ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Громова Екатерина Борисовна, преподаватель иностранных языков, ГБОУ РК «Романовский колледж индустрии гостеприимства», Симферополь, Россия; e-mail:katya-64@inbox.ru

КОНТЕНТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КРЫМСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО НОВОСТНОГО ЭФИРА (НА ПРИМЕРЕ «ВЕСТИ. КРЫМ»)

В статье рассматриваются контентные особенности крымского регионального эфира на примере информационных сюжетов региональных телевизионных новостей «Вести. Крым» ГТРК «Таврида» (ВГТРК). Методы критического анализа, систематизации, обобщения, контент-анализа позволяют определить характерные компоненты и особенности информационного контента в крымском телевизионном эфире. Выяснено, что главными особенностями и компонентами информационных выпусков являются эндемичные для Крыма события и герои. Однако в каждом выпуске транслируются сюжеты с высокой степенью пиара. Обилие таких материалов в новостях не способствует росту доверия к региональному телевидению. Тема безопасности и защищенности, а также тема праздников избыточно представлены в эфире, в то время как острых конфликтных сюжетов недостаточно. В тематике, форме подачи материалов в анализируемом государственном региональном СМИ интенции авторов слишком очевидны. Функции информирования и рекламирования сочетаются и взаимодействуют. Впрочем, в зависимости от смены менеджмента общая картина может меняться: одни тенденции (например, отражение темы государственного и республиканского управления) укрепляются, другие (повседневная жизнь) – ослабевают.

Ключевые слова: *медиагерой, событие-эндемик, герой-эндемик, крымское региональное вещание, региональные новости.*

Ekaterina B. Gromova, Foreign Languages Teacher, Romanov's College of Hospitality Imdustry, Simferopol, Russia; e-mail: katya-64@inbox.ru

CONTENT CHARACTERISTICS OF CRIMEAN REGIONAL NEWS BROADCASTING (A CASE STUDY OF "VESTI. CRIMEA")

Content characteristics of regional TV news are researched in this article in a case study of "Vesti. Crimea", State TV and Radio Company Tavrida (VGTRK). The methods of critical analysis, systematization, generalization and content analysis make it possible to identify the distinctive components and features of information content of Crimean television broadcasting. The author found that endemic heroes and events become the main content components of the news. But in every install-

ment, there are plots in which public relations message is apparent. The abundance of such plots does not encourage the growth of public confidence in regional TV, because television viewers are normally aware of this message. The topics of security, life safety, as well as holidays are represented excessively, while the plots with real conflicts are lacking. The modality and intentions of the authors in the choice of topics and forms of material presentation are much too evident. The functions of informing and advertising clearly interact. However, the whole picture could vary depending on the changes in senior management. Certain tendencies (e.g. the reflection of the state's policy) may become stronger, others (e.g. the mirroring of "everyday life") may diminish.

Key words: *media hero, endemic event, endemic hero, Crimean regional broadcasting, regional news.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.187208

Введение

Сегодня в профессиональном журналистском и научном сообществе актуальными остаются исследования регионального телевизионного новостного контента. Роль новостного эфира в информационном пространстве Республики Крым, изучение его особенностей и трендов до сих пор не нашло всестороннего рассмотрения в научных работах. Системное исследование регионального новостного контента поможет оптимизации региональных новостных телевизионных программ.

Проблемы регионального и местного телевидения исследовались во многих работах: Э. Г. Багиров (2008), Г. Ю. Богданович, А. Ю. Калугина (2019), А. В. Вырковский, М. А. Макеенко (2014), Ю. М. Ершов (2011), Д. В. Жуков, Г. Г. Щепилова (ред., 2018), А. Н. Иванов (2017), С. Н. Ильченко (2012), М. А. Мясникова (2018), Д. К. Первых (2019), О. В. Тихонова, А. А. Нефедов (2019) и др. Взгляд на феномен регионального телевидения как систему «связи на расстоянии, привязанной к определенной территории» сформулирован в работе Ю М. Ершова (2011:134). По проблемам регионального и местного эфира были защищены многочисленные диссертации. Однако тема контента новостных телевизионных программ в регионах пока не нашла системного отражения в научной литературе. В контексте осмысления перемен в крымском информационном пространстве на протяжении советского, украинского и российского (с 2014 по 2018 гг.) периодов интерес представляет сборник «СМИ Крыма и Севастополя в медиасисте-

ме России» (Жуков, Щепилова (ред.), 2018). Однако почти нет работ, содержащих анализ современного регионального телевизионного контента, написанных с учетом особенностей последних нескольких лет. Но по-прежнему «локальные медиа формируют региональную повестку дня» (Иванова, 2017: 27). И спустя шесть лет после воссоединения Крыма с Россией мы плохо представляем себе доминирующие в эфире темы и типологические характеристики героев информационных сюжетов. Исследователи не обращались к теме самопрезентации крымчан, осмысления крымских событий журналистами новостных региональных программ.

Теоретическая база

Понятийный аппарат работы находится на стыке социальной философии, геополитики, регионалистики, коммуникативистики, теории журналистики, политической психологии и психолигвистики, хотя по многим позициям категории этих областей знаний не совпадают. Но и «понятие региона – это ускользающее понятие, включающее различные территориальные уровни и очень широкое социальное содержание. Можно было бы определить регион как промежуточную территорию между государственным и местным уровнем <...> Регионы могут определяться по культурным критериям в соответствии с языком, диалектами и моделями социальной коммуникации или описываться в соответствии с чувством идентичности, переживаемым гражданами и политическими акторами» (Ершов, 2011: 135). Можно с уверенностью говорить о существовании особенностей крымской региональной коммуникации, определенных чертах, которые проявляются достаточно зримо при сборе информации для сюжетов, проведении съемок, получении обратной связи. Ю. М. Ершов уверен, что «региональное телевидение служит воображению сообщества людей, проживающих на данной территории, через формирование единой информационной повестки дня и обсуждение общих для них проблем» (2011: 135). Исследователь Н. В. Уфимцева полагает, что «культура – это система сознания, связанная с определенной этнической системой» (2011: 218). Несмотря на многонациональный характер населения полуострова, можно говорить если не о крымском этносе, то о сообществе людей, крымчанах, долгое время проживающих на территории полуострова. У них общая политическая история, во многом устоявшаяся система экономических от-

