ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Иванова Анастасия Николаевна, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: anastasianaiv@gmail.com

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ РОССИИ И ФРАНЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И РЕГИОНА ПРОВАНС)

В статье рассматривается региональное телевидение России и Франции в двух выбранных автором регионах на примере пяти региональных телеканалов. Автор провел сравнительный анализ структуры систем и контента основных телеканалов выбранных регионов. Анализ структуры показал существенные различия: в выбранном для исследования российском регионе отсутствуют частные эфирные каналы (что присуще подавляющему большинству отечественных региональных медиасистем), кроме того, во Франции существует отдельный телеканал для регионального вещания в формате общая сетка+окно. Анализ сетки эфира телеканалов и контент-анализ новостных выпусков телеканалов выявил общие черты телесистем: наличие полновещательных телеканалов, схожее программирование эфирной сетки, децентрализация новостных тем и схожий темник новостного контента.

Ключевые слова: *региональное телевидение, местное телевидение, региональные телекомпании, контент-анализ, Россия, Франция.*

Anastasia N. Ivanova, PhD student at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: anastasianaiv@gmail.com

OPERATION OF REGIONAL TELEVISION IN RUSSIA AND FRANCE: A CASE STUDY OF TELEVISION COMPANIES IN THE KRASNODAR TERRITORY AND THE PROVENCE REGION

The article examines Russian and French regional television in two selected regions (the Krasnodar territory and Provence) in a case study of five regional TV channels. The author conducted a comparative analysis of the structure and content of these channels. The analysis of the structure revealed considerable differences: in the Russian region selected for the study there are no private terrestrial channels, which is characteristic of most Russian regional media systems; moreover, France has a special regional broadcasting TV channel (France 3). However, the analysis of the broadcast schedule of the channels and content analysis of news broadcasts highlighted some common features of the television systems: the presence of full

broadcast channels, similar broadcast programming, the decentralization of news and similar issues of news content.

Key words: *regional television, local television, regional television companies, content analysis, Russia, France.*

Введение

Медиасистемы России и Франции на современном этапе развития состоят из двух сегментов – общенационального и местного/локального. Национальные или так называемые федеральные СМИ отвечают за создание единого коммуникационного и идеологического пространства (Вырковский, Макеенко, 2014: 5), а локальные медиа формируют региональную повестку дня, совпадающую или, наоборот, конкурирующую с повесткой национальных медиа (Ершов, 2012). Близость местной прессы для потребителя – очень важный критерий. «Локальная журналистика» всегда вызывала у жителя региона больший уровень доверия и больший интерес (Соломонов, 2003; Свитич, Ширяева, Смирнова, Шкондин, 2016).

Трансформация российской региональной телесистемы в связи с цифровизацией вызывает немало вопросов о дальнейшей судьбе регионального телевидения. Сетевое партнерство с большими федеральными медиагруппами стало основой для развития регионального телесектора в России, а на сегодняшний день – его основной проблемой. Более ранние исследования, пытавшиеся найти оптимальные модели регионального развития (Дугин, 1982; Качкаева, Кирия, Либергал, 2006; Цвик, 2006), в связи современной активной цифровизацией не дают подходящих решений данной проблемы. Недавние исследования, рассматривавшие региональное телевидение в России с точки зрения партнерства федеральных и региональных компаний, а также как часть медиасистем и медиарынков (Вырковский, Макеенко, 2014: 6), не решают всех проблем в связи с отсутствием «артикулированной позиции государства в его [регионального телевидения] отношении – это касается как условий перехода на цифровое вещание, так и систематизации медиаполитики региональных и федеральных властей, установления более четких формальных правил взаимодействия между региональной администрацией и негосударственными саморегулируемыми каналами» (Вырковский, Макеенко, 2014: 111). Имеющиеся инициативы по созданию региональных телеканалов на базе ГТРК и продолжающиеся дискуссии законодателей о судьбе так называемой «21 кноп-

ки» в мультиплексах пока не делают ситуацию понятнее. На этом фоне обращение к зарубежному опыту развития региональных телевизионных систем представляется нам актуальным и полезным для создания более широкого контекста отечественных проблем.

Нужно отметить, что в российских исследованиях к настоящему моменту рассматривались центральные французские каналы (Шарончикова, 2011), а также немало внимания уделялось региональной прессе (Соломонов, 2003; Шарончикова, 2006), однако региональное телевидение Франции изучено не было. Более того, региональная телесистема Франции практически не изучена даже в самой Франции, а ранее была рассмотрена исключительно как единая телесистема с учетом ее исторических особенностей (Lafon, 2006; Meyer, 2006; Pierre, Tudesq, 1986).

Поэтому представляется полезным и актуальным изучить опыт развитых стран, уже завершивших переход к цифровому телевидению, в адаптации региональных медиасистем к цифровой эпохе. Мы полагаем, что во многих случаях цифровизация не только не затормозила их развитие, но, напротив, стала для этого дополнительным стимулом. Помимо этого для анализа отечественного опыта важно понимание и закономерностей развития региональных медиа (в нашем случае телевидения) в различных социокультурных контекстах.

Проанализировав разные варианты, мы решили провести компаративный анализ российского и французского региональных ТВ. При выборе этого объекта мы отталкивались не от масштабов страны (что, например, было бы возможно при сравнении с американской моделью), поскольку решили взять только регионы центральной и частично южной европейской части России. Кроме того, мы обошли еще один фактор, важный для развития региональных медиа, – этнический. Мы не стали рассматривать влияние национальных республик с базовыми этносами – в этом случае более логичным выбором для сравнения была бы, скорее, Испания.

