

УДК 070:654.022 + 316.774:654.1

Ю. С. Асташова
Д. Л. Стровский

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ВЕЩАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: НА ПРИМЕРЕ «CANAL SUR» (АНДАЛУСИЯ, ИСПАНИЯ) И «ОТВ» (ЕКАТЕРИНБУРГ, РОССИЯ)

Рассматриваются особенности современного новостного вещания на региональном телевидении. С помощью терминов «информация» и «телеинформация» авторы стремятся выявить закономерности информационной политики двух региональных телеканалов — в России и Испании и обозначить содержательные приоритеты их вещания. Для более точного понимания роли информационного вещания в обществе авторы прибегают к форме опроса. На основе изучения обширного эмпирического материала (40 новостных выпусков) и данных опроса делаются выводы об эффективности информационного воздействия этих двух телеканалов и возможностях их взаимодействия с аудиторией.

К л ю ч е в ы е с л о в а: СМИ; телеинформация; информационное вещание; новости; аудитория.

Новости, которые являются «визитной карточкой» современных телеканалов, играют все более значимую роль в сетке вещания. Многие из этих каналов, как общенациональные (федеральные), так и региональные и местные, предлагают несколько выпусков теленовостей в день. Именно эти программы являются информационным «якорем», притягивающим и рекламодателей, и зрителей. Поэтому, несмотря на то, что в коммерческом отношении новости не могут быть прибыльным проектом, каждая уважающая себя редакция старается вложить в их создание максимум усилий и средств и сделать эти сюжеты востребованными для аудитории.

АСТАШОВА Юлия Сергеевна — руководитель отдела PR и рекламы Выставочной компании «Эксперт», г. Екатеринбург (e-mail: noskinabataree@gmail.com).

СТРОВСКИЙ Дмитрий Леонидович — доктор политических наук, профессор кафедры истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: strovsky@mail.ru).

© Асташова Ю. С., Стровский Д. Л., 2016

Региональные каналы в России более приближены к зрителю, нежели федеральные. Если последние воспринимаются в общественном сознании как информационные источники, позволяющие лучше понять государственную политику, то к региональным и тем более местным телеканалам аудитория относится принципиально иначе. Зрители подсознательно ждут от «своего» телевидения большей «душевности», «теплоты», «приближенности к народу» по сравнению с федеральными телеканалами. На практике, однако, это получается не всегда, поскольку проблема политической и финансовой зависимости регионального телевидения от властных структур и акционеров оказывается фактором, определяющим их информационную политику.

Проблема нахождения компромисса между интересами учредителей и потребителей информации носит глобальный характер и актуальна не только для российских телеканалов. Многие европейские страны, например Франция, Чехия, Венгрия и др., четверть века назад уже пережили серьезную трансформацию рынка СМИ. Это выразилось в увеличении числа общенациональных, региональных и местных телеканалов и, соответственно, в появлении большего разнообразия предлагаемого контента. В условиях начавшейся тогда глобализации, в том числе и информационной, и возросшей экономической конкуренции многие телевизионные редакции за рубежом оказались перед сложной дилеммой: как и на какую именно аудиторию следует работать в сложившихся условиях?

Поиск ответа на этот вопрос продолжается и сегодня. Сложность этого процесса определяется тем, что массовая информация не является статичным продуктом. Она обновляется не только каждый день, но и ежечасно, что порождает проблему создания и устойчивого развития информационной политики всех без исключения телеканалов — политики, главную скрипку в которой играют новости.

Таким образом, исследование специфики информационного вещания приобретает не только теоретический, но и практический интерес. Рассмотрение этой темы становится более значимым при сравнительном восприятии деятельности различных телеканалов. Благодаря этому появляется возможность лучше понять, в какой мере профессиональные ориентиры редакций совпадают с ожиданиями аудитории.

Мы остановили свое внимание на сопоставлении информационного вещания двух региональных телеканалов — российского и испанского. Почему для сравнения взято именно испанское телевидение? Несмотря на множество различий, присущих двум странам в политическом, социально-экономическом и духовном отношениях, а также в развитии массово-информационных процессов, у аудиовизуальных СМИ этих стран есть схожие черты. И те, и другие СМИ долгое время развивались в авторитарных условиях, испытывая ярко выраженные ограничения. В 1970-е гг. телевидение Испании и в содержательном отношении, и в техническом выглядело отстающим на фоне телевидения многих европейских стран. Схожим было положение и советского телевидения: у нас функционировало лишь государственное ТВ. Ни о какой вариативности информации и возможностях ее выбора не могло быть и речи.