ношений и культурных связей. Через региональную прессу и телевидение жители Крыма демонстрируют «образ себя» и «образ другого» (Уфимцева, 2011: 228) – того, кто живет на «материке» и кому крымчане противопоставляют себя во многих аспектах. Безусловно, важно для нашего исследования опираться на основополагающие философские понятия эпохи «медиацентризма», такие как «картина мира», «прагматика медиадискурса», «риторическая модальность» (Анненкова, 2009: 39–41). Ибо «современный журналист формирует в сознании или подсознании адресата картину современной Цивилизации» (Анненкова, 2010: 41). А региональная тележурналистика пишет внутри этой картины свои сюжеты, свои «картинки». Но вместе с тем «именно СМИ задают ярко выраженную дискретность современной «картины мира» (Анненкова, 2010: 41). К сожалению, мы не встречали при анализе регионального информационного поля такого понятия, как «общество спектакля». «Разумеется, в разных регионах доминируют «национальные сюжеты»; политика, ее представление приобретает сценические черты, среди политических лидеров есть настоящие актеры», – пишет И. А. Мальковская (2008: 27). Журналист на региональном телевидении помогает создать этот спектакль. Спектакль при этом понимается нами как «социальный опыт конструирования и изменения реальности посредством информационно-коммуникативных процедур» (Мальковская, 2008: 27). «Региональный эфир должен отражать «уникальность и неповторимость образа мира» своей аудитории (Уфимцева, 2011: 207). При проведении исследования для нас также важны были научные выводы о взаимной детерминации культуры и власти в информационном обществе, их диалектической связи, феномене мифологизации сознания, дискурсивной власти СМИ, сформулированные с позиций социальной философии исследователем Е. Д. Павловой (2007). В случае с государственным телевидением скрытое воздействие СМИ на массовое сознание в региональном эфире принимает характер ежедневной практики. Все эти фундаментальные научные выводы будут нам необходимы на стадии изучения аудитории региональных новостей, что мы намерены сделать в рамках диссертационного исследования «Образ современника в региональном телевизионном эфире Крыма и Севастополя». В данной статье рассматривается контент новостных программ.

Исходя из принципа общедоступности телевидения, мы вправе назвать некоммерческие новостные региональные телевизионные программы «грошовой прессой» нашего времени, создаваемой за государственные деньги. Нам близок подход исследователя М. А. Мясниковой, которая пишет о сложностях в развитии телевидения во многих регионах России, о сокращении эфирного времени, нарушении программного равновесия, снижении качества контента, уменьшении числа передач собственного производства, крене в сторону чисто информационного вещания, исчезновении полноценных художественных, просветительских, детских, развлекательных программ и уходу из СМИ квалифицированных кадров (2018: 188). Можно добавить к этому экономические сложности регионального телевидения после перехода на цифровое вещание: дороговизна самого перехода и распространения сигнала вынудили некоторые каналы прекратить вещание (например, канал *FM* в Крыму), появились технические сложности в размещении местного рекламного контента (в региональных рекламных блоках) во время цифрового вещания федеральных каналов и т. д.

Однако в Крыму после 2014 г. происходят и обратные процессы: на наш взгляд, внимание государства и республиканской власти к региональному телевидению на полуострове скорее чрезмерное, чем недостаточное. В Крыму после 2014 г. произошло масштабное техническое переоснащение телевизионных каналов АНО ТРК «Крым» (телеканалы «Крым 24» и «Первый Крымский»), а также создан и оснащен телеканал «Миллет» (АНО «Общественная крымско-татарская телерадиокомпания»). Эти телевизионные каналы существуют за счет средств государственного и республиканского бюджета. На их фоне бледно выглядят частные каналы, которые остались без инвестиционной поддержки государства и крупного частного бизнеса (например, ИТВ). Они получают только рекламное финансирование и существуют за счет учредителей. Прежде все было с точностью до наоборот. Лучшими по техническому оснащению и качеству контента были именно частные каналы (Черноморская ТРК, АТР, которые после марта 2014 г. работают на территории Украины). Более того, 23 июля 2018 г. в Крыму вышла в эфир еще одна телерадиокомпания – ГТРК «Таврида» с главным информационным продуктом «Вести. Крым», с юридической пропиской в АО «ТРК-3». В Севастополе годом раньше, 17 июля 2017 г., начал вещать ее региональный аналог «Вести. Севастополь» (ГТРК «Севастополь»). Новости этих

двух компаний выходят четыре раза в день региональными врезками в федеральные информационные выпуски на телеканале «Россия 1», а по воскресеньям транслируется итоговый выпуск «События недели». Именно таким образом региональные новости «Вести. Крым» и «Вести. Севастополь» встроены в систему ВГТРК. На наш взгляд, сам факт функционирования этих «дочек» подтверждает точку зрения исследователя Д. П. Гавры о «гибридном двухуровневом формате» медиасистемы России, сочетающем в себе характеристики мягкого авторитаризма и либеральных основ функционирования медиа (2019: 33). Подтверждают они и научную позицию Е. Л. Доценко (2000), Г. Г. Почепцова (2000), С. Г. Кара-Мурзы (2002) об идеологии и технологиях паблик рилейшнз как основных средствах влияния на человека через СМИ.

Область интересов автора данного исследования смещена в сторону практического компонента**.** Объектом нашего исследования стали композиционные и тематические особенности контента информационных выпусков «Вести. Крым» (ГТРК «Таврида»). Автор исследования поставил перед собой задачу определения контент-стратегий, особенностей редакционной политики, специфики использования жанров и выразительных средств в количественном и качественном аспектах.