Мы остановились на регионах с доминирующим не столько русскоязычным, сколько вообще русским населением, т. е. относительно монолитной с этой точки зрения территории. И в данном случае континентальная Франция показалась нам наиболее подходящим объектом для изучения. Также у этих двух стран примерно схожа площадь вещания (если мы говорим только о сово-

купности выбранных нами российских регионов) и население многих отдельных регионов. Кроме того, в России уровень регионального самосознания у населения традиционно высок. И во Франции тоже француз всегда был в первую очередь жителем своего региона, а уже затем страны (Фуллье, 1899: 312). Напомним и о том, что регионализация во французских СМИ довольно сильно развита: региональные газеты имеют тиражи более высокие, чем национальная пресса.

Что касается французской телесистемы, то во Франции цифровизация завершилась несколько лет назад, в 2012 г. Запуск мультиплексов создал повышенную конкуренцию внутри регионов в связи с ограниченным количеством предоставленных для региональных телевещателей мест в этих мультиплексах.

В обеих странах отсутствуют систематизированные статистические данные по развитию регионального телевидения. В рамках подготовительной работы нами не обнаружено научных исследований французского регионального телевидения, а также материалов, содержащих сравнительный анализ региональных телесистем во Франции и России. Все это позволяет нам считать обоснованной научную новизну проведенного исследования и полученных результатов.

В работе над статьей для исследования мы выбрали два региона – Краснодарский край и исторический регион Прованс (Прованс-Альпы-Лазурный берег). Данные регионы во многом сходны: по географическому расположению (оба региона расположены на юге страны, имеют мягкий климат), по наличию курортных и портовых городов, а также по хорошо развитой туристической отрасли. Основной доход обоим регионам приносит сельскохозяйственный сектор. Более того, оба региона являются ведущими в этой отрасли в своей стране. Численность их населения схожа: Краснодарский край – 5,5 млн жителей, Прованс – 4,9 млн.

Методология исследования

На первом этапе мы попытались сформировать представление о системе местного вещания в выбранных регионах: рассмотрели различные типы телеканалов, время и географию их вещания. Благодаря полученным данным мы составили максимально схожие пары для сопоставления, которые далее рассматривали более детально.

Были проанализированы региональные телекомпании обоих регионов по перечисленным выше параметрам и получены следующие результаты (табл. 1):

Таблица 1

Характеристики телекомпаний Краснодарского края и региона Прованс

Страна	Название канала	Тип вещания	Время вещания	Место вещания
Франция	«Франс 3 Прованс-Альп» («France 3 Provence-Alpes»)	эфирный	1–4 ч.	Буш-дю-Рон, Воклюз, Верхние Альпы, Альпы Верхнего Прованса
	«Франс 3 Кот д'Азюр» («France 3 C te d'Azur»)	эфирный	2–5 ч.	Весь регион Прованс-Альпы-Лазурный берег
	«Азюр» («Azur TV»)	эфирный	Более 18 ч.	Буш-дю-Рон, Вар, Приморские Альпы
	«Ля Шэн Марсель» («La Cha ne Marseille»)	эфирный	Более 18 ч.	Буш-дю-Рон
	«Нис Азюр ТВ» («Nice Azur TV (на основе Azur TV»)	кабельный	1–3 ч.	Ницца
Россия	ГТРК «Кубань»	эфирный	1–2 ч.	Краснодарский край, республика Адыгея, Абхазия
	«Кубань 24» (бывш. «Девятый канал»)	эфирный	Более 18 ч.	Краснодарский край, республика Адыгея, Абхазия, Ростовская область, Ставрополье
	«Краснодар 24» («Краснодар-Плюс»)	эфирный	8–10 ч. (повтор ок. 4 ч.)	Краснодар
	«Фотон» («Домашний»)	эфирный	2–3 ч.	Краснодарский край
	«Контакт»	эфирный	1–4 ч.	Краснодар
	«Рен ТВ Краснодар»	эфирный	1 ч.	Краснодарский край, республика Адыгея

Источник: данные автора на основе открытых источников.

Рассмотрев перечисленные выше параметры, мы пришли к выводу, что схожие характеристики имеют телеканалы, относящиеся к государственному холдингу ВГТРК и компании «Франс Телевизьон» («France Télévision»). Общественное телевидение Франции и государственное телевидение России получают субсидии от государства, оба медиахолдинга имеют свои филиалы в регионах. Основное различие между ними заключается в том, что французский «Франс Телевизьон» не производит регионального вещания на базе «Франс 2» («France 2»). Для этого в медиагруппе есть специализированный региональный телеканал «Франс 3» («France 3»). Каждая региональная редакция производит новости и некоторые развлекательные передачи для своей территории, черпая остальной контент из парижского штаба. В регионе Прованс–Альпы–Лазурный берег France 3 представлен двумя региональными редакциями – «Франс 3 Прованс-Альп» и «Франс 3 Кот д'Азюр».

В Краснодарском крае ВГТРК представлена телеканалом ГТРК «Кубань» (Краснодар) и территориальным отделением ГТРК «Кубань» в городе Сочи. Но, в отличие от «Франс 3 Прованс-Альп» и «Франс 3 Кот д'Азюр», на весь край транслируются одинаковые выпуски, производимые совместно двумя редакциями. ГТРК «Кубань» ведет свои трансляции на частотах «Россия 1», «Россия 24» и «Россия Культура». И все-таки основным продуктом телеканала является новостной выпуск «Вести. Кубань», который выходит на частоте «Россия 1». Он идет небольшим хронометражем 8 раз в день.

