16) на Первом канале, посвященный откровенным нарядам Ким Кардашьян, на слух воспринимается как болтовня между двумя подругами. Этого и добивается корреспондент, ведь в основе непосредственность и естественность. Подобной цели добиваются и ведущие «Утра России» (14.01.16), рассказывая аудитории о новом открытии британских ученых: **«Люди в далеком будущем станут похожи на нечто среднее между тюленем и уткой»**. (эфир от 14. 01. 16).

Но далеко не всегда инфотейнмент стремится к увеселению. Так, речь корреспондента программы «Доброе утро» в репортаже **««Уколы красоты»: осторожно, фальшивки!»** (03.03.16) скорее

¹²⁵Зорков Н. Н. Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] // Relga.Ru: периодич. интернет-изд. 2005. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles> (дата обращения 10.01.2016).

претендует на нравоучение и предостережение: иначе как донести до зрителя, что 80% всей инъекционной косметологии – контрафакт? Призывать к действию скорее склонны в программе «Утро России»: в сюжете (28.12.15) о бесчинствах коллекторов корреспондент буквально требует, чтобы телезрители сразу после получения угрозы по СМС или телефону, подавали заявление в прокуратуру. Ведущий и корреспондент фактически обязаны демонстрировать собственное отношение к происходящему (таким образом повышается уровень непринужденности), и языковая игра в этом является большим подспорьем.

Игра на невербальном уровне. Несомненно, на телеканалах вербальные методы инфотейнмента напрямую взаимодействуют с невербальными. В. П. Конецкая считает это наиболее удачным способом привлечь внимание зрителя: «Одновременное использование вербальных и невербальных средств обусловлено стремлением конкретизировать информацию, сделать ее более выразительной и значимой с тем, чтобы воздействовать на собеседника»¹²⁶. Новости нужно не только рассказывать, но и показывать. И прежде всего стоит обратиться к такой категории как фрагментарность. Все утренние программы представляют собой быстро сменяющееся большое количество клипов, где каждый сюжет длится в среднем две минуты. Дробность относится не только к структурной части программы, но и содержательной части каждого сюжета, который выдерживается в определенном ритме. Изображение «нарезается», и таким образом исключается монотонность и непрерывность повествования. В. В. Зверева¹²⁷ уверена, что этого требует жанр программы и время ее выхода: утренний зритель не может и не хочет долго концентрировать внимание на одной картинке. Наиболее яркий пример: сюжет «Доброго утра» на Первом канале «Деньги из воздуха» (эфир от 25. 02. 2016) длится 2 минуты 26 секунд. Каждый кадр занимает в среднем две, а то и одну секунду (когда на экране демонстрируются основные достопримечательности

¹²⁶Конецкая В. П. Социология коммуникации. М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. С. 120.

¹²⁷Зверева В.В. «Infotainment» на российском телевидении [Электронный ресурс].

Петербурга). В сюжете рассказано пять разных необычных способов заработка, при этом продолжительность каждого синхрона эксперта составляет примерно от трех до девяти секунд. Фрагментарность картинки фактически не допускает появления в эфире сложно усваиваемой информации. На канале РОССИЯ1 нет такой фрагментарности и необычных фокусов съемки. Средняя длина кадров в сюжете о новых способах знакомства (29.02.16) длится от трех до шести секунд, синхроны, по сравнению с Первым каналом, огромные: в среднем 15–17 секунд. При этом сам сюжет длится 2 минуты 54 секунды. Музыка играет особую роль в создании утренней программы. Сегодня музыка — это один из самых востребованных элементов выразительности. Она выполняет множество функций от драматургической до документальной¹²⁸. Прежде всего, в обоих исследуемых нами передачах представлены музыкальные позывные заставки, они появляются в начале, в конце передачи и возвращают зрителя в эфир каждый раз после рекламы. Такая музыка выполняет организующую функцию, представляет собой что-то вроде визитной карточки утреннего канала. Документальную функцию выполняет музыка в «Утре России» при обзоре на мультфильм или фильм, вышедший в прокат. Использование музыки и звуков, заимствованных из освещаемого контента, создает эффект присутствия. Драматургическую функцию выполняет музыка, которая намеренно вызывает у зрителя ассоциативные представления. Как, например, в сюжете об эксперименте с попрошайками на Первом канале (25.02.16) на фоне играют национальные еврейские мотивы. Так подчёркивается и авторское отношение к происходящему. Декорацию действия на канале РОССИЯ1 музыка выполняет во время прогноза погоды, краткого обзора научно-популярных открытий и демонстрации локации места действия в сюжете. В остальных случаях, и, тем более, во время показа сюжетов, музыкальное сопровождение отсутствует. На Первом же канале музыка