Методологию исследования составили методы критического анализа, систематизации, обобщения, контент-анализа. Базовая единица анализа – журналистский материал информационного жанра в выпуске новостей (репортаж, заметка, информация, новостное интервью, отчет). В статье анализируются тематические, жанровые и функциональные особенности информационных сюжетов. Автор использует и нетематические категории среди тематических. Это связано с наличием ряда сюжетов, которые невозможно обозначить иначе чем «повседневная жизнь», их нельзя отнести определенно к какой-то одной теме, они представляют собой бытовой срез человеческой жизни, репортажный портрет или интервью-портрет человека. Функционально-тематические материалы (конфликтные) мы выделили в отдельную категорию как достаточно редкое явление в выпусках. В выпуске такие сюжеты стоят особняком на фоне позитивного, почти презентационного контента.

Автором была начата работа по контентному мониторингу информационных программ «Вести. Крым» с первого выхода в эфир

новой для Крыма телерадиокомпании ГТРК «Таврида» в конце июля 2018 г. Мониторинг велся на протяжении года, и основные детали и выводы будут изложены в диссертационном исследовании «Образ современника в региональном телевизионном эфире Крыма и Севастополя». В период с 01.07 по 01.08.2019 г. шло развернутое посюжетное «сканирование» новостей. Если в сюжете было несколько тем, то определение тематики шло по доминирующей (главной для этого сюжета) теме. Конечной практической целью исследования является выработка рекомендаций для регионального вещания по созданию новостного видеоконтента, интересного аудитории.

Результаты исследования

Контентный мониторинг новостных информационных выпусков «Вести. Крым» (ГТРК «Таврида») показывает, что даже в жестком формате информационного сюжета можно обнаружить коммуникативную нагрузку, перекличку прошлого и настоящего, опознать «встречное течение» жизни (Веселовский, 1989: 28). Эта «сверхценность» новостного сюжета обязательно присутствует в выпусках, построенных не по принципу жесткой (как, например, на канале «Евроньюс») новости, а новости с элементами сторителлинга. Эта «сверхценность» остается после ответа на обязательные новостные вопросы, выраженные формулой *5W+H* (что, кто, где, когда, почему и как?), и позволяет удерживать внимание зрителя.

В целом мы совершенно согласны с мнением исследователя Д. К. Первых: «Следует признать, что телекомпания «Таврида» стремительно охватила крымскую аудиторию как за счет профессионально подготовленного контента, так и за счет общего эфира с телеканалом «Россия 1» (2019: 174). Компания пришла в регион как носитель «столичного» стиля новостей. Это ощущалось по динамике подачи, выбору тем, умению вовремя увидеть в местных фактах общероссийские тренды. Антропоцентричность, то есть показ события через его особую роль в жизни конкретного человека – героя сюжета, тоже было обязательным требованием к видеоконтенту новостей. Что касается тематического наполнения выпуска, акцент ставился на событиях и фактах, которые действительно меняли Крым после 2014 г.: стройки масштабных инфраструктурных объектов по Федеральной целевой программе, переход на российские стандарты в образовании, здравоохранении,

налоговой сфере, многосторонняя поддержка культурных событий и многонациональной политики на полуострове, обновление туристической инфраструктуры и многомиллионные дотации в сельское хозяйство, связанные с курсом на импортозамещение.

Но что, на наш взгляд, прежде всего способствовало появлению интереса зрителей к контенту регионального новостного выпуска? В первую очередь это отбор фактов-эндемиков. Эндемиками[1] в естественнонаучной литературе принято считать растения или животных, встречающихся только в определенной географической местности. Автор статьи считает уместным введение в оборот естественнонаучного термина для обозначения фактов и событий, связанных с жизнью конкретного региона. Более того, в региональной журналистике (а также в пиар-практиках) термины *событие-эндемик, герой-эндемик* могли бы стать удобными не только в научной, но и в ежедневной профессиональной коммуникации. Ведь в каждом регионе есть явления, характерные только для данной территории. Местный журналист подходит к эндемичным информационным поводам, событиям и героям с вниманием гораздо большим, чем его федеральный коллега. Без эндемичных информационных поводов смысла в существовании регионального телевизионного эфира просто нет. «Пространственные медиа, которые привязаны к локусам и держатся на охвате территории, – совершенно справедливо пишет Ю. М. Ершов, – призваны конструировать воображаемые сообщества и придавать смысл поиску чувства идентичности в социальном пространстве» (2011: 135). С другой стороны, сюжет об эндемичном событии и герое, транслируемый в эфире другого региона, может совершенно не восприниматься аудиторией хотя бы потому, что предлагаемая тема слишком экзотична, чтобы быть интересной. И это одна из причин относительно небольшого количества просмотров зрителями других регионов видеоконтента на официальном сайте канала гостелерадиокомпании «Таврида» и в соцсетях. Допускаем, что многие темы информационных выпусков «Вести. Крым» окажутся совершенно «холодными» для представителей других регионов. Жители материка могут отнестись к крымским эндемикам индифферентно, ведь в основном они интересуются рекреационными возможностями полуострова.

В выпусках «Вести. Крым» мы регулярно встречаемся с событиями-эндемиками. Например, репортаж о том, как в рыбной Керчи отметили День рыбака или как мелодии – легенды классического

рока – звучали в исполнении крымского камерного оркестра в стенах Мраморной пещеры на высоте 800 м над уровнем моря[2]. В этом же выпуске от 15.07.2019 – сюжет о Дне курортника в Евпатории (отдыхающие соревнуются за путевку в здравницу). К эндемикам можно отнести сюжет о массовых учениях ВДВ и транспортной авиации на полигоне Чауда. В кадре 50 единиц истребительной авиации, прыжки десантников и отработка навыков посадки крупных транспортных самолетов[3]. Или, например, выступление женского танкового экипажа Черноморского флота на форуме «Армия 2019» в г. Севастополе, цель которого – показать, что женщины легко справляются с мужской техникой. В кадре, разумеется, обязательная развлекательная программа: дети забираются «посидеть в кабинах грозных боевых машин»[4].