Процесс трансформации информационного телевидения в обеих странах происходил почти одновременно, с разницей лишь в несколько лет. В Испании он начинается в конце 1970-х гг., после смерти диктатора Франко (правившего страной без малого четыре десятилетия), в нашей стране — в период горбачевской перестройки и последовавших за ней рыночных реформ 1990-х гг. В обеих странах в это время пытаются создать и реализовать конкурентоспособный информационный продукт.

Многое действительно удалось — и в отношении тематического разнообразия информации, и по части более свободного, чем прежде, общения с аудиторией, в том числе в рамках информационного вещания. Более неформальным стало поведение ведущих новостных выпусков, которые перестали напоминать «говорящие головы» и превратились в активных соучастников обсуждаемых событий. Это коснулось не только столичных телеканалов в обеих странах, но и региональных.

Более детальный анализ информационного вещания на двух телеканалах — «Canal Sur», находящемся в испанской провинции Андалусия, и екатеринбургском «ОТВ» — представляет особый познавательный интерес. Отталкиваясь от такого базового понятия, как телеинформация, мы попытались определить особенности информационной политики регионального телевидения этих стран. До сих пор эта политика не подвергалась сравнительному анализу. Кроме того, сопоставление содержательных приоритетов отмеченных телеканалов позволило точнее понять информационные тенденции, присущие современному региональному телевидению в целом.

Жанр телеинформации как предмет научного познания

Обратимся в первую очередь к исследованию самого термина «информация». Рамки статьи не позволяют рассмотреть его в полном объеме, принимая во внимание распространенность этого термина во многих научных направлениях (как гуманитарных, так и технических, естественных) [10]. В различных подходах к определению сущности и смысловых приоритетов информации кроется основная причина, почему она по-прежнему не получила «общепринятого, исчерпывающего определения» [11]. С одной стороны, она воспринимается как сообщение о чем-либо, как сведения об окружающем мире [16, 245], свойство материи [8], а с другой — как фактор управления [28, 16] и основа для принятия решений на всех этапах развития общества и государства [9, 5]. При этом подходы к изучению этого понятия предлагаются самые разнообразные.

Затрагивая тему информации как таковой, нельзя вместе с тем забывать, что она неразрывно связана с целостной эволюцией общества. Так, И. В. Мелик-Гайзякян рассматривает информацию как единый необратимый процесс [14], а Б. А. Семеновкер воспринимает ее в виде опыта, накапливаемого в ходе всей эволюции человека [23, 5–6]. В качестве доказательства Б. А. Семеновкер ссылается на становление ранних форм коммуникации, которые были как вербальными, так и невербальными. К числу последних он относит музыку, изобразительное и танцевальное искусства. Именно в начальный период формирования

коммуникационного процесса зарождается письменность и появляется возможность фиксировать информацию.

Следующий период связан с возникновением книгопечатания и уже активным тиражированием информации [9, 7]. Отныне коммуникационный процесс становится востребованным не в индивидуальном, а в массовом сознании. В свою очередь, интенсивное развитие наук дает существенное расширение информационного пространства. Появляется возможность говорить о разных типах информации — социальной, биологической, психологической и т. д.

«Информационная революция» дает мощный толчок динамике распространения информации, ее вариативности и аудиторному охвату [9, 7]. Это становится возможным благодаря изобретению технических средств доставки сообщений — телеграфа, радио, телевидения. Это время характеризуется усилением роли СМИ в обществе. Информация становится оружием манипулятивного воздействия и пропаганды. В то же время информация воспринимается и как кибернетическая единица. Так, математики К. Шэннон [28], У. Эшби [30] рассматривали ее в абстрактно-глобальном плане, как средство, способное менять и окружающее пространство, и мышление, поведение больших общественных групп. Соответственно, информационная теория, которой они оперировали, предполагала преемственность основных признаков того или иного явления.

Восприятие информации в социальной сфере с самого начала базировалось на идее последовательного накопления сведений, осуществляемого в ходе повседневной человеческой практики [20, 94]. Вместе с тем, например, А. Д. Урсул воспринимал этот процесс, исходя в большей мере не из массового, а индивидуального мышления. Он полагал, в частности, что информация всякий раз интерпретируется для решения конкретных задач и в зависимости от потребностей субъекта [25, 15].