¹²⁸Подробнее о роли музыки в сюжете см. здесь: *Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г. Н.* Курс радиотелевизионной журналистики. СПб.: Специальная литература, 2004. С. 32-34.

присутствует практически везде, она используется как средство эмоционального воздействия, создает определенную атмосферу. Так, в сюжете программы «Доброе утро» о самом маленьком кролике России (09.03.16) используется музыка из мультфильмов Disney. Она не только повышает настроение у зрителя, но и передает личное отношение автора.

К невербальной игре стоит отнести и использование постановочных элементов с целью оживления сюжета и придания реалистичности повествованию. Алан Розенталь считает, что это — нечто среднее между журналистикой и кино, в нем «обнаруживаются целые пласты, где фантазия представлена как факт, реальность»¹²⁹. Этим методом часто пользуются в «Добром утре», имитируя исторические события. Так, в сюжете «Как на Руси крепостное право отменяли» (эфир от 03.03.2016) как можно правдоподобнее разыгрываются сюжеты прошлого: народное вече, косьба и т.п. При этом лица актеров не показаны крупным планом.

Также в пример стоит привести разыгрывание сценок ведущими на канале РОССИЯ1, о чем мы подробно говорили в предыдущем параграфе, а также яркую визуальную демонстрацию рубрики «гороскоп»¹³⁰ на Первом канале: часто сменяющиеся сценки, разыгранные мимами и актерами в бытовых ситуациях, наглядно с юмором демонстрируют ложь, болезни, ссоры, проблемы на работе, о которых говорится в предсказаниях для каждого знака зодиака. Оживляет сюжет утренней программы и вставка видеоматериалов, известных большинству аудитории. Обычно для этого используются фрагменты из художественных фильмов, подходящие ситуации по смыслу (18.01.16 / 50:10 РОССИЯ1). Такая вставка не только выполняет рекреативную функцию, расслабляет зрителя, но и создает позитивный эмоциональный настрой: так, например, сюжет о принудительной установке счетчиков на РОССИИ1 (18.01.16) начинается с монолога Нонны

¹²⁹Розенталь А. [Rosenthal. A.] Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес. М.: Триумф, 2012. С. 144.

¹³⁰Гороскоп. Доброе утро [Электронный ресурс] // Первый канал. <http://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro/goroskop> (дата обращения 01.02.2016).

Мордюковой из «Бриллиантовой руки»: «Распространите среди жильцов нашего ЖЭКа. А если не будут брать, отключим газ».

В тех случаях, когда юмор оказывается неуместен, инфотейнмент проявляет себя на уровне визуализации проблемы, которая выполняется с помощью использования крупных планов, деталей. Так, в сюжете Первого канала «Чем посыпают лед?» (11.02.16) крупным планом показано падение человека на льду. Этот способ усиливается благодаря заключительному кадру, когда внимание аудитории полностью обращается на старую закопчённую трубу жилого разваливающегося дома в сюжете канала РОССИЯ1 (26.02.16) Таким образом зритель вовлекается в интеллектуальную игру, «которая по своей природе напоминает загадки, т.е. опирается на бессознательный опыт человеческой культуры»¹³¹.