У всех телеканалов 100% оригинального контента в будние дни составляют информационные программы (новостные выпуски, прогноз погоды и так далее).

Другой парой для сравнения мы выбрали французский телеканал «Азюр ТВ» и российский «Кубань 24». Телеканал «Кубань 24» – это государственный эфирный телеканал, единственный полновещательный канал. Под «полновещательными (самопрограммируемыми) эфирными телеканалами понимаются телеканалы, работающие на эфирных телестанциях с охватом вещания в пределах региона или города, не являющиеся партнерами федеральных телесетей и заполняющие свою сетку вещания (18–24 часа в сутки) самостоятельно собственными или приобретенными программами» (Вырковский, Макеенко, 2014: 8). Основной продукт «Кубань 24» – новости, которые телеканал в своей сетке эфира называет «Фак-

ты» + название рубрики, в которой выходят новости («Факты 24», «Факты. Происшествия», «Факты. Спорт» и так далее). Новости выходят каждые два-три часа, идут в день в целом в течение 6 часов и занимают примерно 25% оригинального эфирного вещания.

Французский телеканал «Азюр ТВ» является самым молодым из всей группы выбранных нами каналов. Он появился в 2012 г. и ранее вещал только в Ницце. Сейчас это 31 эфирный канал 1-го мультиплекса регионов Буш-дю-Рон, Вар, Приморские Альпы. Этот единственный частный полновещательный канал в регионе вещает в сутки от 16 до 24 часов. На сайте телеканала «Азюр ТВ» (http://www.azur-tv.fr/) редакция утверждает, что основной целью является производство телепередач, «географически близких» своему зрителю. Основная эфирная сетка заполняется как раз такими передачами. Новостные выпуски выходят с понедельника по пятницу каждый вечер в течение получаса.

Мы проанализировали жанровую структуру выбранных полновещательных каналов, поскольку их жанровая структура отличается от каналов, вещающих во временном «окне». Проанализированная жанровая структура показывает, что наиболее репрезентативными для большинства региональных телеканалов являются информационные программы.

Эмпирическую базу исследования составили новостные программы региональных телекомпаний регионов Прованс и Краснодарского края. На обоих телеканалах около 1 000 сюжетов были отсмотрены из 140 новостных выпусков, вышедших в эфир в 2015 г. Такую выборку мы считаем репрезентативной, поскольку в эфире регионального телеканала утренний и вечерний информационные выпуски напоминают друг друга, информация в них обновляется нечасто. Хронологические рамки выборки охватывают две недели для каждого телеканала (для российских каналов был выбран период с 19.01.2015 по 1.02.2015; для французских – с 9.02.2015 по 22.02.2015), так что и количество отсмотренных сюжетов представляется достаточным для описания специфики функционирования выбранных нами пяти телеканалов.

Результаты исследования

Одной из целей нашего исследования – выявление отличий и общих черт регионального и федерального телевидения России и Франции. С точки зрения телесмотрения новости на региональных

каналах «остаются единственным продуктом, который может систематически составлять конкуренцию продукции национальных каналов» (Вырковский, Макеенко, 2014: 98). Новости на региональных каналах идут каждый будний день и являются важнейшим продуктом, который есть у региональных вещателей. Однако каждый канал выпускает различное количество информационных выпусков в день, а в них, соответственно, различается количество выпущенных сюжетов. У «Кубань 24» новости занимают 25% эфира, у «Азюр ТВ» – 2%. Остальные каналы – ГТРК «Кубань», «Франс 3 Прованс-Альп», «Франс 3 Кот д'Азюр» – выпускают в будние дни только новостной контент.

На основе отсмотренных выпусков для анализа мы выделили 12 тематических категорий:

• Происшествия – сюжеты об уже произошедших эпизодах, выходящих за рамки закона, а также сюжеты о несчастных случаях, катастрофах и катаклизмах.

• Безопасность – здесь рассматриваются превентивные меры (в этом главное отличие от предыдущей рубрики), цель которых не допустить никаких происшествий: от новых законов до учений для полиции.

• Спортивные – сюжеты о спортивных событиях, соревнованиях, достижениях спортсменов, а также отдельные портретные репортажи, посвященные региональным спортсменам.

• Культурные – сюжеты о культурных мероприятиях, фестивалях, праздниках, выставках, а также интервью с локальными деятелями культуры в рамках портретных репортажей.

• Социальные – сюжеты о молодежи, здоровье, организации больниц и поликлиник, а также о социальной помощи и социальных проблемах (борьба с безработицей, очереди, пенсии, стипендии и так далее).

• Актуальное в мире – «крупномасштабные» новости, выходящие за пределы края и/или страны.

• Экономические – сюжеты об изменениях цен, разделении бюджета.

• Религиозные – сюжеты о религиозной деятельности и праздниках.

• Познавательные – сюжеты, не несущие актуально важную информацию, обычно не имеющие инфоповода, но призванные заинтересовать зрителя «интересными фактами», некоторые тематические и портретные репортажи развлекательной тематики.

• Политические – сюжеты о работе и организации госорганов, деятельности глав регионов, выборах.

• Городские – сюжеты на городскую тематику, посвященные городским преобразованиям, нововведениям и улучшению инфраструктуры, а также сюжеты о «проблемных участках» городов и деревень.

• Специальные репортажи – репортажи дольше средней длины (7-15 минут), приуроченные к важному событию или рассказывающие о необычном явлении.

Всего было отсмотрено 958 новостных сюжетов на всех пяти телеканалах. За две недели «Кубань 24» выпустил 427 сюжетов, ГТРК «Кубань» – 206, «Франс 3 Прованс-Альп» – 142, «Франс 3 Кот д'Азюр» – 124, «Азюр ТВ» – 59. Соотношение по количеству сюжетов внутри стран и между странами представлено на рис. 1.