На рубеже тысячелетий мир вступил в новый информационный период. Интернет-технологии уже превратили информацию в «глобальный, в принципе неисчерпаемый ресурс» [1, 10]. Многогранность понятия информации на сегодняшний день позволяет рассуждать и о разнообразных аспектах ее применения. Однако мы остановимся лишь на некоторых из них.

Ю. А. Шерковин видел в передаче любой информации сложный и нелинейный процесс, в ходе которого происходит реализация различных потребностей субъекта. Для достижения оптимального результата ответственность возлагается на механизм передачи информации, благодаря чему стереотипы в личном и общественном сознании либо преодолеваются, либо множатся [29]. Данное утверждение напрямую относится к возможностям реализации социальной коммуникации, в том числе и телеинформации, являющейся базовым понятием для нашей статьи.

Следует признать, что еще за много лет существования телевидения предпринимались попытки разграничения журналистской информации и телеинформации. Телеинформация не всегда бывает журналистской, с учетом того, что последняя предполагает определенный уровень непредвзятости, выверенного отношения к исследуемым фактам. Вместе с тем границы между названными видами информации по-прежнему размыты, что приводит и к противоречивым

определениям понятия телеинформации. Это связано с многообразием граней этого термина.

В широком смысле под телеинформацией можно понимать практически весь объем телевизионного вещания, а в узком — его информационные выпуски. По каждому из названных направлений к настоящему времени существует своя «теория вопроса». Например, для Е. А. Войтик телеинформация неотрывна от таких понятий как пространство, время и системность. Их совокупность позволяет рассматривать информационную реальность в ее комплексном восприятии, с учетом постоянно возникающей изменчивости [4]. В свою очередь, Р. Арнхейм анализирует психологические аспекты восприятия телеинформации. Он справедливо отмечает, что при ее создании синтезируется слово и картинка, и это рождает принципиально новое отражение действительности [2, 120]. Тем самым, подчеркивает Р. Арнхейм, происходит не линейное воспроизведение факта, а его обобщение (применительно к наиболее существенным явлениям жизни). Вместе с тем значительно больше исследователей воспринимают телеинформацию в сугубо прагматическом смысле. Так, Г. В. Кузнецов и др. [12], Н. В. Зверева [6] и С. Н. Ильченко [7] рассматривают телеинформацию прежде всего как основу новостных выпусков.

Рассуждая о специфике информации на телевидении, В. В. Егоров отмечает, что этот вид СМИ, в отличие от других, дает «не хлеб, а зрелища», делая зрителей соучастниками событий. Этих возможностей лишена газета и лишь частично может воплотить в жизнь радио [5]. С данным суждением трудно согласиться, поскольку деятельность всех без исключения СМИ основывается на информационной, образовательной, просветительской и других важнейших социальных функциях. Таким образом, эффектное и наглядное транслирование «духа» события — это далеко не все, на чем призвано строить свое воздействие современное телевидение. Другое дело, что содержание информации здесь неотделимо от операторской работы, которая может либо усилить эффективность того или иного сюжета, либо свести это воздействие на нет. Кроме того, формат телеинформации применительно к любому новостному вещанию, ориентированному на массовую аудиторию, не позволяет осветить событие во всей его полноте, что с неизбежностью требует включения в сюжеты особого языка и ярких «картинок», которые становятся специфическим проявлением информационной деятельности.

Нельзя не признать, что действительность, отображаемая в телеинформации, не просто фиксируется журналистом и оператором, но всякий раз моделируется — с учетом содержательной стратегии телеканала, специфических задач, которые ставят перед собой репортеры при создании сюжетов, и других факторов, определяющих концепцию информационного вещания. Отсюда многие исследователи сходятся во мнении, что сама информация предоставляет множество возможностей для быстрой и эффективной реализации манипулятивных целей. Психолог Р. Харрис связывает это с тем, что для усвоения информации с телеэкрана нужно прикладывать куда меньше усилий, чем для усвоения информации радио и прессы [27]. Вторя ему, В. Т. Третьяков пишет об «одномоментном и сколько угодно по продолжительности психологическом воздействии на всех граждан», подчеркивая

при этом главные свойства телеинформации: доступность, массовость, усвояемость и способность затронуть чувства и эмоции [24, 205].

Таким образом, к настоящему времени применительно к медиаинформации вообще и телеинформации в частности накоплен целый ряд научных подходов, позволяющих более продуктивно оценить практику функционирования телевидения.