Наконец, обязательным атрибутом утренних программ на Первом канале и канале РОССИЯ1 являются спецэффекты и анимационные и плашки, зрительно украшающие изображение на экране. Так, дополнительно в эфире постоянно используются анимационные плашки в виде прогноза погоды и краткой новостной сводки. Помимо этого, во время сюжетов часто используют инфографику («Утро России»), а также художественные монтажные швы в виде вспышек («Доброе утро»).

Таким образом, можно прийти к выводу, инфотейнмент в утреннем вещании направлен на то, чтобы зритель, независимо от позитивной или негативной коннотации сюжета, все равно получал удовольствие от его просмотра. Какие именно для этой цели будут использованы приемы инфотейнмента и в каком количестве, напрямую зависит от концепции утренней программы. При этом, стоит отметить, что «Доброе утро» на Первом канале использует большее количество развлекательных элементов всех групп, тогда как «Утро России» на канале РОССИЯ1 если использует инфотейнмент, то чаще всего это элементы трэша.

131Зорков Н. Н. Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Утреннее информационно-развлекательное вещание в России – это не просто программа, а самостоятельный полижанровый канал, сложная экранная форма, обладающая индивидуальным форматом, версткой, набором рубрик, где инфотейнмент выступает каркасом программы (в нем заключена игровая природа утреннего шоу). Согласно форматным характеристикам, (“Today”, “Entertainment” и коктейль из полезной информации), изученными нами, утренние программы на Первом канале и РОССИЯ1 относятся к

третьему типу утреннего вещания.

На основании проведенного исследования в выпускной квалификационной работе, можно сделать ряд выводов:

1) Стиль ведения программы «Доброе утро» на Первом канале претендует на домашний стиль, тогда как «Утро России» на канале РОССИЯ1 — более официальный.

2) Метод ведения программы на РОССИИ1 — агрессивный, в то время как на Первом канале — наигранно-позитивный (театральный). Проведение беседы на Первом канале скорее похоже на креативное интервью, тогда как в программе РОССИИ1 – интервью-допрос.

3) Основной уклон в обеих программах — на информацию досугово-деятельностной направленности (См. Приложение В). При этом, на Первом канале преобладают служебно-сервисные сюжеты, тогда как на РОССИИ1 правовые сюжеты. Следовательно, программа «Утро России» носит аналитический характер, тогда как программа Первого канала — познавательно-развлекательный.

Чтобы понятие «удачная\неудачная модель» не являлось субъективным, наши выводы мы сделали, опираясь не только на теоретический материал, но и, в большей степени, на данные рейтинга утренних телевизионных программ исследовательского центров SuperJob.ru и Broadcasting, общей динамики телесмотрения центра TV Index, критические статьи журналистов, а также мнения телезрителей с официальных форумов Первого канала и РОССИИ1 (всего было просмотрено более 250 отзывов, 104 из которых вошли в выпускную квалификационную работу).

Таким образом, мы можем вывести ряд наиболее удачных характеристик утреннего эфира (на основании отзывов, аудиторных рейтингов и критических статей), что позволит нам вывести параметры оптимальной модели утреннего телевизионного канала:

1) жанровое и тематическое разнообразие эфира: информационные блоки в большинстве своем должны

ориентироваться на женскую аудиторию, быть представленными в виде досуговой журналистики, а именно: досугово-деятельностные СМИ, досугово-просветительские СМИ и досугово-развлекательные СМИ, многие тематические направления продуктивно связывать с хобби-журналистикой. Знакомство на форумах со зрительскими откликами позволило выявить наиболее интересные зрителям рубрики в эфире «Утра России» — хобби блок А. Зенкевича о российских новинках автопрома, и рубрика ежедневного гороскопа на Первом канале в программе «Доброе утро».

2) четкая структура сетки программы длительностью 4 часа с включенными региональными новостями и частичным рециклингом: зарекомендовала себя как наиболее оптимальная длительность для разных аудиторных слоев населения.