Тема силы, мощи, единения народа и армии, детей и армии, – одна из самых обязательных и частотных. Привычка проводить морские парады и смотреть репетиции парадов – в Севастополе традиция давняя и неизменная. Но с возвращением Крыма в Россию таких военизированных спектаклей стало значительно больше. И в заключение – настоящий балет на воде под музыку П. И. Чайковского в исполнении буксиров Черноморского флота. Впрочем, под классическую музыку в Севастополе танцуют не только буксиры, но и участники «Офицерского бала». Бал проводится уже шестой раз, в 2019 г. он собрал тысячу танцоров из 15 стран. Рассматривая событие как уникальное (крымский событийный эндемик), заместитель командующего Черноморским флотом Игорь Курочкин предлагает устраивать такой бал на Дворцовой площади в Санкт-Петербурге[5]. Темы крымских событий-эндемиков продолжают жить в соцсетях (ссылки на программы, отдельные сюжеты и кадры), они тиражируются самими зрителями программ и героями сюжетов.

Атмосфера нескончаемого праздника на основе традиций – это лейтмотив многих выпусков. Например, прямое включение из аэропорта «Айвазовский», где аниматоры исполняют греческие танцы и работает фотозона в античных декорациях. Так открывают новый туристический маршрут «Золотое кольцо Боспорского царства». Аэропорт «Айвазовский» – постоянный источник инфоповодов, это результат креативной работы его компетентной пиарслужбы. В местных новостях где-нибудь в другом регионе России каждый из этих сюжетов-эндемиков мог бы быть главным в программе (разумеется, на основе местного материала). Но тут они

просто часть рядового выпуска[6]. Даже вполне профессиональное событие – производственная дегустация крымского вина в подвалах «Массандры» для оценки возможности замены грузинской продукции крымской – тоже смотрится праздником[7]. Выпуск 15.07.2019 вообще уникален. Например, в утренней (11.25) программе из 9 сюжетов 5 было о праздниках[8]. Естественно, «праздничность» выпускам добавляют те уникальные фестивали и форумы, которые проводятся в Крыму на постоянной основе. Например, молодежный форум «Таврида»[9].

Приведенная таблица содержит визуализацию соотношения общего количества сюжетов за месяц (с 01.07 по 1.08.2019) и сюжетов о праздниках в программе «Вести. Крым». Среди сюжетов – и полноценные, развернутые репортажи, и корреспонденции, проиллюстрированные видеорядом, заметки и информации (см. рис. 1).

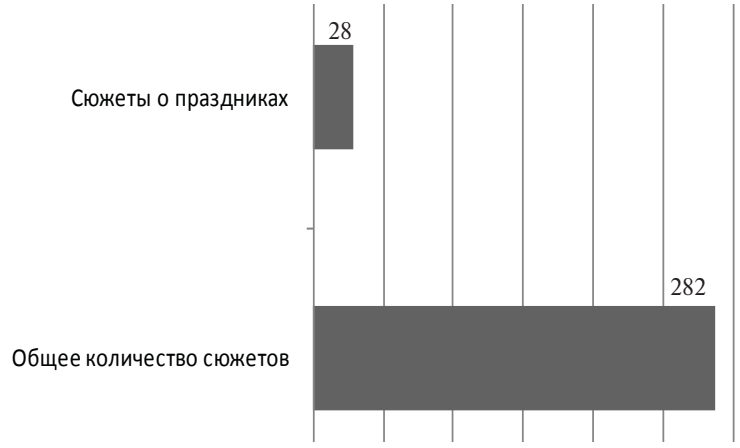


Рисунок 1. Доля сюжетов о праздниках в выпусках «Вести. Крым» с 01.07 по 31.07.2019.

Однако нужно подчеркнуть особенность праздника как темы для новостей. Об одном и том же празднике рассказывают новостные программы разных каналов: «Первый Крымский», «Миллет», «Крым 24», «Вести. Севастополь», *FM* (работал до сентября 2019), ИТВ, не говоря уже о двух муниципальных севастопольских каналах и телестудиях в других городах. В Евпатории, Армянске, Керчи, Феодосии, Джанкое, Саках, Алуште,

Ялте работает муниципальное телевидение. «В 2019 году подразделениями АНО ТРК «Крым» стали: кабельный канал «Евпатория *TV*», телеканалы «Керчь *TV*», «Ялта *TV*», планируется запуск филиалов на севере Крыма и в Феодосии» (Первых, 2019: 279). И все они рассказывают об одних и тех же праздниках. Уникальность информации сведена к нулю. Зритель видит одно и то же на всех каналах, ощущается общий «руководящий заказ» (Мальковская, 2008: 27) на формирование в информационном поле картинки праздника. И согласимся с И. А. Мальковской в том, что «на место «социального театра» пришел «социальный спектакль» – организация зрелищ» (2008: 27). Здесь уместно вспомнить исследования Е. Д. Павловой о взаимной детерминации культуры и власти в формировании идеологических и аксиологических установок в обществе, ментального образа мира (2007). Общим местом стало понимание телевизионщиками (несмотря на изобилие праздников и событий), что по-настоящему интересных, не пиар-новостей в Крыму мало, а журналистов слишком много. Подавляющее большинство телевизионных журналистов работают в государственных и муниципальных телевизионных СМИ, представляют государственную «медиакратию». Поток информационных поводов в Крыму гораздо менее интенсивный, чем его освещение в телевизионном эфире, на официальных сайтах телекомпаний и на их страничках в социальных сетях. Анекдотом, вполне отражающим жизнь, можно считать воспоминание Эвелины Блёданс. В Москве в аэропорту артистка пережила смену борта самолета, поскольку в салоне оказались пчелы. Поместив в Инстаграм пост о «пчелах-убийцах», Блёданс вместе с другими пассажирами перешла в салон другого самолета и успешно прилетела в Симферополь. Но в аэропорту ее ожидала толпа журналистов с микрофонами: всех интересовали пчелы-убийцы. Столь высокий интерес качественных СМИ к новости подобного характера, тиражируемой через Инстаграм, возможен только там, где мало действительно интересных новостей[10]. Вот так выглядит динамика распределения сюжетов по тематике информационных поводов в программе «Вести. Крым». Для анализа были взяты выпуски новостей с 1.07 по 1.08.2019, то есть сделан месячный контентный тематический срез (см. рис. 2).



Рисунок 2. Месячный контентный тематический срез 01.07.2019 – 1.08.2019 «Вести. Крым».