Телевидение России и Испании: особенности функционирования

Как уже отмечалось, к концу 1980-х гг. наследие авторитарного режима, действующего в обеих странах на протяжении многих десятилетий, еще не ушло в прошлое, однако политическая трансформация, предпринятая в эти годы, определила перемены во многих сферах жизни, в том числе и в области массовой информации.

Это время характеризуется процессом децентрализации массмедиа. Испанский федеральный телеканал RTVE постепенно утрачивает лидерство в вещании, которое завоевывают региональные каналы: сначала в Каталонии и на Канарских островах, затем и по всей Испании. Смена приоритетов во многом определялась падением интереса к ангажированному и предсказуемому в информационном плане федеральному каналу, что и привело к усилению позиций регионального телевидения (особенно в экономически развитых провинциях страны). Как отмечает В. И. Сафонов, телеканал RTVE, как главный франкистский транслятор пропаганды, уделял довольно слабое внимание актуальным событиям и проблемам, что в конечном итоге и привело к его серьезному провалу [22]. В свою очередь, телекомпании, вещающие в крупных городах, стали выдавать по-настоящему нужный населению информационный продукт. Практически все они начинали с нескольких часов собственного вещания в день, но довольно скоро приступили к созданию собственных программ. Через несколько лет в регионах появляются уже крупные медиахолдинги.

Аналогичная ситуация чуть позже разворачивается и в России. Горбачевская гласность стимулировала возможности отечественного телевидения, что привело к появлению в регионах десятков филиалов ВГТРК и частных телеканалов [7]. К середине 1990-х гг. в России в совокупности насчитывалось уже более семидесяти телекомпаний.

Не последнюю роль в организационной трансформации телевидения в обеих странах сыграло совершенствование законодательной базы. Принятые в 1978 г. поправки к Конституции Испании закрепили автономное право телеканалов на распространение информации, культурное и художественное своеобразие своей продукции [17]. Это привело к снижению зависимости региональных телеканалов от каналов общенациональных и к постепенной децентрализации вещания. В настоящее время в Испании, кроме того, действует Закон о СМИ, принятый на основе правовой базы Евросоюза, есть также отдельный закон «О частном телевидении». Сегодня обсуждается и проект новой редакции закона «О радио и телевидении государственного значения».

В России процесс закрепления правового статуса телевидения оказался более сложным. Долгое время единственным юридическим регулятором деятельности

телевидения был Федеральный закон о СМИ 1991 г. [26], однако в этом документе собственно телевизионная деятельность не получила специального освещения. Сегодня существует много законодательных актов, которые в той или иной мере регулируют деятельность телевидения. К ним относится, например, закон «О рекламе» (от 13.03.2006), закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (от 29.12.2010) и т. д. Вместе с тем закон «О телевизионном вещании и радиовещании» до сих пор не вступил в силу. И это несмотря на то, что он был одобрен Госдумой еще в 1997 г. Отдельные положения, в частности право на свободу слова, права и обязанности редакционного коллектива и ряд других, по-прежнему регулирует уже отмеченный Закон о СМИ. Однако за четверть века, прошедшие с момента принятия этого документа, многие его положения вступили в противоречие с практикой телевидения.

Все сказанное выше позволяет говорить о большей правовой защищенности испанских телекомпаний по сравнению с телекомпаниями российскими.

Несмотря на различия в правовом обеспечении деятельности телевизионных СМИ Испании и России, аудитория обеих стран испытывает к ним ярко выраженный интерес. На сегодняшний день в нашей стране вещают свыше 150 региональных и местных каналов [3], что само по себе свидетельствует о ярко выраженной потребности отечественной аудитории получать различную информацию через «голубой экран». Испания не может сравниться с Россией ни по территориальным масштабам, ни по численности населения, и именно по этой причине формальные темпы развития телевидения здесь скромнее. На данный момент в Испании на федеральном уровне ведут трансляцию два государственных и три частных телеканала. Кроме того, существует 11 автономных телеканалов, действующих в провинции. Вместе с тем, по словам Г. Н. Пашкова, телевидение является для испанцев «самым любимым» средством информации, их «второй жизнью» [13, 48]. На общем фоне провинциального телевидения по всем показателям лидирует TV-3 Каталонии, аудитория которого составляет 20,9 % всего испанского населения. Андалусский «Canal Sur» уступает ему на 6,1 % [19, 50]. В России телевизор также давно стал популярным способом досуга. Средний россиянин находится у телеэкрана 190 минут. Хотя бы один телевизор есть почти в каждой городской российской семье. А в каждом четвертом доме — два телевизора [13, 193]. При этом предпочтения аудитории в отношении федеральных и региональных телеканалов распределяются практически одинаково. В отдаленных районах, правда, в силу технических обстоятельств большей популярностью пользуются федеральные каналы.