3) от ведущего утреннего эфира в большей степени зависит, будут ли смотреть утреннее шоу. На основании проделанной работы, можем отметить набор качеств ведущего, наиболее интересный телезрителям: это, прежде всего, ведение программы в разнополой паре, которая работает в одном темпо-ритме, внешне выдержана в одном стиле, ведет доброжелательный диалог не только друг с другом, но и с гостями. Тактичность, открытость искренность – вот что больше всего привлекает аудиторию. Наиболее соответствующими критериям, по мнению зрителей, оказались Светлана Зейналова и Тимур Соловьев (Первый канал), Анастасия Чернобровина и Владислав Завьялов (РОССИЯ1).

4) Использование элементов инфотейнмента всех развлекательных групп, за исключением трэша: наиболее удачным оказались такие приемы как разыгрывание новостной темы (на уровне структуры и содержания сюжетов), вербальной игры (фатическая речь ведущих и корреспондентов, языковые шутки, фразеологические игры) и невербальная игра (музыкальные и видеоспецэффекты, фрагментарность сюжетов, визуализация информации).

5) Последняя, но не менее важная составляющая: правильный баланс

между развлечением и аналитикой. Необходимо не отклоняться в сторону только развлекательной или только аналитической составляющей. В оптимальной утренней программе должна быть комбинированная информация, исключающая единообразие и перенасыщение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Книги:

1. *Алиева М. М.* Современные тенденции и перспективы развития круглосуточной телевизионной журналистики: автореф. дисс. канд. филол. наук. М., 2015. – 29 с.
2. *БергерП., ЛукманТ.* [BergerP., LukmanT.]Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. – 323 с.

3. *Бережная М. А.* Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб.: Изд-во С.-Петербур.гос.ун-та, 2009. – 330 с.
4. *Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П.* История мировой журналистики. Москва–Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. – 331 с.
5. *Борев Ю.Б.* Эстетика. М.: Высш. шк.,2002. – 511 с.
6. *Вартанова Е. Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. – 432 с.
7. *Вартанова Е. Л.* Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. – 103 с.
8. *Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г. Н.* Курс радиотелевизионной журналистики. СПб.: Специальная литература, 2004. – 288 с.
9. *Гаврилов К.* Как делать сюжет новостей и стать медиатором. СПб.: Амфора, 2007. – 299 с.
10. *Гаймакова Б. Д.* Основы редактирования телепередач. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2001. – 77 с.
11. *Григорян М. В.* Пособие по журналистике. М.: Права человека, 2007. – 192 с.
12. *Дзялошинский И. М.* Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. – 104 с.
13. *Егоров. В. В.* Телевидение: теория и практика. М.: Изд-во МНЭПУ, 1992. – 306 с.
14. *Емельянова Е. В.* Подготовка к передаче и работа у микрофона // О культуре и логике речи. М.: Научно-методический отдел Государственного комитета по радиовещанию и телевидению, 1978. – 186 с.
15. *Зверева Н. В.* Школа тележурналиста. Нижний Новгород. Изд. дом Минакова, 2009. – 272 с.
16. *Ильченко. С. Н.* Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009. – 468 с.
17. *Кандыба В. М.* Криминальный гипноз. СПб.: Лань, 2001. – 571 с.
18. *Князев А. А.* Основы тележурналистики и телерепортажа. Бишкек, Изд-во КРСУ, 2001. – 160 с.

19. *Конечкая В. П.* Социология коммуникации. М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с.
20. *Кузнецов Г. В.* Критерии качества телевизионных программ. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 35 с.
21. *Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я.* Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002. – 241 с.
22. *Лукина М. М.* Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003. – 192 с.
23. *Мельник Г. С., Виноградова К. Е., Лисеев Р. П.* Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. – 210 с.
24. *Муратов Д. А.* Диалог : Телевизионное общение в кадре и за кадром. М.: Аспект Пресс, 2003. – 71 с.
25. *Новикова А.А.* Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.:Алетейя, 2008. – 208 с.
26. *Поцелуев С. П.* Политические парадиалоги. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.
27. *Рабигер М.* [RabigerM.] Режиссура документального кино и «Постпродакшн». М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 1997. / Пер. А. Лыково. – 160 с.
28. *Романовский И. И.* Без права на дубль. М.: Искусство, 1986. – 82 с.
29. *Розенталь А.* [Rosenthal. А.] Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес. М.: Триумф, 2012. – 342 с.
30. *Уорд П.* [Ward.P] Композиция кадра в кино и на телевидении. М.: ГИТР, 2005. – 196 с.
31. *Фихтелуус Э.* 10 заповедей журналиста. Стокгольм: FalthsTryckeri. 1999./ Пер. В. Менжун. – 55 с.
32. *Фэнг И.* [FangI.] Теленовости, радионювости. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. Ч. 1. – 75 с.
33. *Янчева Н.Ю.* Автопортрет в интервью: автореф. дисс. канд. филол. наук. Воронеж, 2011.– 22 с.

