

лярным на отечественном ТВ. Мы даже наблюдаем возрождение метода Вертова, поскольку в современной экранной публицистике важным объектом снова, как и во времена творческих удач великого публициста, стал человек.

Литература

1. Багиров Э.Г., Борецкий Р.А., Юровский А.Я. Основы телевизионной журналистики: учебник для вузов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. 238 с.
2. Голдовская М. Человек крупным планом: заметки теледокументалиста. М.: Искусство, 1981. 215 с.
3. Горький М. Собр. соч.: в 30 т. М.: Гослитиздат, 1956. Т. 30. 493 с.
4. Егоров В.Н. Системный подход к разработке содержания профессиональной жанровой подготовки в области тележурналистики // Электронная журналистика: стратегии повышения качества журналистского образования: коллективная монография / под науч. ред. Е.С. Дорожук. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. Разд. I, гл. 2. С. 43-87.

АНОХИН АНТОН ИГОРЕВИЧ – ассистент кафедры теории и практики электронных СМИ, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, Казань (aiano-hin@gmail.com).

ANOKHIN ANTON IGOREVICH – assistant of Electronic Media Theory and Practic Chair, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia, Kazan.

УДК 070.654

А.И. АНОХИН

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ

Ключевые слова: информационное вещание, телевизионная программа, новостной сюжет, оперативность, изображение, слово.

Информационное телевидение представляет собой сложное образование. Поток телевизионных сообщений полифункционален и многопланов. Каждый раз, исследуя его, мы замечаем неоднородность, разнонаправленность и вместе с тем слитность не так легко отделяемых друг от друга составляющих. В данной статье предпринята попытка комплексного рассмотрения информационного новостного телевидения, в совокупности и единстве всех его специфических особенностей и выразительных средств.

A.I. ANOKHIN

SPECIFIC FEATURES AND EXPRESSIVE MEANS OF INFORMATIONAL TELEVISION

Key words: TV-broadcasting, television program, news plot, efficiency, image, word.

TV-broadcasting is very difficult phenomenon. The stream of television messages is multi-functional and also multiplaned. Every time, investigating it, we notice heterogeneity, multiplicity and at the same time unity of components which hardly separated from each other. In given article attempt of complex consideration of information broadcasting, that is in unity of all its specific features and expressive means, is undertaken.

Традиции информационного вещания закладывались в 1950-1960-х гг. Вот что более сорока лет назад писал Р.А. Борецкий «Прежде всего, соответствуют духу времени его (телевидения) информативные способности – возможность прямого включения человека в поток реальной жизни. Причин популярности (или точнее – перспективности) телевизионной информации немало. Помимо убыстряющегося темпа жизни... нужно назвать еще ряд важных факторов. Это и рост удельного веса, значительности социальных процессов, следовательно – подлинная заинтересованность самых широких масс, проявляющаяся в потребности немедленной, исчерпывающей и систематической коммуникации. Это и повышение активности различных слоев населения, разнообразных социальных групп. Немаловажную роль играет и естественное стремление «потребителя» к более совершенной, полной форме сообщения... Объединив всю эту аргументацию, нетрудно обосновать выделение для

информационных телепрограмм особого, первого места в программе» [3. С. 20-21]. Эти слова полностью актуальны и сейчас, этими аргументами пользуются сегодня руководители каналов, определяя основные направления приоритеты работы своей телекомпании, построение сетки вещания.

Печатная пресса рассказывает то, что было (реже о том, что будет), описывая условной вербальной знаковой системой факты, явления действительности, дела людей. Радиовещание в отдельных случаях делает то же самое в момент свершения события. А телевидение превращает потребителя информации в очевидца, иногда даже словно бы участника происходящего, что неизмеримо повышает эффективность информационной деятельности телевизионных компаний.

О способности телевидения влиять на восприятие действительности зрителем В.С. Саппак в 1963 г. писал: «Ощущение, что происходящее на вашем экране совершается само по себе и в эту секунду, что телеобъектив лишь фиксирует живой процесс, свободно развивающееся действие. «Подглядывание» за жизнью. Жизнь, застигнутая врасплох. Быть может, это самое сильное, что может дать телевидение» [12. С. 86].