По количеству журналистского внимания абсолютным чемпионом выглядит армейская и флотская тема, а также тема безопасности в целом. О военных, МЧС, пограничниках, таможенниках и полиции – 48 сюжетов. В 23 проанализированных оригинальных выпусках (без учета повторов) было 28 репортажей о масштабных крымских праздниках. Столько же сюжетов (28) – о крымских стройках. И это понятно, потому что республика сегодня – одна большая стройка. Еще чаще «Вести. Крым» рассказывали о культуре – 34 сюжета (большая часть – сюжеты о сохранении и восстановлении уникального исторического наследия, премьерные театральные и кинопоказы, фестивали, гастроли, юбилеи, посещения полуострова звездами и т. д.). По степени представленности с темой масштабных праздников может сравниться тема ЧП – чрезвычайных происшествий, в том числе связанных с аномальными

погодными явлениями (25 сюжетов), о ЧП экологического характера среди них был только один – массовое сэлфи отдыхающих на пляже с раненым дельфином. О событиях повседневной жизни – 20 сюжетов. А об аграриях и их победах, заботах и уникальных проектах – всего 19 сюжетов, о туризме – 18. В отличие от эфира АНО «ТРК «КРЫМ» («Крым 24» и «Первый Крымский»), в выпусках «Вести. Крым» в течение месяца не было сюжетов о Крымской весне, а тема государственного управления была представлена скромнее, чем сельскохозяйственная, – 17 сюжетов, в том числе 3 – при участии первых лиц государства. О науке вышло в эфир 15 сюжетов, о спорте – масштабных соревнованиях с участием спортсменов со всей России – 13, о религии – 7. В эфире было показано семь сюжетов, содержащих конфликтную ситуацию. При этом обе стороны конфликта были представлены лишь в половине случаев. О детях вышло в эфир 6 сюжетов (не считая сюжетов об «Артеке», которые мы отнесли к разряду контента о масштабных праздниках), о политике (в том числе международной) – 2 сюжета. Тема студенчества, как и высшего образования в целом, звучала в 3 сюжетах, но мы не можем считать эти цифры окончательными, поскольку студенты, как и школьники, участвуют в масштабных праздниках, становятся их соорганизаторами и волонтерами. Самой непредставленной темой в эфире «Вести. Крым» остается тема производства: всего 2 сюжета за июль 2019 г. «Вести. Крым» от новостей «Первого Крымского» и «Крыма 24» в лучшую сторону отличает отсутствие репортажей с совещаний. Ведь совершенно права известный практик репортажа О. Лонская, когда пишет, что «для репортажа в большинстве случаев заседания, конференции, собрания не годятся»[11]. Отсутствие сюжетов на производственную тему, экс-генеральный директор ТРК «Таврида» Н. В. Долгачев объясняет низким интересом пиар- служб промышленных предприятий к сотрудничеству с «Вести. Крым». «Нет информационных поводов. Если бы они все работали как пиарщики аэропорта «Айвазовский», представленность производственной темы была бы гораздо выше»[12]. Утверждение, на наш взгляд, спорное, потому что интерес к ситуации на промышленных предприятиях могут вызывать не только пиар-поводы, но и реальные события, проблемы и тренды. Так выглядит схема распределения долей сюжетов по тематике (в процентном соотношении) по мере возрастания (см. рис. 3).

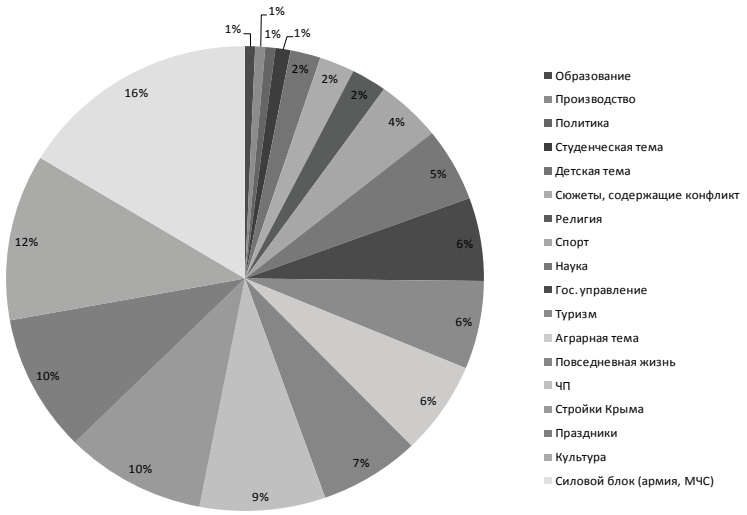


Рисунок 3. Процентное соотношение сюжетов по тематике.

Мы сознательно выделили среди тематических сюжетов явно нетематические категории *повседневная жизнь* и *конфликтные сюжеты* и включили их в общую статистику. Мы можем считать их функционально-тематическими. Категория *повседневная жизнь* (лайф) – это легкие, забавные, милые сюжеты, они бывают на разные темы, но их действительно правильнее объединить в одну группу. Нам важна скорее их функциональная роль, чем тематическая. Мы предполагаем, что такие сюжеты могут относиться к отдельной категории как некое украшение, допущенное с целью снятия напряжения в выпуске, сделанном с большой долей пропагандистских и пиаровских сюжетов. Что же касается конфликтных сюжетов, то их крайне мало, и они редко обнаруживают две стороны конфликта, определяют героев и антигероев.

Неожиданным оказалось сравнение полученных результатов с исследованием О. В. Тихоновой и А. А. Нефедовой (Тихонова, Нефедова, 2019: 147). Исследователи пишут о популярности темы безопасности в региональном эфире Франции (9,78%) и непопулярности ее в региональном эфире «Россия 1. Ярославль» (2,98%). В этом смысле крымский региональный эфир имеет больше сход-

ства с региональным вещанием в г. Тулуза – административном центре департамента Верхняя Гаронна на юго-западе Франции, чем с телевидением в областным центре РФ Ярославль, где представленность сюжетов на тему безопасности всего лишь 2,98%. Тема культуры представлена гораздо больше в крымских новостях, чем на региональных каналах Тулузы или Ярославля: 12% в Крыму против 7,38% в Тулузе и 10,2% в Ярославле.