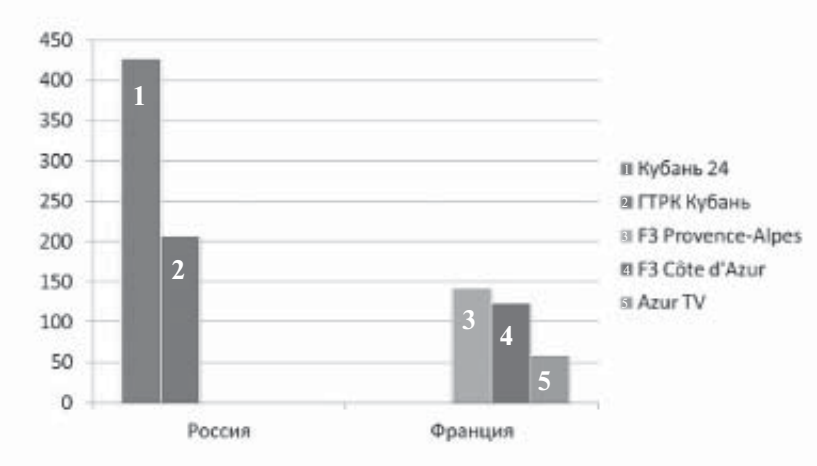


Рис. 1. Соотношение количества новостных сюжетов в России и Франции, выпущенных за две недели

Источник: данные автора.

На региональном телевидении вещатель пытается подобрать темы, близкие своему зрителю, и максимально дистанцироваться от национальных телеканалов. Владельцы каналов понимают, что им не перебить спрос на новости национальных каналов. Напри-

мер, региональные каналы практически не выпускают сюжетов в рубрику «Актуальное в мире» понимая, что не перетянут аудиторию национальных каналов. Тем не менее на региональном телевидении всегда остается своя аудитория, которая будет его смотреть даже во время национальных новостей и в прайм-тайм. Обычно в это время пускают местные концерты, записи дней культуры, фестивалей: у них всегда есть свой зритель, пытающийся отыскать себя или знакомых.

При работе с новостным контентом мы выделяли тему и тематику каждого сюжета, чтобы определить, каких материалов каналы выпускают больше.

Сходства и различия новостей на каналах разных типов во Франции и России

«Кубань 24» и «Азюр ТВ»

Государственный телеканал «Кубань 24» в основном состоит из новостных выпусков, в среднем 6 часов в день. Таким образом, новостные выпуски составляют 25% от всего эфира. Программа «Факты 24» включает в себя около 20 информационных сюжетов.

За две недели французский телеканал «Азюр ТВ» выпустил всего 59 новостных сюжетов, каждый в среднем по 5 минут. Для телеканала новостные выпуски не являются приоритетными. Несмотря на то, что телеканал полновещательный, основной контент – это развлекательные передачи о регионе Лазурный берег, которые создает сам канал. Из них и состоит вся телепрограмма. Тем не менее новостные выпуски здесь остаются, выходят ежедневно с понедельника по пятницу в течение получаса один раз в день. За один выпуск канал показывает около 4 полноценных сюжетов, а также читает около 5–7 коротких новостей о регионе, стране и мире. В конце обычно дается небольшое интервью-мнение об одной из новостей. Таким образом, полчаса-час новостного контента на телеканале составляют всего 2–3% от всего эфира.

Сравнивая тематическую структуру новостей, мы увидели больше различий, чем сходств (табл. 2):

Таблица 2

Сравнение тематической структуры новостных выпусков телеканалов «Кубань 24» и «Азюр ТВ»

Тематика сюжетов	Франция	Россия
	«Азюр ТВ»	«Кубань 24»
Социальные	**25%**	11%
Культурные	13%	13%
Спортивные	13%	14%
Познавательные	11%	9%
Городские	9%	4%
Религиозные	-	1%
Происшествия	8%	**16%**
Экономические	3%	9%
Безопасность	13%	4%
Политические	3%	8%
Актуальное в мире	2%	10%
Спец.репортажи	-	1%

Источник: данные автора.

Для регионального телеканала новостные темы на «Кубань 24» очень разнообразны. Самыми частыми в эфире являются темы происшествий, спорта и культуры (16%, 14%, 13% соответственно). Для каждой из них есть свои отдельные короткие выпуски новостей («Факты.Происшествия», «Факты.Спорт», «Арт&Факты»), также эти темы активно поднимаются в основных новостях – «Фактах 24». Выбор тем на телеканале обусловлен попытками подобрать близкие зрителю темы – эти новости он не увидит ни на одном национальном канале. Далее идут социальные сюжеты, они занимают примерно 11% эфира. Канал также уделяет значительное внимание главным мировым новостям – 10% эфира, но они довольно короткие (20–30 секунд). Здесь используются видео различных информационных агентств с подписью (титром) внизу экрана. Для регионального канала это редкость. Появление таких новостей объясняется структурой телеканала (канал полновещательный) и большим количеством новостей в эфире. Порой мировые новости «разбавляют» локальные сюжеты. Также некоторые мировые ново-

сти можно объяснить локальной близостью, как бы парадоксально это ни звучало. Канал часто рассказывает о событиях в Турции или в Египте, поскольку многие жители края предпочитают там отдыхать.