Все это свидетельствует о том, что региональное ТВ довольно популярно как в России, так и в Испании.

Особенности информационного вещания на «Canal Sur» и «OTB»

Для того чтобы полнее представить специфику информационного телевидения на двух телеканалах, проанализируем особенности их современного развития и содержания.

Политику канала «Canal Sur», основанного в 1989 г., во многом определил уже существующий к тому времени закон об автономном статусе Андалусии. Этот документ провозгласил, в частности, идею защиты свобод граждан, уважение к политическим, социальным, культурным ценностям и право на выражение свободного мнения [18]. Канал неофициально считается «правительственным», но критикует политику премьер-министра Испании Мариано Рахоя, а также его партии. Сегодня «Canal Sur» осуществляет круглосуточное вещание, предлагая самые различные по содержанию наполнению программы. Среди них — четыре информационных выпуска: «Primera hora y Buenos días» («Первый час и с добрым утром»), «Noticias mediodía» («Дневные новости»), «Mas que noticias» («Больше чем новости») и «Noticias noche» («Ночные новости»). Каждый такой выпуск длится не менее получаса и включает в себя сообщения и репортажи, связанные с политической, социально-экономической и культурной жизнью Андалусии.

В свою очередь, телекомпания «ОТВ» начала свое вещание в 1997 г. Сегодня она является региональным каналом, транслируя информацию на 105 населенных пунктов Свердловской области. В сетке канала присутствуют программы информационного, общественно-политического и художественного характера. Часть продукции (фильмы и сериалы) приобретается, однако большая часть контента производится на месте. «ОТВ», как значится на его сайте, «призвано обеспечивать информационное сопровождение деятельности органов государственной власти Свердловской области и реализовывать социально значимые проекты...» [21]. В силу этого телеканал претендует на изложение официальной точки зрения по основным темам дня. При этом «ОТВ» смотрит практически половина жителей Свердловской области, что связано с его техническими возможностями. Канал также считается «проправительственным» и, по сути, нацелен на создание благоприятного имиджа губернатора и областного правительства.

На общем фоне вещания выпуски новостей занимают весомое место: в течение суток на «ОТВ» выходит в общей сложности 17 выпусков программы «События». На выходные дни приходятся итоговые новостные выпуски.

В преддверии подготовки данной статьи мы проанализировали в общей сложности 40 информационных выпусков, увидевших свет на андалусском «Canal Sur» и екатеринбургском телеканале «ОТВ» с апреля по декабрь 2013 г. Разумеется, данное количество не является достаточным для исчерпывающего содержательного анализа, но позволяет выявить ряд проблем, характерных для российского регионального вещания, и пути их разрешения. Имеющийся эмпирический материал позволил проанализировать основные содержательные тенденции, присущие информационному телевещанию в двух странах. Эти тенденции показали нам, с одной стороны, наличие политизации предоставляемой информации. С другой стороны, обоим телеканалам присуще как стремление к поиску интересных и актуальных форм общения с аудиторией, так и определенная шаблонность в отборе материала и его обработке.

Обратимся к практике андалусского «Canal Sur». Сюжеты на политическую тему в его новостных выпусках составили в общей сложности 17 % вещания, криминал — 18 %, новости социальной сферы — 18 %, новости культуры, включающие