Для укрепления доверия со стороны аудитории важен принцип возвращения журналистов к проблемным сюжетам. Так, сотрудники «Вести. Крым» следили за конфликтом в г. Саки между жителями пятиэтажного дома и компанией-застройщиком, которая возводила на придомовой территории торговый центр. Строительство в конце концов было остановлено. Женщина в инвалидной коляске благодарит «Вести. Крым» за отличную работу: «Вы все время с нами». После вмешательства «Вести. Крым» перестроили опасный перекресток, положили асфальт на нескольких улицах, поставили светофор, выделили квартиру семье с тяжело больным ребенком, закрыли строительство креветочной фермы на пляже в с. Поповка. Люди благодарили редакцию за многие добрые дела в выпуске, посвященном празднованию годовщины со дня рождения компании[13].

Основные выводы и дискуссия нашего исследования касаются выявления специфических особенностей и структуры крымского эфирного новостного контента. Контент региональных новостей, существующих за счет государственного финансирования – частный случай подтверждения мнения исследователя Д. П. Гавры об устойчивом дрейфе российской медиастистемы в сторону мягкого авторитаризма (2019: 34). Выяснено, что главными особенностями и контентными компонентами информационных выпусков являются эндемичные для Крыма события и герои. Однако в каждом выпуске транслируются сюжеты с высокой степенью пиара. Обилие таких материалов в новостях не способствует росту доверия к региональному телевидению, ибо зритель осознает заказной характер новостей. Тема безопасности и защищенности очень важна для каждого человека, но перенасыщенность силовой тематикой может привести к обратному результату – не успокоить, а усилить внутреннее беспокойство и тревогу. Аналогичная ситуация с темой праздников: ее присутствие в материалах новостей нам видится

избыточным. Небольшое количество сюжетов, содержащих конфликт, говорит о том, что журналисты не очень хорошо представляют себе аудиторию, поскольку люди живут в гораздо более сложных условиях, чем обычно показывается в сюжетах. Новости формируют образ благополучного региона, что не всегда совпадает с представлениями людей, особенно жителей степных районов северного Крыма. Тема строительства ведется в выпусках активно, но представлена поверхностно: говорится в основном об успешных проектах, хотя перед глазами крымчан большое число недостроенных объектов, «новых долгостроев», которые переходят от подрядчика к подрядчику. Средний крымчанин представляется новостями как благополучный, оптимистично настроенный человек, который безоговорочно поддерживает местную власть, нуждается в рекомендациях, разъяснении простых вещей. Для него создается медиакартина мира, и, согласимся с И. В. Анненковой, эта картина «всегда дискретна, всегда – лишь комментарий к объективной картине мира» (2009: 39). Интенция убеждения, воздействия или манипулирования, заложенная в текстах СМИ, предполагает в них наличие субъективной модальности (Анненкова, 2009: 40). Но в определении тематики и формы подачи материалов в анализируемом государственном региональном СМИ модальность слишком очевидна. «Модальность <...> выражаясь образно – маяк, указывающий путь пускающемуся в трудное плавание читателю или исследователю» (Бухаркин, 2001: 109). В нашем случае этот государственно-пропагандистский маяк светит очень ярко. Он подает и явные «сигналы рекламности» (Лазарева, 2005: 84), когда имплицитно в сюжете содержится подразумеваемый журналистом дополнительный смысл непрямой (косвенной) рекламной коммуникации, а в подтексте читается рекламная мифология. В таких сюжетах функции информирования и рекламирования сочетаются и взаимодействуют. «Специфика медиадискурса заключается как раз в том, что журналисты <...> выступают в качестве *посредников* между самой действительностью и массовой аудиторией. Именно они с помощью своего мировоззрения и миропонимания формируют картину мира в сознании массовой аудитории» (Анненкова, 2009: 41). Исследователь И. А. Панкеев справедливо утверждает, что среди причин снижения доверия к СМИ – «трансляция пропаганды <...> искажение информационной картины мира» (2019: 108).

При устранении всех этих особенностей проявления мягкого авторитаризма, снижающих интерес к телевизионным новостям, уровень доверия к работе журналистов «Вести. Крым» будет расти. Автору еще предстоит большая работа: анализ героев и антигероев, получивших постоянную прописку в информационном телевизионном пространстве, анализ идеологем, которые звучат в новостных выпусках, проведение глубинных интервью с представителями менеджмента СМИ. В октябре 2018 г. первого генерального директора, создавшего «Вести. Крым», Николая Долгачева сменил Александр Минаков, до этого возглавявший «Вести. Севастополь». Смена менеджмента тоже сказалась на контенте: одни тенденции (отражение темы государственного и республиканского управления) укрепились, другие (повседневная жизнь) – ослабли. Представляется интересным сканирование эфира спустя год после проведения первичного исследования. Ключевой элемент будущего анализа – изучение точек деструкции доверия и прерывания диалога с аудиторией в новостных программах. Автору предстоит исследование с помощью дополнительных инструментов, в том числе опросов аудитории. Ибо «успешное воздействие на аудиторию со стороны коммуникатора предполагает умение говорить на языке потребностей аудитории, т. е. умение ориентироваться в потребностно-мотивационной сфере аудитории» (Уфимцева, 2011: 179). Не менее интересной перспективой будущего исследования видится анализ ассоциативных полей крымчан, их ассоциативного тезауруса, представленного в материалах региональных новостей в качестве «фрагментов образа мира» (Уфимцева, 2011: 232), то есть нам предстоит провести анализ образа мира через языковое сознание крымчан.

Создание региональных новостей – многоаспектная задача, и сам журналист, как лидер коммуникации, работая в региональном информационном поле, тоже представляет собой достаточно эндемичное явление. Он – манипулятор и манипулируемый в одно и то же время. Он, как правило, работает в режиме жесткого таймлайна, часто совмещает несколько телевизионных профессий. Рассмотрением профессиональных особенностей региональных журналистов автор также намерен заняться в отдельном исследовании.

Примечания

[1] Толковый словарь Ефремовой. Режим доступа: https://www.efremova.info/word/endemik.html#.XY8U0FUzaM8 (дата обращения: 26.01.2020).