Экономика, политика и познавательные сюжеты составляют вещательную сетку канала каждый день (9%, 9% и 8% соответственно). Что касается первых двух тем (экономики, политики), то они обычно даются в связке и касаются одних и тех же проблем. На канале иногда два сюжета подряд могут быть посвящены одной тематике, но различным аспектам (например, сначала политический, а потом социальный). В рамках этих сюжетов канал уделяет большое внимание работе губернатора как внутри региона, так и в масштабах всей страны. Здесь также встречаются новости общероссийского масштаба, но они идут, чаще всего, в формате коротких новостей (до 40 секунд). Познавательные новости в эфире обычно даются «бантиком» – в конце выпуска. Новости наполняют также рубрику «Факты. Интернет», где довольно коротко (~5 минут) ведущая делится последними познавательными и развлекательными новостями.

Стоит также выделить репортажи, затрагивающие городскую тематику и безопасность в крае – по 4%. Их можно было бы отнести к социальным репортажам, но в них есть свои особенности. Так, в городских сюжетах часто поднимаются именно урбанистические темы (новые дороги, маршруты, средства транспорта). Для Кубани это важно, так как сегодня активно совершенствуется инфраструктура края, вводятся новые технологии. В сюжетах о безопасности отдельно рассматривается работа полиции. Здесь часто фигурирует губернатор, оценивающий работу органов безопасности. Эти новости отличаются от происшествий тем, что в них, собственно, не говорится о правонарушениях. Речь идет о кадровых и технологических усовершенствованиях, различных учениях для полиции, общении с властями и жителями и прочее.

Меньше всего репортажей посвящено религии – 1%. Но стоит отметить, что появляются они регулярно, в этих сюжетах всегда подчеркивается участие населения, часто фигурирует губернатор, особое внимание уделяется молодежи. Канал не пропускает большие церковные праздники, ведутся прямые включения (в нашем исследовании примером были службы и купания во время Крещения). Подобные сюжеты имеют особую ценность для канала в связи с большим количеством верующих в крае.

Специальные репортажи на канале выходят несколько раз в неделю и, как и религиозные, составляют примерно 1% контента.

Основное отличие от остальных сюжетов – это их продолжительность. Средняя длительность специального репортажа – около 10–15 минут. Здесь затрагиваются различные темы, обычно касающиеся истории края или страны, или это сюжеты о людях и спецпроекты в связи с каким-либо праздником/инфоповодом.

Как видим, в сравнении с полновещательным российским каналом «Кубань 24», у «Азюр ТВ» список тем для новостей несколько короче. На первом месте находятся разнообразные социальные репортажи (25%), а далее идут безопасность, культура и спорт (13%, 13%, 13%). Однако если сравнивать с «Кубань 24», то мы видим, что оба канала выпускают большое количество сюжетов о культуре и спорте. В этом заключается их сходство. Здесь срабатывает «концепция близости» (Соломонов, 2003) к аудитории, поскольку именно такие новости важны для развития местного самосознания, чувства патриотизма и регионализации аудитории.

Что касается остальных новостных тем, вопросы безопасности на канале актуальны благодаря региону, в котором он вещает. Марсель является одним из самых опасных и криминальных городов Франции, поэтому здесь говорить о безопасности – все равно что говорить в Краснодарском крае о сельском хозяйстве: это составная часть жизни жителей региона. Несмотря на напряженную криминальную обстановку, происшествиям здесь уделяется только 8% от всех (для «Кубани 24» это тема номер 1). Кроме того, в познавательно-развлекательную направленность канала не вписывается данная тема, поэтому ее нужно давать ограниченно.

Городской тематике посвящены только 9% сюжетов. Во Франции урбанистика не так популярна, так как практически у каждого города транспортная система находится в полном порядке, города сделаны для людей. Сюжеты чаще всего касаются каких-либо мельчайших нововведений в городах (новые геолокаторы, камеры на дорогах и так далее). В свою очередь в России это одна из основных тем. Это также можно объяснить бóльшим количеством городского населения в регионе Прованс. Доля городского населения в Краснодарском крае – 54,06%, а в Провансе – 94,3%. Таким образом, в Краснодарском крае большее количество городских новостей объясняется активной урбанизацией края.

На канале присутствует большое количество познавательных сюжетов – 12%. Это полностью отвечает политике канала и соответствует передачам эфирной сетки. Опять-таки, вероятно, из-за

редакционной политики на канале не так много политических и экономических сюжетов – по 3%. Эту нишу успешно занимают каналы «Франс 3», которые мы рассмотрим далее. Видимо, это тоже одна из причин избегания данных тем.

Оба канала объединяет, во-первых, внимание к новостям социальной темы, во-вторых, тематическая структура программ, схожая с национальными каналами. В прайм-тайм «Азюр ТВ» пускает обзоры грядущих региональных мероприятий либо тематические передачи о крае. Также оба канала максимально локализируют как новостной контент, так и развлекательно-познавательный контент остального эфира. Но если мы проанализируем сетку эфира в целом, то увидим следующее: во-первых, «Кубань 24» за две недели выпустил намного больше новостных сюжетов, чем «Азюр ТВ», что говорит о большей производительности именно информационного контента (427 сюжетов против 59); во-вторых, «Кубань 24» для своего эфира делит soft news и hard news примерно в соотношении 50 на 50, у «Азюр ТВ» новостной эфир в основном составляют только hard news; в-третьих, у «Кубань 24» больше разнообразия тем – здесь присутствуют новости «мирового масштаба», которые «Азюр ТВ» себе «позволить» пока не может. Так, можно сделать вывод, что телеканал «Азюр ТВ» более развлекательный, производит «легкий» контент; «Кубань 24», в свою очередь, ориентирован на более взрослого и «серьезного» зрителя.