развлекательные сюжеты, — 17 %. На этом фоне внимание к международным новостям ослаблено и составляет лишь 12 %, к новостям экономики — 15 %. Сообщения о спорте и вовсе занимают 3 % общего объема. Информационные приоритеты «ОТВ» выглядят по-другому. Новости политики занимают в общем объеме все те же 17 %, в то время как экономика — лишь 10 % (в полтора раза меньше, чем на «Canal Sur»). Зато новости культуры, социальной сферы и спорта лидируют, составляя соответственно 22, 21 и 6 % всего вещательного объема. Также «ОТВ» опережает «Canal Sur» по числу сюжетов на криминальную тему, составляющих 24 % всего информационного вещания. Как видим, несмотря на схожие информационные приоритеты, их пропорции на «Canal Sur» и «ОТВ» разнятся. Есть и принципиальные различия в информационных подходах. Так, новости на международную тему, которые с регулярностью получает испанская аудитория в Андалусии, не занимают существенного места на «ОТВ». Это определяется, на наш взгляд, активной вовлеченностью Испании в общее политическое и экономическое пространство с соседними европейскими и североафриканскими странами и значительно более выраженной по сравнению с Россией самостоятельностью регионов в формировании повестки дня по ключевым вопросам жизни. Не столь заметны на «Canal Sur» и сюжеты на криминальную тему. Европейское телерадиовещание вообще и испанское в частности никогда не стремилось испугать телезрителей, вызвать у них дискомфортное состояние. Этому принципу испанские тележурналисты следуют и сегодня, в то время как их коллеги, работающие в нашем регионе, не гнушаются «ужасниками», предлагая зрителям криминальные сюжеты «на грани фола».

Обозначив общие содержательные тенденции информационного вещания на двух каналах, отметим сходства и различия в подаче сюжетов. За основу сравнительного анализа упомянутых сорока сюжетов были взяты четыре критерия: верстка, роль ведущих, оформление студии, особенности подачи сообщений.

К каким выводам мы пришли?

1. Новостные сюжеты, демонстрируемые на «Canal Sur», по хронометражу длиннее, чем их аналоги на «ОТВ». При этом, однако, все андалусские новостные выпуски (за исключением дневного, тяготеющего к развлекательной информации) построены непривычно: одни и те же новости вначале подаются в укороченной форме, предваряющей программу (с комментариями и подводками ведущего), а потом в расширенной. Этот подход призван усилить внимание к информационным выпускам особенно в утреннее время, когда смотреть весь 30–40-минутный выпуск нет возможности.

2. Политика занимает важное место в выпусках как испанского, так и российского регионального телевидения. Более того, при внимательном рассмотрении сюжетов, демонстрируемых на обоих телеканалах, начинаешь понимать и степень их ангажированности. Это объяснимо. В финансовом отношении «Canal Sur» подчинен региональному правительству, телеканал «ОТВ» — областному правительству. Это усиливает политическую ангажированность вещания и ведет к снижению качества информации. При этом екатеринбургский канал, половина активы которого находятся в ведении области, даже не стремится ретушировать

свои политические амбиции. Что касается компании RTVA, в чьей собственности находится «Canal Sur», то большое количество сюжетов, позитивно оценивающих деятельность регионального правительства, тоже ставит под сомнение объективность транслируемой информации.

3. Новости «Canal Sur» менее статичны и формализованы по сравнению с новостями канала «ОТВ». Об этом можно судить по неформальной одежде ведущих, их свободной манере общения со зрителями. Мы также объясняем это особенностями национального характера: сдержанность не воспринимается испанцами как благо. Информационная программа «События», демонстрируемая ежедневно на «ОТВ», более традиционна по манере вещания, последовательности изложения сюжетов. На наш взгляд, это ограничивает внимание к программе со стороны массовой аудитории.

4. В свою очередь, роль журналистов в испанских новостях во многом нивелирована по сравнению с их екатеринбургскими коллегами. Они крайне редко появляются в стендапах, еще реже используются прямые включения. Принципиально иная ситуация традиционно сложилась в России. В наших новостных выпусках (в том числе и на «ОТВ») стендапы зачастую становятся обязательным элементом подачи материала.

5. Признавая интересные подходы, предлагаемые в новостных сюжетах на обоих телеканалах, нельзя отрицать, что подача информации все же отличается шаблонностью. Большинство авторов не очень озабочено поиском оригинальной формы изложения материала. В заслугу «ОТВ» следует поставить присутствие главного героя (практически в каждом сюжете). «Canal Sur» на этом фоне проигрывает, поскольку здесь не принято подавать информацию через личность, что затрудняет раскрытие различных социальных проблем «в человеческом ключе».

Для получения более детальной картины информационного вещания на канале «ОТВ» мы прибегли к анкетированию зрительской аудитории. Было опрошено 100 человек с целью получения информации о том, насколько является популярным у зрителей этот телевизионный канал. Анкета содержала открытые и закрытые вопросы: «Смотрите ли вы телевизор?», «Обращаете ли внимание на выпуски новостей региональных (местных) телекомпаний?», «Устраивает ли вас качество этих новостей?», «Есть ли недостатки, и если да, то какие, у этих информационных выпусков?». Кроме того, нашим респондентам было предложено представить себя на месте выпускающих редакторов информационных выпусков и расставить предложенные темы в приоритетном для них порядке. При этом для большей объективности не было указано, что речь шла об утренних выпусках новостей телекомпаний «ОТВ» и «Canal Sur». Предложенные задания условно были пронумерованы как выпуск 1 и выпуск 2.