[2] Выпуск «Вести. Крым» от 15.07.2019. Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-15-07-2019-1125/ (дата обращения: 6.01.2020).

[3] Выпуск «Вести. Крым» от 11.07.2019 Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/ (дата обращения: 6.01.2020).

[4] Выпуск «Вести. Крым» от 01.07.2019 Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-01-07-2019-1125/ (дата обращения: 26.09.2019).

[5] Выпуск «Вести. Крым» от 17.06.2019 Режим доступа https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA (дата обращения: 22.09.2019).

[6] Выпуск «Вести. Крым» от 01.07.2019. Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-01-07-2019-1125 (дата обращения: 22.10.2019).

[7] Выпуск «Вести. Крым» от 11.07.2019 Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/ (дата обращения: 25.11.2019).

[8] Выпуск «Вести. Крым» от 15.07.2019. Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-15-07-2019-1125/ (дата обращения: 28.11.2019).

[9] Выпуск «Вести. Крым» от 14.07.2019. Режим доступа https://vesti-k.ru/v-sudake-zavershilas-devyataya-smena-foruma-tavrida/ (дата обращения: 29.11.2019).

[10] Эвелина Бледанс: звездная гостья *Comedy*-смены // Твой формат. 2018. № 11. С. 55.

[11] *Лонская О.* Репортаж. От идеи до гонорара. М.: Аспект-пресс, 2015. С. 30

[12] Из личных интервью с генеральным директором ТРК «Таврида» Н. Долгачевым от 24.08.2019.

[13] Выпуск «Вести. Крым» 29.07.2019. Режим доступа: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-29-07-2019-1700/ (дата обращения: 29.11.2019).

Библиография

Анненкова И. В. «Об одной константе текстов СМИ: к постановке вопроса о риторической модальности» // Вестн. Пермск. ун-та, Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 5. С. 39–41.

Анненкова И. В. Дихотомия культуры и цивилизации в медиадискурсе // Мир русского слова. 2010. № 3.

Багиров Э. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды. М.: Мысль, 2008.

Богданович Г. Ю., Калугина А. Ю. Контент региональной тележурналистики: стендап (отечественный и зарубежный опыт). Ученые записки Крымск. фед. ун-та имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2019. Том 5 (71). № 4. С. 214–226.

Бухаркин П. Е. Риторика и смысл: Очерки. СПб, 2001.

Веселовский А. Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школас, 1989.

Вырковский А. В., Макеенко М. И. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи. М: Медиамир, 2014.

Гавра Д. П. Российская медиасистема – гибридный двухуровневый формат // Актуальные проблемы медиаисследований-2019. IX Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ: мат. конф. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. С. 33–34.

Доценко. Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 2000.

Ершов Ю. М. Телевидение в ряду пространственных медиа и территориальные измерения охвата // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2011. № 1 (13). С.129–140. DOI: 10.17223/19986645/52/15

СМИ Крыма и Севастополя в медиасистеме России: сб. ст. / под ред. *Д. В. Жукова, Г. Г. Щепиловой*. М.: МедиаМир, 2018.

Иванова А. Н. Специфика функционирования регионального телевидения России и Франции (на примере компаний Краснодарского края и региона Прованс) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 2. С. 18–39.

Ильченко С. Н. Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.

Кара-Мурза С. М. Краткий курс манипуляции сознанием. М.: Алгоритм, 2002.

Лазарева Э. А. Стилистика рекламы. Екатеринбург, 2005.

Мальковская И. А. Эволюция зрелищ в человеческом измерении // Социологические исследования. 2008. № 2. Февраль. С. 26–34.

Мясникова М. А. Региональный телеконтент в процессе трансформации: от синкретизма к мультимедийности // Digital Transformation of Mass Media: regional, national and global aspects. Десятые междунар. науч. чтения в Москве. Тезисы МГУ / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М., 2018.

Павлова Е. Д. Средства массовой информации – инструмент скрытого воздействия на сознание: социально-философский анализ: моногр. М.: Наука, 2007.

Панкеев И. А. «СМИ и новые медиа: общественное предпочтение» // Актуальные проблемы медиаисследований-2019. IX Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ: мат. конф. М.: Фак. журн. МГУ, 2019.

*Первых Д. К.*Особенности развития крымских СМИ в условиях интеграции в медиапространство России // Ученые записки Крымск. фед. ун-та имени В. И. Вернадского.Филологические науки. Научный журнал. 2019. Том 5. № 4. С. 265–285.

Почепцов Г. Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, 2000.

Тихонова О. В., Нефедова А. А. «Россия 1. Ярославль» и *France3 Midi-Pyrenees* как модели региональных телеканалов // Актуальные проблемы медиаисследований-2019. IX Междунар. науч.-практ. конф НАММИ: мат. конф. М.: Фак. журн. МГУ, 2019.

Уфимцева Н. В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М.: Институт языкознания РАН, 2011. С. 207–232.

Notes

Evelina Bledans: zvezdnaya gost'ya Comedy-smeny [Evelina Bledans: a Star Guest of the Comedy Tour] (2018) *Tvoy format* 11: 55.

Iz lichnykh interv'yu s general'nym direktorom TRK «Tavrida» N. Dolgachevym ot 24.08.2019 [From the Author's Interviews with General Director of the Television and Radio Company Tavrida N. Dolgachev from 24.08.2019]

Lonskaya O. (2015) *Reportazh. Ot idei do gonorara* [Reportage. From the Idea to the Fee]. Moscow: Aspekt Press. Publ. P. 30.

Tolkovyy slovar' Efremovoy [Efremova's Explanatory Dictionary]. Available at: https://www.efremova.info/word/endemik.html#.XY8U0FUzaM8 (accessed: 26.01.2020).

Vypusk «Vesti. Krym» ot 17.06.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 17.06.2019]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA (accessed: 22.09.2019).

Vypusk «Vesti. Krym» ot 01.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 01.07. 2019]. Available at: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-01-07-2019-1125/, (accessed: 26.09.2019).

Vypusk «Vesti. Krym» ot 11.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 11.07.2019]. Available at: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/ (accessed: 6.01.2020).

Vypusk «Vesti. Krym» ot 11.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 11.07.2019]. Available at: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/ (accessed: 25.11.2019).