«Франс 3 Прованс-Альп», «Франс 3 Кот д'Азюр» и ГТРК «Кубань»

Вторую группу для сравнения составляют «Франс 3 Прованс-Альп», «Франс 3 Кот д'Азюр» и ГТРК «Кубань». Все три телеканала являются эфирными, их медиахолдинги получают государственные субсидии (французский «Франс Телевизьон» и российский ВГТРК), вещают в день от 2 до 5 часов. В будние дни – до 3 часов, поскольку производят больше новостной контент.

ГТРК «Кубань» находится в эфире около 2 часов в день. Телеканал выходит в эфир на частоте федерального канала «Россия 1». Это время занимают новостные выпуски (+ региональная реклама), которые следуют сразу за новостными выпусками федерального вещания «России 1». Таким образом, региональные новости составляют 8% эфира «России 1» и 100% эфира для регионального отделения канала. Для «Франс 3 Прованс-Альп» и «Франс 3 Кот д'Азюр», выходящих по 2–5 часов в день, новости составляют примерно 12% от всей сетки эфира. У обоих каналов в эфир выходят дневные (12:30), вечерние (19:30) и ночные (00:30) выпуски. За

две недели оба канала выпустили меньше сюжетов, чем ГТРК «Кубань». Кстати, количество выпущенных новостей здесь разнится (табл. 3). Но не так кардинально, как в предыдущем сравнении: «Франс 3 Прованс-Альп» – 142 сюжета, «Франс 3 Кот д'Азюр» – 124 сюжета, ГТРК «Кубань» – 206 сюжетов.

Таблица 3

Сравнение тематической структуры новостных выпусков телеканалов ГТРК «Кубань», «Франс 3 Прованс-Альп», «Франс 3 Кот д'Азюр»

Темы сюжетов	Франция		Россия
	«Франс 3 Прованс-Альп»	***«Франс 3 Кот д'Азюр»***	***ГТРК «Кубань»***
Социальные	**31%**	**27%**	**29%**
Культурные	6%	8%	2%
Спортивные	6%	9%	0,4%
Познавательные	10%	13%	2%
Городские	4%	7%	28%
Религиозные	-	-	2%
Происшествия	9%	13%	0,5%
Экономические	4%	6%	10%
Безопасность	12%	7%	0,1%
Политические	18%	10%	14%
Актуальное в мире	-	-	-
Спец.репортажи	-	-	-

Источник: данные автора.

Итак, мы видим, что все три телеканала уделяют большое внимание социальной проблематике; остальные показатели по сюжетам примерно равны. Основным отличием является отсутствие религиозной тематики во Франции и отсутствие сюжетов о происшествиях и безопасности у ГТРК «Кубань».

Больше всего на ГТРК «Кубань» социальных и городских тем (29% и 28% соответственно). В городской тематике у канала есть существенное отличие от «Кубани 24»: на ГТРК «Кубань» она посвящена как городской инфраструктуре, так и различным предупредительным объявлениям (о проведении работ, отключении воды, электроэнер-

гии и прочее); «Кубань24» не делает из таких сюжетов даже коротких новостей до (40 секунд), но пускает «бегущую строку» внизу экрана.

Далее у ГТРК «Кубань» идут политические и экономические сюжеты (14% и 10%). Познавательные, культурные и религиозные занимают каждый по 2%. В среднем такие сюжеты выходят раз в два дня. Религиозная тематика на канале повторяется чаще, чем на «Кубань 24». Канал часто транслирует один и тот же сюжет на протяжении нескольких дней. Либо есть несколько версий этого сюжета (разные интервью, закадровый текст), которые также транслируются на канале в течение нескольких дней.

ГТРК «Кубань» выпускает мало спортивных новостей, новостей о безопасности и происшествиях: не каждый день и не больше одной новости.

Специальных репортажей на канале нет, поскольку он в этом не нуждается – все спецпроекты идут через эфир «России 1». То же касается и актуальных мировых новостей.

Канал также использует большое количество шаблонных тем. Поскольку ГТРК «Кубань» является пропагандистским государственным каналом, то темы кризиса, войны на Украине и деятельности государства здесь встречаются немного чаще, чем на «Кубань 24». Тем не менее, мы можем сделать вывод, что для канала, который вещает всего около 2 часов в день, набор тем вполне удовлетворяет интересам региональной публики. Благодаря такому набору переход к региональным новостям выглядит очень гармоничным.

У «Франс 3» для всех регионов (помимо новостного) в эфир идет одинаковый контент, т. е. кроме новостей все смотрят одинаковые передачи, сериалы и так далее, подготовленные центральной редакцией «Франс 3 Иль-де-Франс» (France 3 Ile-de-France (Paris)). Но есть примерно час развлекательных передач, специально выделенный каждому региону, готовящийся, в свою очередь, в региональных редакциях. Тем не менее, регионы у себя сосредотачиваются в основном на выпусках новостей, так как они составляют подавляющее время вещания. Таким образом, сама процедура программирования эфира чем-то напоминает ГТРК «Кубань». Основное отличие здесь в том, что у ВГТРК нет отдельного канала для регионального телевидения.

«Франс 3 Прованс-Альп» также много внимания уделяет политическим репортажам – 18%, у «Франс 3 Кот д'Азюр» таких только 10%. «Франс 3 Кот д'Азюр» интересуют больше развлекательные новости и новости о происшествиях. Рубрика «Происшествия»

здесь так же, как и в случае с «Азюр ТВ», оправдана регионом Буш дю Рон и Вар. Познавательные и культурные сюжеты занимают достаточно высокую позицию, вероятно, из-за большой зоны покрытия канала, так как эти новости всегда демонстрируют увеселительные мероприятия региона и интересны своим жителям. Так, основное отличие между этими двумя каналами заключается в различном отношении к вопросам политики и происшествий.