Опрашиваемую в Екатеринбурге аудиторию мы разделили на три возрастные группы: молодежь (преимущественно студенты) в возрасте от 20 до 30 лет; люди среднего возраста, в основном служащие — от 30 до 50 лет; люди предпенсионного и пенсионного возрастов — старше 50 лет. Данная классификация стала возможной с учетом статистики возрастного состава населения [15]. Нам пришлось исключить из исследования граждан до 15 лет и старше 80 лет, что

предопределило определенные погрешности при получении его результатов. Вместе с тем сужение аудитории, на наш взгляд, не повлияло принципиальным образом на итоги анкетирования.

Полученные ответы подтвердили, что телевизор по-прежнему является значимым информационным источником для подавляющего числа респондентов. При этом большую часть опрошенных устраивает качество региональных новостей. Однако недовольных качеством вещания оказалось также много (31 %).

Среди наиболее распространенных претензий в адрес новостей звучали: нехватка объективности информации, низкое качество и слабая оригинальность операторского материала, недостаток позитивных новостей и глубины раскрытия предлагаемых тем. Некоторые респонденты отметили, что СМИ ангажированы, не ставят острых вопросов в материалах и ленятся искать небанальные сюжеты.

Мы попросили респондентов расположить темы, представленные в ряде новостных выпусков «ОТВ», в приоритетном для них порядке и получили следующую картину: содержание многих выпусков далеко не всегда соответствует ожиданиям аудитории. Первые сюжеты любого телевыпуска чаще всего рассказывают о чисто политических событиях дня. Однако, как показал опрос, политика не является приоритетной темой, особенно сегодня, когда она подается в позитивно окрашенном ключе. Зато аудитория с пониманием относится к появлению в выпусках новостей острых проблемных материалов, касающихся ее региона. А вот их-то как раз не хватает.

Исходя из ответов, стало ясно и другое: телезрителям недостает обсуждения тех тем, которые выходят за рамки повестки дня, предложенной информационными агентствами. От канала «ОТВ» ждут и большей конфликтности в ходе обсуждения политических и экономических вопросов. Вместе с тем, как показал опрос, зрители «ОТВ» отрицательно относятся к выпускам новостей, где преобладает негативная по содержанию информация; им нравятся позитивные сюжеты. Потребность в более частом появлении «теплой» социально ориентированной информации можно объяснить общей усталостью аудитории от проблемных ситуаций повседневности. Вот почему зрители невольно тяготеют к позитивно окрашенным сюжетам, способным хотя бы на время умиротворить их сознание.

Выводы

Поиск оптимального алгоритма построения новостей — одна из важнейших задач, которую приходится решать любой телевизионной редакции. Как театр начинается с вешалки, так и внимание к телеканалу во многом определяется качеством и разнообразием его информационного вещания.

На качество этого вещания влияют многие факторы, однако один из приоритетных — умение редакционного коллектива сохранить стремление к подбору сюжетов с учетом интересов массовой аудитории, желание представить различные взгляды по существу обсуждаемых вопросов, стремление репортеров увидеть за отдельно взятыми фактами определенные тенденции нашей социальной жизни.

Казалось бы, эти требования давным-давно известны. Однако современная практика регионального информационного вещания не только в нашей стране, но и за рубежом подтверждает, что даже хорошо зарекомендовавшие себя правила формирования профессиональной репутации далеко не всегда оказываются востребованными. Более того, сегодняшнее развитие этой практики определяется возросшим уровнем политизации, при которой социально значимые сюжеты отходят на второй план, уступая место ангажированным материалам. Эта проблема присуща и екатеринбургскому каналу «ОТВ», и андалусскому «Canal Sur». В их деятельности отчетливо заметно стремление к позитивному освещению органов власти, являющихся учредителями этих СМИ. Эта тенденция определяется длительной автократической традицией существования СМИ в России и Испании, предопределившей современное восприятие ими окружающей жизни. На этом фоне социально значимая информация на обоих каналах отходит на второй план, так же, как и взаимодействие с аудиторией (которое может достигаться посредством ее «включения» в обсуждение той или иной темы).