Статьи:

34. *Блохин И.Н.* Характеристики аудитории СМИ // Медиа. Демократия. Рынок. Часть 2. Функционирование СМИ в сфере досуга. СПб.: Астерион, 2010. С. 31–33.
35. *Виноградова К. Е.* Подготовительный этап творческой деятельности журналиста // Журналистика сферы досуга. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 140–162.
36. *Войтик Е. А.* Гендер и возраст как основные характеристики аудитории электронных СМИ // Говорит и показывает кафедра телерадиожурналистики. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2014. С. 22–38.
37. *Гураускайте У.* Спокойной ночи, Россия! // Русский телеграф. № 161. 1998.
38. *Дускаева Л. Р., Корнилова Н.А.* Фатика в медийной речи // Журналистика сферы досуга. СПб.: Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 250–252.
39. *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М.: Изд-во Моск ун-та, 1999. – 304 с.
40. *Калита В.В., Гайдай А.С.* Эффект Барнума // Вестник Северо-Восточного государственного университета. Вып. 16. Магадан, Изд-во СВГУ, 2011. С. 12–18.
41. *Картозия Н. Б.* Программа «Намедни»: русский инфотейнмент // Меди@льманах. Вып. 3. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 10–26.
42. *Качкаева А. Г.* Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 42–51.
43. *Костюкевич М.* Звезды «зажгут» утром // Московский комсомолец : еженед. изд. №24896. 2008.
44. *Красновская Ю.* «Утро России»: «Работа начинается, когда просыпаются зрители» // ТВ-ГИД: еженед. изд. №18. 2012.
45. *Крюкова А.* Утренний обход // Труд: периодич изд. № 113. 2000.

46. *Мишина И.* Как я была «жаворонком» // Новая газета: периодич. изд. №89. 2003.
47. *Мокиенко В. М.* Фразеология и языковая игра: динамика формы и смысла // Филология. Социальные коммуникации. Крым: Изд-во КФУ имени В. И. Вернадского, 2012. С. 100-109.
48. *Петрова И.* Новое утро «России» // Московский комсомолец: еженед. изд. №17114. 2002.
49. *Попонов М. А.* Общая динамика телесмотрения. Изменения и тенденции // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев № 4. СПб., 2006. С. 52–54.
50. *Почкай Е. П.* Потребительская тележурналистика // Журналистика сферы досуга. СПб.: Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций. 2012. С. 188-195.
51. *Почкай Е. П.* Вторая жизнь человека на телеэкране (журналистика хобби) // Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2016. С. 219-229.
52. *Степанян С. К.* [Формат телепрограммы как рыночный товар // Журналистика и медиарынок, № 4. М., 2006.](#) С. 42–43.
53. *Храмчин А.* Информация к развлечению // Искусство кино. периодич. изд. № 11. 2003.