Телеканалы «Франс 3 Прованс-Альп» и «Франс 3 Кот д'Азюр» выглядят несколько «более серьезными» в сравнении с телеканалом «Азюр ТВ», вероятной причиной этого может быть возраст последнего (в настоящем виде он появился лишь в 2013 г.). Тем не менее для всех трех каналов самыми важными являются социальные новости, близкие своему зрителю. У местных каналов нет шансов перетянуть аудиторию на политических и экономических новостях мирового масштаба или даже масштаба страны. Эти новости аудитория предпочитает смотреть на центральных телеканалах. Поэтому политические сюжеты здесь посвящены различным внутренним вопросам региона. Таким образом, региональному телевидению не остается ничего другого, как привлекать свою аудиторию близкими по духу и даже географическому расположению сюжетами, которые жители региона хотят увидеть. Кроме того, зная, что в эфир пойдет новость о твоем знакомом или о тебе самом (концерт, ярмарка, портрет, фестиваль), зритель даже может пожертвовать новостями на центральном канале. Но здесь этого не требуется, так как новости специально расположены чуть позже по времени.

Кроме того, французское региональное телевидение, как и российское, часто уделяет время шаблонным темам в своей стране. Напомним, что в России это антикризисные меры правительства, война на Украине, работа губернатора в крае, а также влияние края на всю экономику страны. Для Франции такими темами являются равенство полов (в политических сюжетах о мартовских выборах каналы постоянно призывали отдавать один голос за женщин, один за мужчин), отсутствие расовой дискриминации, борьба с безработицей и свобода слова.

Важная отличительная черта французского телевидения – это практически полное отсутствие новостей о религии. Это еще раз подтверждает светскость страны (la cit), которой так гордятся французы. То же самое касается и сюжетов городской тематики: во Франции города обустроены, нововведений никаких не предусмотрено.

Франция, в свою очередь, уделяет большое внимание вопросам безопасности, так называемого обмундирования городов, улиц и

работников правоохранительных органов. В России такие сюжеты рассматриваются совсем под другим углом: полицейские тренировки, выезды, соревнования, учения. Здесь телевидение создает картину, что с комплектацией города и служащих все в порядке, главное – постоянно быть начеку и оттачивать навыки.

Несмотря на большое количество различий, между двумя странами есть и сходства. Так, например, для всех пяти каналов очень важны социальные сюжеты. Мы можем это смело утверждать и относительно телеканала «Кубань 24». Опережающие социальную рубрику сюжеты имеют свои отдельные подвыпуски в новостях («Факты.Происшествия», «Факты.Спорт», «Арт & Факты»), в то время как социальные сюжеты идут в общем выпуске новостей, но здесь их больше, чем остальных. Для всех каналов также не были ведущими темы политики и экономики.

Одной из отличительных черт регионального телевидения обеих стран является тенденция к так называемым soft news и инфотейнменту (Demers, 2005). Данный термин применяется к сюжетам, нацеленным как на информирование, так и на развлечение зрителя за счет подбора и подачи материала, оформления и апелляции к эмоциям. В табл. 4 мы приводим соотношение soft news и hard news по всем телеканалам.

Таблица 4

Типологическое соотношение новостных выпусков на телеканалах «Кубань 24», ГТРК «Кубань», «Франс 3 Прованс-Альп» и «Франс 3 Кот д'Азюр»

Soft News	Hard News
«Кубань 24»	
53%	47%
ГТРК «Кубань»	
63,4%	24,6%
«Азюр ТВ»	
71%	29%
«Франс 3 Прованс-Альп»	
57%	43%
«Франс 3 Кот д'Азюр»	
64%	36%

Источник: данные автора.

Из данных в табл. 4 мы видим, что телеканал «Кубань 24» больше остальных уделяет внимание информационному вещанию, «серьезным» новостям. На этом фоне «Азюр ТВ» можно отнести, наоборот, к развлекательным телеканалам. Остальные телеканалы примерно одинаково распределяют количество soft news, но средняя цифра остается неизменной – 57–64% от всех новостей. Поэтому далее перейдем к непосредственному сравнению каналов по блокам, чтобы выявить оставшиеся общие черты и различия.

Французское и российское региональное телевидение при детальном рассмотрении новостного контента имеет как общие черты, так и различия, которые полностью зависят от типа и времени вещания и собственника.

Итак, мы заметили сходство как в программировании телепрограммы, так и в жанровой структуре новостных выпусков так называемых «государственных» телеканалов. Крупные государственные медиахолдинги развивают своих региональных вещателей примерно в одном направлении, давая им вещать в «окне» ограниченное количество часов в день.

Однако полновещательные региональные каналы имеют некоторые различия. Во Франции для полновещательных каналов новости не являются базовым контентом, каналы больше ориентированы на производство развлекательных программ. В России новостной контент важнее. Это говорит о различии вкусов аудитории: французский «Азюр ТВ» старается привлечь больше молодежи развлекательными программами; а российский канал «Кубань 24» идет проторенной тропою, привлекая зрителя постарше серьезным новостным контентом, документальными фильмами (для домохозяек – телесериалы). Стоит отметить, что даже французские региональные каналы общего интереса более развлекательны по своему составу, чем российские: имеют больше музыкальных вставок, яркой рекламы, больше развлекательных программ.