Очевидно, что региональному телевидению в обеих странах еще предстоит много сделать для сбалансированной подачи новостей, придания им по-настоящему социального характера. Эти требования необходимы прежде всего для повышения значимости информационного вещания и роста массового интереса к нему.

-
1. Абдеев Р. Ф. *Философия информационной цивилизации*. М., 1994.
 2. Арнхейм Р. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974.
 3. Википедия.ру. Список российских телеканалов. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 01.11.2015).
 4. Войтик Е. А. Телеинформация как элемент создания информационного пространства университетского ТВ [Электронный ресурс]. URL: <http://ou.tsu.ru/seminars/eois2012/articles/voytik.pdf> (дата обращения: 13.05.2014).
 5. Егоров В. В. *Телевидение: теория и практика*. М., 1992.
 6. Зверева Н. В. *Тележурналистам из регионов: ответы на ваши вопросы*. Н. Новгород, 2004.
 7. Ильченко С. Н. *Отечественное телевидение на рубеже столетий*. СПб., 2009.
 8. Колин К. К. *Философия информации и структура реальности; концепция «четырех миров»* [Электронный ресурс] // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 2. URL: http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2013/2/Kolin_Philosophy-Information-and-Structure-Reality/22_2013_2.pdf (дата обращения: 01.11.2015).
 9. Копылов В. А. *Информационное право*. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2002.
 10. Коротаев С. М. Универсальные естественно-научные понятия [Электронный ресурс]. URL: http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/korotaev_entropya/korotaev_entropya.htm (дата обращения: 10.10.2013).
 11. Коштов В. В. *Информационные системы и феномен жизни*. Тбилиси, 1998.
 12. Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. *Телевизионная журналистика*. М., 2002.
 13. Назайкин А. Н. *Медиапланирование*. М., 2010.
 14. Мелик-Гайказян И. В. *Информационные процессы и реальность*. М., 1998.
 15. Муниципальный регистр населения [Электронный ресурс]. URL: http://passport66.ru/mrn/mrn_table.php (дата обращения: 12.05.2014).
 16. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. *Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений*. 2-е изд., испр. и доп. / Рос. АН, Ин-т рус. яз., Рос. фонд культуры. М., 1994.

17. Официальные документы Андалусии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/2> (дата обращения: 02.09.2013).
18. Официальный портал Союза Андалусии, статья 5 «О правовом статусе». URL: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/2> (дата обращения: 12.05.2014).
19. Пашков Г. Н. СМИ Испании // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2000. № 5.
20. Российский гуманитарный энциклопедический словарь : в 3 т. М., 2002. Т. 2.
21. Сайт телеканала «ОТВ». URL: <http://www.obltv.ru> (дата обращения: 13.05.2014).
22. Сафонов В. И. Телевидение Испании: демократический путь развития : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000.
23. Семеновкер Б. А. Эволюция информационной деятельности. М., 2009. Т. 1.
24. Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. М., 2010.
25. Урсул А. Д. Информация. М., 1971.
26. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения: 13.05.2014).
27. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.
28. Шеннон К. Работы по теории информации. М., 1966.
29. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.
30. Эшби У. Р. Введение в кибернетику. М., 1959.

Статья поступила в редакцию 11.11.2015 г.

УДК 81'42 + 004.738.5

Е. В. Горина

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВЫХ КАТЕГОРИЙ В ДИСКУРСЕ ИНТЕРНЕТА

В статье анализируются изменения, происходящие с текстовыми категориями в условиях Интернета. Сетевой дискурс рассматривается как сложное глобальное пространство, состоящее из множества тематических частных дискурсов. Преломление текстовых категорий в дискурсе Интернета приводит к изменению содержательных признаков текста, к взаимодействию тематических дискурсов и отчасти к многомерности глобального дискурсивного пространства Интернета. Техническая специфика Интернета делает невозможным анализ текста как плоскостного явления.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дискурс; темпоральность; локативность; проблемность; событийность; авторство; адресность.

Дискурс Интернета мы рассматриваем как глобальное образование, состоящее из множества частных тематических дискурсов (политика, спорт, культура, наука, экономика и т. д.) [2–5]. И глобальный дискурс Сети, и каждый частный дискурс в его составе представлены по большей части текстовыми, вербальными формами, однако нельзя анализировать текст в Сети так, как печатный текст,

ГОРИНА Евгения Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: Gorina9@yandex.ru).

© Горина Е. В., 2016