Электронные статьи:

54. *Гиммерверт А. Б.* Главная редакция музыкальных программ [Электронный ресурс] // TVMUSEUM. RU : музей телевидения и радио в интернете. 2001. http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=7827.
55. *Дашевская И. Н.* Масс Медиа. Программирование на ТВ. [Электронный ресурс] // Broadcasting.ru : периодич. интернет-изд. 2009. <http://mabuk.ru/book/export/html/868>.
56. *Ефимов С.* Нас «Утро» встречает прохладой [Электронный ресурс] // teleprogramma.pro : периодич. интернет-изд. 2015. <http://teleprogramma.pro/tele/tv-projects/19909/>.
57. *Зверева В.В.* «Infotainment» на российском телевидении [Электронный ресурс] // Наука о телевидении. Вып. 1. М.,

- 2004.<http://culturca.narod.ru/INFO.htm>. Электрон. версия печ. публикации.
58. *Зорков Н. Н.* Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] // Relga.Ru: периодич. интернет-изд. 2005. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>.
59. *Ильченко С. Н., Саблина А. Н.* Инфотейнмент и российский телевизионный дискурс: исторические предпосылки взаимодействия [Электронный ресурс] // Теория и практика современной журналистики. Вып. 19. Саранск, 2015. <http://journal.mrsu.ru/authors/sablina-aleksandra-nikolaevna>. Электрон. версия печ. публикации.
60. *Лаптева Ю.* Неспящие в эфире. Секреты ведущих утренней программы [Электронный ресурс] // Tvkinoradio.ru : Профессиональный портал для работников теле- и радиовещания. 2015. <http://tvkinoradio.ru/article/article2681-nespyashie-v-efire-sekreti-vedushih-utrennej-programmi>.
61. *Манскова Е. А.* Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп. №1. М., 2009. <http://www.mediascope.ru/?q=node/280>.
62. *Сальникова Е.* По эту сторону прайм-тайма [Электронный ресурс] // Взгляд: ежед. интернет-изд. 2005. <http://vz.ru/culture/2005/12/1/14346.html>.
63. «Семейные новости» целый год обманывают зрителя [Электронный ресурс] // Мк.ru: ежед. интернет-изд. 2001. <http://m.kp.ru/daily/22500.5/7879/>.
64. *Томак М.* Доброе утро! [Электронный ресурс] // Day.kyiv.ua: периодич. интернет-изд. 2007. <http://www.day.kiev.ua/ru/article/media/dobroe-utro>.

Электронные источники:

65. Доброе утро на Первом. Отзывы [Электронный ресурс] // Otzyv.pro : инновационный сайт отзывов. <http://otzyv.pro/reviews/otzyvy-dobroe-utro-na-pervom-94671.html>.
66. Особое мнение [Электронный ресурс] // Радио России : официальный сайт радиостанции.
http://www.radiorus.ru/brand/episode/id/57072/episode_id/915184/.
67. Отзывы. Утро России [Электронный ресурс] // Tv.akado.ru : информационный портал. http://tv.akado.ru/programs/utro_rossii.html.
68. Отзывы о телепрограмме «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Spr.ru : справочник предприятий по Москве. <http://www.spr.ru/otzyvy/dobroe-utro.html>.
69. Официальный сайт Первого канала [Электронный ресурс] / <http://www.1tv.ru/>.
70. Официальный сайт канала РОССИЯ1 [Электронный ресурс] / <https://russia.tv/>.
71. Рейтинг утренних телевизионных программ [Электронный ресурс] // Superjob.ru: Исследовательский центр.
<http://www.superjob.ru/community/marketing/14310/>.
72. Секреты утреннего телевидения: «20 лет программы «Доброе утро» [Электронный ресурс] // Echo.msk.ru : официальный сайт радиостанции Эхо Москвы. 2006. 20 авг. <http://echo.msk.ru/programs/tv/45594/>.
73. Среднесуточные доли телеканалов в Москве в % [Электронный ресурс] // [Brandmedia.ru](http://www.brandmedia.ru/).
http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425.html.
74. Форум. Доброе утро [Электронный ресурс] // Официальный сайт Первого канала. <http://forum.1tv.ru/index.php?threads/1609/page-17>.
75. Форум. Утро России [Электронный ресурс] // Официальный сайт канала РОССИЯ1. http://russia.tv/forum/themes/forum_id/1/.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Соотношение количества героев студии в программах
«Утро России» и «Доброе утро»

Таблица А.1 —Период с 08.02.16 по 12.02.16.