Р.А. Борецкий в 1967 г. выработал, ставшие классическими, каноны информационного вещания [3. С. 25]: достоверность; обязательное содержание новости; полнота сообщения; оперативность, злободневность отображаемого факта; систематичность – строгая периодичность выпусков; композиция событийного материала, подчиненная структура жизненного факта его реальной фабуле; лаконизм информации; емкость формы; ритмичность компонентов периодики; жанровое разнообразие; специфичность объекта и ограниченность (природная) средств его отражения; подытоживание, систематизация потока фактов и событий дня.

Приведем мнение признанного отечественного специалиста в области телевещания Г.В. Кузнецова: «Информация предназначена для численно большой, социально и географически разнородной аудитории. Ей присуща быстрота и регулярность доставки к потребителю, опосредованный, безличный и, в известной степени, стереотипизированный характер. При максимальной экономии времени надо четко сообщить, что, где и когда произошло, а красоты стиля только помешали бы выполнить эту задачу» [10. С. 30].

Первое, что всегда отличало информацию от любой другой телевизионной структуры, – это оперативность. «Оперативность позволяет закрывать глаза на некоторую торопливость и поверхностность журналистских материалов новостных программ» [1. С. 122].

Несмотря на главное требование новостного телевещания – оперативность, для продвижения информационного продукта в условиях конкуренции, журналисты постоянно вынуждены искать новые выразительные средства. Когда это удается, журналистский материал на экране приобретает новые оттенки, вызывает больше доверия. Даже при внешне беспристрастной подаче информации наибольшей конкурентоспособностью обладают материалы, в которых нет привычных схем и штампов, есть оригинальная форма подачи.

Р. Дей, автор одной из первых вышедших в нашей стране книг о телевизионной практике, писал: «Если телевидение хочет работать в сфере информации максимально интенсивно, оно должно освещать рассматриваемые события кратко и в выразительной, развлекательной форме. Под словом "развлекательной" я подразумеваю не сенсационность или броскость, а живость, человечность, образность. Правилom информационных программ должно быть качество, а не количество» [5. С. 107]. А качество во многом зависит от адекватности использования изобразительно-выразительных средств телевидения.

Свойство телевидения передавать сообщение в форме движущихся изображений, сопровождаемых звуком, называют экранностью телевидения. Бла-

годаря экранности телевизионные новости воспринимаются сознанием непосредственно-чувственно.

О языке изображения в телевизионных новостях говорят в связи со знаковой природой телевидения. Система изобразительных средств в телевидении представляет собой совокупность двух типов знаков – условных и изобразительных.

Слово как элементарный компонент звучащей с экрана речи по своей природе – условный знак. Телевизионное изображение, представляющее собой визуальный слепок окружающей нас действительности, в исторической ретроспекции восходит к рисунку – иконическому знаку, сущность которого состоит в сходстве с референтным объектом.

Создатели новостной телепрограммы не просто воспроизводят действительность, а создают модель того или иного объекта. Эта модель отличается тем, что она воспринимается так, как если бы это был сам объект, т.е. с высокой степенью достоверности, что особенно важно для информационной тележурналистики [6. С. 118]. На этот феномен достоверности указывал в свое время С.В. Дробашенко [7], говоря об этом качестве как о специфическом качестве документальности телеязыка.

Говоря об изобразительно-выразительных средствах информационного телевидения, уместно привести следующие слова В.С. Саппака: «Абсолютный слух на правду – вот что от природы получило телевидение. Точность, документальность, подлинность составляют исходный пункт эстетики телевидения» [12. С. 88].

Показ действительно существующих людей в реальной обстановке – вот задача журналистики. Донести идею, развить тему, пользуясь лишь выразительными средствами камеры, зачастую бывает невозможно. Поэтому важнейшим компонентом информационного телевидения становится слово. Но в экранном контексте привычные функции слова, его назначение существенно меняются по сравнению с «печатной» журналистикой.

Экранное слово, произнесенное в кадре или за кадром, оживает, обретая богатство красок человеческой речи. «Оно персонифицировано, наделено чертами самого образа, который живет на экране, будь то человек, предмет, процесс – любое явление действительности» [13. С. 99]. Все это предъявляет к «живому» слову особые эстетические требования.

Э.Г. Багиров говорит о трех эффектах телеречи при взаимодействии с аудиторией: «эффекте присутствия» – прямое общение телезрителя; «эффекте доверия» – личностное общение телезрителя; «эффекте диалога» – двустороннее общение телезрителя [2. С. 49].