Тем не менее в тематической структуре всех пяти телеканалов (и полновещательных, и нет) важным остается принцип близости своему зрителю – именно поэтому новостной контент содержит довольно большое количество социальных сюжетов. Это позволяет региональным каналам конкурировать с национальными.

Выводы

Проанализировав телевидение Прованса и Краснодарского края, мы можем сделать вывод, что экономически развитые регионы, с

приблизительно схожим составом населения и этническими пропорциями, во многом похожи и своими телевизионными системами.

Во-первых, регионы имеют схожее количество региональных каналов. Политические различия не оказывают особого влияния: это подтверждает потребности зрителя в наличии полновещательных телеканалов. Однако с точки зрения развития сектора мы заметили несколько очень важных различий: в России полновещательный телеканал принадлежит государственному сектору, а во Франции – частному. Кроме того, можно говорить о большей поддержке государством регионального телевидения во Франции на уровне холдингов: у «Франс Телевизьон» есть отдельный телеканал для регионального телевидения, «Франс 3», в то время как региональные телеканалы холдинга ВГТРК вещают в «окне». У российского регионального сектора, в принципе, большая часть каналов вещает во «временном окне».

Детальный анализ программной сетки и основной части оригинального контента региональных каналов – местных теленовостей – показал, что программирование контента региональных телеканалов обоих регионов схоже. Несмотря на более развлекательную направленность французского регионального телевидения (российской системе свойственны более серьезные программы и новостные выпуски, чем французской), в обеих странах всегда очень сильна привязка к месту («концепция близости» аудитории), а также приблизительно одинаковый подбор тематики. Поэтому на региональном телевидении много социальной проблематики, составляющей основу конкурентоспособности для региональных вещателей.

При сравнении Краснодарский край и регион Прованс кажутся нам довольно ярким примером схожего развития региональных телесистем, но все-таки необходимо исследовать и сравнивать большее количество регионов в обеих странах, чтобы проследить, сохраняется ли данная закономерность.

Библиография

Вырковский А.В., Макеенко М.И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. [Академические монографии]. М.: МедиаМир, 2014.

Дугин Е.Я. Местное телевидение: типология, факторы, условия формирования программ. М., 1982.

Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. М.: Издательство Московского университета, 2012.

Качкаева А., Кирия И., Либергал Г. Российское телевидение: организационная структура, производство программ, аудитория. М.: Интерньюс, 2006.

Свитич Л.Г. , Смирнова О В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. Контент-аналитическое исследование. Коллективная монография. М.: Факультет журналистики МГУ, 2016.

Соломонов Ю.Ю. Региональная пресса Франции. М.: РИП-Холдинг, 2003.

Фуллье А. Психология французского народа: пер. с фр. СПб: Изд. Ф. Павленкова, 1899.

Цвик В.Л. Национальная идентификация телеканалов в эпоху глобализации. Электронные средства массовой информации в контексте новых вызовов времени. СПб, 2006.

Шарончикова Л.В. Радиовещание и телевидение Франции. М.: Издательство Московского университета, 2011.

Albert P. et Tudesq A.-J. (1996) *Histoire de la Radio-Télévision*. *Collection "Que sais-je?*". Paris: Presses Universitaires de France.

Demers D. (2005) *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals.* Marquette.

Lafon B. (2013) *Histoire de la television régionale: de la RTF à la 3, 1950–2012.* INA, Paris.

Meyer M. (2006) *Le livre noir de la Télévision.* Paris.

References

Albert P. et Tudesq A.-J. (1986) *Histoire de la Radio-Télévision*. *Collection "Que sais-je?*" [History of Radio and Television. The "What Do You Know?" collection]. Paris: Presses Universitaires de France.

Demers D. (2005) *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals*. Marquette.

Dugin E. (1982) *Mestnoye televidenie: typologiya, factory, usloviya formirovanya program* [Local Television: Typology, Factors, Programming Frameworks]. Moscow.

Ershov Yu. (2012) *Televidenie regionov v poiske modeley razvitiya* [Regional Television in Quest of Development Models]. Moscow.

Fullie A. (1899) *Psychologhia frantsuzskogo naroda* [Psychology of the French]. Saint-Petersburg.

Kachkaeva A., Kiriya I., Libergal G. (2006) *Rossiyskoye televidenie: organizatsionnaya struktura, proizvodstvo program, auditoriya* [Russian Television: Organizational Structure, Program Production, Audience]. Moscow.

Lafon B. (2013) *Histoire de la television régionale: de la RTF à la 3, 1950–2012* [History of Regional Television: from RTF to Channel 3, 1950–2012]. INA, Paris.

Meyer M. (2006) *Le livre noir de la Télévision* [The Black Book of Television]. Paris.

Scharontchikova L. *Radiovestchanie i televidenie Frantsii* [Radio and Television in France]. Moscow.

Svitich L., Smirnova O., Schiryaeva A., Shkondin M. (2016) *Gazety srednih i malyh gorodov Rossii v 2010-e gody. Kontent-analyticheskoye issledovanye. Kollektivnaya monografiya* [Newspapers in Small and Medium-Sized Cities in Russia in the 2010s. A Content Analytical Study. A collective monograph]. Moscow.

Solomonov Yu. (2003) *Regionalnaya pressa Frantsii* [The Regional Press in France]. Moscow.

Tsvik V. (2006) *Natsionalnaya identifikatsia telekanalov v epokhu globalizatsii* [National Identification of Television Channels under Globalization]. Moscow.

Vyrkovsky A., Makeenko M. (2014) *Reghionalnoye televidenie na poroge tsifrovoy epokhy* [Regional Television in the Early Digital Age]. Moscow.

Поступила в редакцию
13.12.2016