№		Пн	Т	Вт	т	Ср	Т	Чт	т	пт	т
«Доброе утро»	Ведущие	С. Зейналова Т. Соловьев		С. Зейналова Т. Соловьев		С. Зейналова Т. Соловьев	04:33	С. Зейналова Т. Соловьев	03:02	С. Зейналова Т. Соловьев	05:00
	Гости	В. Чепурченко, актер		И. Слуцкая, фигуристка		С. Пенкин, актер		Е.Тишковец, центр Фобос		И. Скобрев А. Бурдина	
		Премьера сериала «Эти глаза напротив»		День рождения чемпионки мира		Юбилей артиста		Еженедельный прогноз погоды от специалиста		Участники шоу «Без страховки»	
		-----		-----		-----		Отец Фотий, Ольга Задонская, Эра Канн	0 03:33	-----	
		-----		-----		-----		Призеры шоу «Голос»		-----	

Продолжение таблицы А.1

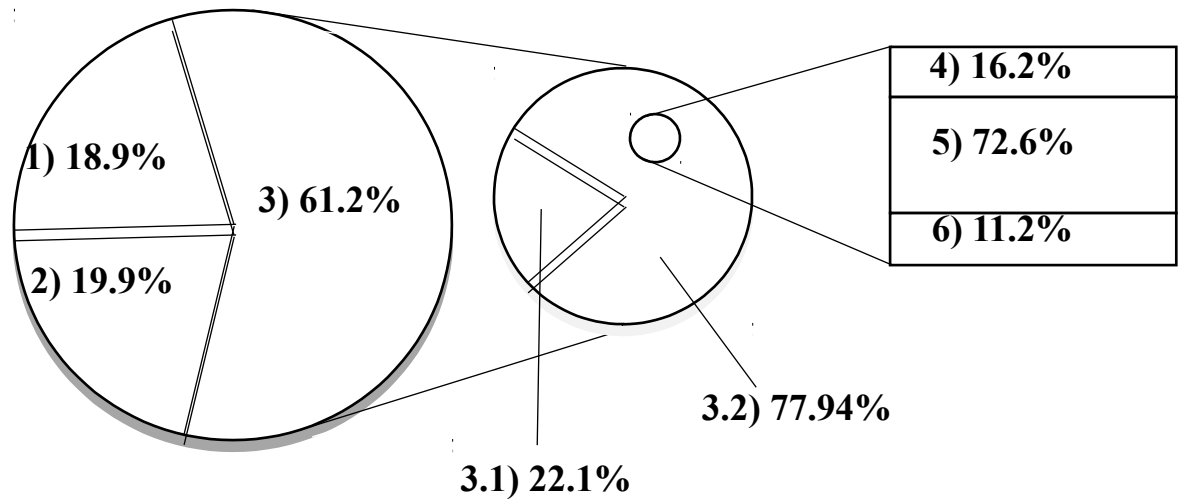
№		пн	t	Вт	t	Ср	t	чт	t	пт	t
	Ведущие	Е.Ландер В. Завьялов		Е. Ландер В. Завьялов		Е. Ландер В. Завьялов		Е. Ландер В. Завьялов	0	А. Чернобровина А. Петров	4:15
«Утро России»	Гости	А. Козлов Исполнительный директор федерального планирования Сборы на капремонт	03:59	С. Гаврилов Председатель госдумы РФ по вопросам собственности Закон о банкротстве		О. Баталина Председатель комитета госдумы Выдача детских пособий	4:10	А. Сидякин Председатель комитета госдумы Защита собственности	4:53	А.Ачеев Председатель счетной комиссии госдумы Финансовые пирамиды	
		Е. Неволлина Исполнительный директор аптечной гильдии Квоты в аптеках	04:00	Ю. Жулёв Председатель союза пациентов Нарушения «Скорой помощи»	4:40	Н. Тюрмаков Юрист Закон о страховании недвижимости	4:20	А. Засов Профессор МГУ Астрономия в школе	4:46	М. Бутов Генсек федерации легкой атлетики РФ Ограничения международных спортивных организаций	3:50