Г.В. Кузнецов отмечает, что «при всей кажущейся простоте хороший видео-сюжет состоит в прямом родстве с... античным театром. Это там впервые был сформулирован закон: "Рассказывать лишь о том, что не может быть показано. Прежде всего – действие, событие..."» [11. С. 60]. Видеоряд не всегда проясняет суть происходящего, поэтому часто смысловую нагрузку берет на себя текст, который помогает аудитории понять, что происходит на экране, что предшествовало тому или иному событию. Главное здесь не только то, что рассказывать, но и как рассказывать. Закадровый текст в новостных сюжетах – яркий, образный, простой для восприятия. В нем преимущественно используются простые предложения. Даже на серьезные темы журналисты говорят, используя простые формулировки.

Книга Ч. Коутса «Professional's TV News Handbook» начинается со следующих слов: «Азбучные требования к подготовке текста, звучащего в эфире, выражаются тремя понятиями – точность, ясность, краткость. Первые два требования можно назвать абсолютными, а краткость, хотя и является существенно важной, все-таки менее обязательна. Точность совершенно необходима, потому что нет смысла писать о том, чего нет. Нечаянная неточность может нанести не меньший вред, чем сознательное искажение фактов» [9. С. 5].

Профессор В.Л. Цвик добавляет к этому еще и такие требования, как «объективность, правдивость и честность, – ряд почти синонимический, но отражающий определенные оттенки репортерского мастерства» [14. С. 172].

Требования «объективности», «правдивости», «честности» в информационном вещании в большей степени имеют отношение к вербальной информации, поскольку на ней лежит функция оценивания, а за описательную функцию отвечает изображение.

При комментировании новостей оценка, как правило, существует в скрытом виде. Она не демонстрируется, а, наоборот, «прячется» за объективным показом жизни. По мере изменения задач в информационных жанрах (заметке – отчете – репортаже) оценка проступает все явственнее.

Самым простым и очень распространенным способом комментирования новостей является употребление в репортажах разных слов, имеющих определенную эмоциональную тональность – положительную или отрицательную [4. С. 59].

Комментирование также может осуществляться с помощью применения прилагательных и наречий, которые могут во многом определить тональность изложения – скажем, скептическую или, наоборот, одобрительную. Гораздо больший эмоциональный эффект дает использование таких стилистических средств, как эпитеты, метафоры, аллегории или гиперболы. При этом необходимо отметить, что оперативное комментирование не претендует на полный, заверченный анализ, тут большой налет впечатления – «факт еще не успел отстояться; по прошествии времени его можно будет точнее оценить, но для этого нужна дистанция...» [15. С. 64].

Эффективным способом наиболее полного раскрытия темы и реализации идеи является использование в новостном сюжете разных методов представления информации, когда, например, «в "тело" заметки встраиваются репортажные методы представления информации, или дополнительно интервью как метод представления информации» [8. С. 82] и др. Умелое использование разных методов позволяет включить в материал четко выраженные оценки.

Корреспонденты в качестве методов предоставления информации часто используют выступление в кадре (в телекомпаниях принято использовать термин «стендап») и интервью (синхрон). В основе этих методов лежит природное свойство телевидения, делающее зримым, узнаваемым изображение носителя информации – корреспондента или интервьюируемого лица.

«Человеческое лицо – важнейшее изобразительно-выразительное средство» [14. С. 250]. Психологи давно определили закономерность: доверие к источнику информации повышает доверие к самой информации. Вот почему так велико значение личности, появляющейся на телеэкране.

В конечном итоге выпуск новостей – это такое же произведение, которое должно оказывать эмоциональное воздействие на телезрителей, как и другие передачи.

Важно подчеркнуть, что, несмотря на постоянно увеличивающееся информационное поле, а также регионализацию, массовизацию и другие тенденции, характерные для современного телевидения, специфические особенности и изобразительно-выразительные средства информационного телевидения за все время не претерпели существенной трансформации, поскольку заложены в природных свойствах телевидения.

Литература

1. *Агапитова С.Ю.* Информационное вещание на ТВ: эволюция и современное состояние (на материале телевидения Ленинграда – Санкт-Петербурга): учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2003. 220 с.
2. *Баширов Э.Г.* Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978. 152 с.
3. *Борецкий Р.А.* Телевизионная программа: очерк теории пропаганды. М.: Наука, 1967. 380 с.
4. *Воскобойников Я.С., Юрьев В.К.* Журналист и информация: профессиональный опыт западной прессы. М.: РИА «Новости», 1993. 204 с.

5. Дей Р. Телевидение. Личный взгляд на новую область журналистики / пер. с англ. Н. Голыдкина. М.: [Б.и.], 1967. 107 с.
6. Дорошук Е.С. Журналист и журналистская деятельность в системе публичных коммуникаций. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. 260 с.
7. Дробашенко С.В. Феномен достоверности: очерки теории документального фильма. М.: Наука, 1972. 183 с.
8. Егоров В.Н. Системный подход к разработке содержания профессиональной жанровой подготовки в области тележурналистики // Электронная журналистика: стратегии повышения качества журналистского образования: коллективная монография / под науч. ред. Е.С. Дорошук. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. Разд. I, гл. 2. С. 43-87.
9. Коутс Ч. Новости на экране (руководство для тележурналистов). М.: ВГТРК, 1998. 17 с.
10. Кузнецов Г.В. ТВ-журналист. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. 251 с.
11. Кузнецов Г. Что надо знать будущим телезвездам // Вся Россия. IV фестиваль региональных телекомпаний. Каталог участников. М.: [Б.и.], 1999. С. 60.
12. Салпак В.С. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Искусство, 1988. 167 с.
13. Телевизионная журналистика: учебник [для вузов] / под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвик, А.Я. Юровского. 4-е изд., испр. перераб. М.: Изд-во Моск. ун-та; Высш. шк., 2002. 289 с.
14. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 319 с.
15. Шостак М.И. Журналист и его произведение: практ. пособие. М.: ТОО «Генфальд», 1998. 96 с.

АНОХИН АНТОН ИГОРЕВИЧ. См. с. 276.

УДК 821.512.111 Иванов7Нарспи

Ю.М. АРТЕМЬЕВ

ТРАГИЧЕСКОЕ В ПОЭМЕ «НАРСПИ» К.В. ИВАНОВА

Ключевые слова: трагическая коллизия, катарсис, драма, типология.

Проанализированы жанровые особенности поэмы «Нарспи», синтез трагического и эпического в ней.

Yu.M. ARTEMYEV
TRAGICAL IN THE POEM «NARSPI» OF K.V. IVANOV

Key words: tragical collision, catharsis, drama, typology.

There were analyzed «Narspi» poem peculiarities of the genre, epical and tragical synthesis in this work.

Набрасывая внутренний портрет трагического героя, *Аристотель* выделяет в нем наиболее характерные (обязательные) штрихи. Трагическое действие сопровождается с катарсисом, а «сострадание бывает лишь к незаслуженно страдающему» [1. С. 658]; или: трагический герой это – тот, «кому довелось претерпеть или совершить ужасное» [1. С. 659], а сам он чаще всего в финале гибнет. Что примечательно, в тех случаях, когда «даже злейшие враги по сказанию, как *Орест* и *Эгисф*, уходят под конец со сцены друзьями и никто ни от кого не умирает» [1. С. 659], перед нами не трагедия, а комедия. Итак, нетрудно заметить: отмеченные *Аристотелем* типологические черты трагического в поэме «*Нарспи*» налицо. Сегодня мы уже уверенно можем сказать, что именно благодаря трагическому шагу и поступкам *Нарспи* навеки осталась в памяти народа. Не будет преувеличением сказать, ее признание не ограничивается рамками собственно чувашской культуры, это – явление общечеловеческое. *Нарспи*, отстаивая свободу личности, в столкновении с антигуманными и консервативными силами погибает. Перед нами уникальный в чувашском искусстве случай – переход гибели в воскресение, т.е. беспрецедентный способ утверждения бессмертия. Жизнь *Нарспи* продолжается в сознании народа, пока он жив – ее образ не поблекнет.

Трагическое начало в том или ином произведении обусловлено столкновением враждующих сил. С кем же борется *Нарспи*, кто является ее врагом? Портреты действующих лиц в поэме набрасываются скупыми штрихами, но рисунок у автора