		С. Витошкин Психиатр высшей категории	03:49	О. Пантелеев Авиаэксперт	3:59	Г. Клименко Советник по вопросам развития Интернета	4:42	А. Сычев Начальник безопасно сти банка России	5:33	Е. Власюк Ведущий специалист центра погоды ФОБОС	3:15
		Суициды после родов		Проблемы авиаперелет ов		Появление портада жалоб		Кража с банковск их		Прогноз погоды на неделю	
		В. Заводченков Ведущий специалист центра Фобос	04:39	А. Семенов Ректор МПУ	4:01	И. Хатъков Главный онколог департамента здравоохране ния Москвы	4:34	О. Медведев Профессор МГУ	5:14	В. Ильинский Директор медико- генетического центра	4:00
		Погода на неделю		Необходимос ть репетиторст ва		Бесплатные лекарства для раковых		Замена рыбьего жира		Перспективы генетики	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

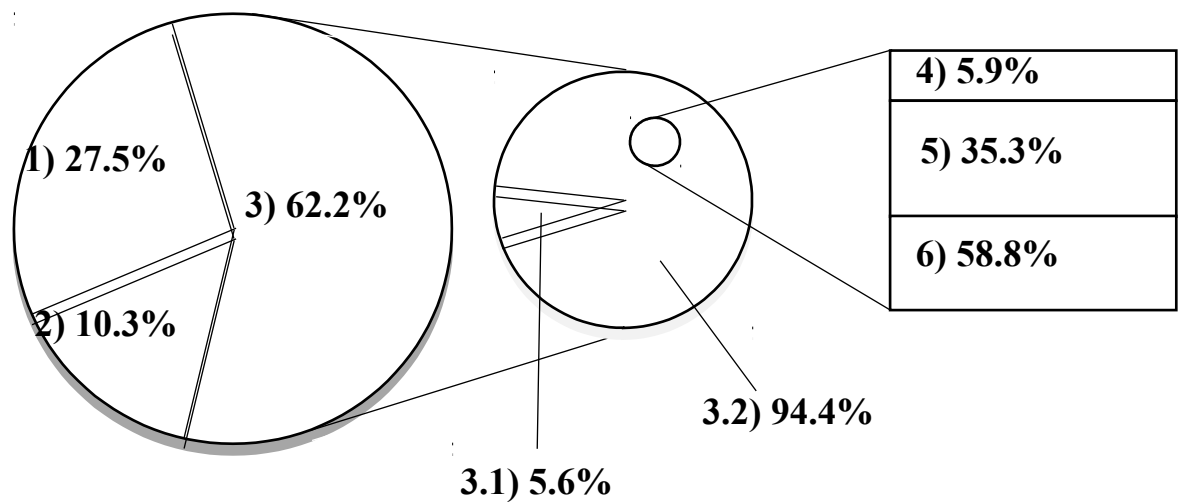
Классификация рубрик в утренних программах Первого канала и
РОССИИ1 на основании типологии досуговых СМИ

Таблица В.1 — Рубрикация в программе «Доброе утро»(эфир от 22.03.2016)



- 1) Досугово-просветительские сюжеты
- 2) Досугово-развлекательные сюжеты
- 3) Досугово-деятельностные сюжеты
 - 3.1) Хобби сюжеты
 - 3.2) Прагматическо-познавательные сюжеты
- 4) Эстетизация
- 5) Служебно-сервисная журналистика
- 6) Правовая журналистика

Таблица В.2— Рубрикация в программе «Утро России» (эфир от 22.03.2016)



- 1) Досугово-просветительские сюжеты
- 2) Досугово-развлекательные сюжеты
- 3) Досугово-деятельностные сюжеты
 - 3.1) Хобби сюжеты
 - 3.2) Прагматическо-познавательные сюжеты
- 4) Эстетизация
- 5) Служебно-сервисная журналистика
- 6) Правовая журналистика