Vypusk «Vesti. Krym» ot 15.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 15.07.2019]. Available at: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-15-07-2019-1125/ (accessed: 26.01.2020).

Vypusk «Vesti .Krym» ot 14.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 14.07.2019]. Available at: https://vesti-k.ru/v-sudake-zavershilas-devyataya-smena-foruma-tavrida/ (accessed: 29.11.2019).

Vypusk «Vesti. Krym» 29.07.2019 [Installment of "Vesti. Crimea" from 29.07.2019]. Available at: https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-29-07-2019-1700/ (accessed: 29.11.2019).

References

Annenkova I. V. (2009) Ob odnoy konstante tekstov smi: k postanovke voprosa o ritoricheskoy modal'nosti [About One Constant of Media Texts: Towards Rhetorical Modality]. *Vestn. Permsk. un-ta, Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* 5: 39–41. (In Russian)

Annenkova. I. V. (2010) Dikhotomya kul'tury i tsivilizatsii v mediadiskurse [Dichotomy of Culture and Civilization in Media Discourse]. *Mir russkogo slova* 3. (In Russian)

Bagirov E. G. (2008) *Mesto televideniya v sisteme sredstv massovoy informatsii i propagandy* [The Place of Television in the System of Mass Media and Propaganda]. Moscow: Mysl'. Publ. (In Russian)

Bogdanovich G. Yu., Kalugina A. Yu. (2019) Kontent regional'noy telezhurnalistiki: stendap (otechestvennyy i zarubezhnyy opyt) [Content of Regional Television Journalism: Stand Up (Russian and Foreign Experience)]. *Uchenye*

zapiski Krymsk. fed. un-ta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki. Nauchnyy zhurnal 5 (71) 4: 214–226. (In Russian)

Bukharkin P. E. (2001) *Ritorika i smysl: ocherki* [Rhetoric and Sense: Essays]. Saint Petersburg. (In Russian)

Dotsenko E. L. (2000) *Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita* [Psychology of Manipulation: Phenomena, Mechanisms and Defense]. Moscow. (In Russian)

Ershov Yu. M. (2011) Televidenie v ryadu prostranstvennykh media i territorial'nye izmereniya okhvata [Television Among Spatial Media and Territorial Dimensions of Reach]. *Vestn. Tomsk. gos. un-ta. Filologiya* 1 (13): 129–140. DOI: 10.17223/19986645/52/15 (In Russian)

Gavra D. P. (2019) «Rossiyskaya mediasistema – Gibridnyy dvukhurovnevyy format [The Russian Media System: a Hybrid Bi-Level Format]. In *Aktual'nye problemy mediaissledovaniy-2019. IX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya NAMMI: mat. konf* [Current Issues of Media Studies-2019. The 9th Internatonal Research-to-Practice Conference NAMMI: conference proceedings]. Moscow: Fak. zhurn. Moscow St. Univ. Publ. Pp. 33–34. (In Russian)

Il'chenko S. N. (2012) *Transformatsiya zhanrovoy struktury sovremennogo otechestvennogo telekontenta: aktualizatsiya igrovoy prirody televideniya*: avtoref. dis. dokt. filol. nauk. [The Transformation of the Genre Structure of Modern Television Content: extended abstract of Dr. philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Ivanova A. N. (2017) Spetsifika funktsionirovaniya regional'nogo televideniya Rossii i Frantsii (na primere kompaniy Krasnodarskogo kraya i regiona Provans) [Specifics of Operation of Regional Television in Russia and France (on the example of the Krasnodar region and the Provence region)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 18–39. (In Russian)

Kara-Murza S. M. (2002) *Kratkiy kurs manipulyatsii soznaniem* [A Short Couse of Consciousness Manipulation]. Moscow. (In Russian)

Lazareva E. A. (2005) *Stilistika reklamy* [Stylistics of Advertising]. Ekaterinburg. (In Russian)

Mal'kovskaya I. A. (2008) Evolyutsiya zrelishch v chelovecheskom izmerenii [Evolution of Shows in the Human Dimension]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 2 Fevral': 26–34. (In Russian)

Myasnikova M. A. (2018) Regional'nyy telekontent v protsesse transformatsii: ot sinkretizma k mul'timediynosti [Regional Television Content in the Process of Transformation]. In E. L. Vartanova (ed.) *Digital Transformation of Mass Media: Regional, National and Global Aspects. Desyatye mezhdunarodnye nauchnye chteniya v Moskve. Tezisy MGU* [Digital Transformation of Mass Media: Regional, National and Global aspects. The 10th International Scientific Readings in Moscow. MSU Thesis]. Moscow. (In Russian)

Pankeev I. A. (2019) «Smi i novye media: obshchestvennoe predpochnenie» ["Mass Media and New Media: the Public Preference"]. In *Aktual'nye problemy mediaissledovaniy-2019. IX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konfer-*

entsiya NAMMI: mat. konf [The 9th International Research-to-Practice Conference NAMMI: conference proceedings]. Moscow: Fak. zhurn. Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Pavlova E. D. (2007) *Sredstva massovoy informatsii – instrument skrytogo vozdeystviya na soznanie: sotsial'no-filosofskiy analiz*: monografiya [Mass Media as an Tool of Hidden Impact on Consciousness: a Socio-Philosophical Analysis: a Monograph]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Pervykh D. K. (2019) Osobennosti razvitiya krymskikh smi v usloviyakh integratsii v mediaprostranstvo Rossii [Specifics of Crimean Mass Media Development in the Period of Integration in the Russian Media Space]. *Uchenye zapiski Krymsk. fedю un-ta imeni V. I. Vernadskogo.Filologicheskie nauki. Nauchnyy zhurnal* 5 (4): 265–285. (In Russian)

Pocheptsov G. G. (2000) *Psikhologicheskie voyny* [Psychological Wars]. Moscow: Refl-buk. Publ. (In Russian)

Tikhonova O. V., Nefedova A. A. (2019) «Rossiya 1.Yaroslavl'» i France3 Midi-Pyrenees kak modeli regional'nykh telekanalov [Rossiya 1.Yaroslavl and France3 Midi-Pyrenees as the Models of Regional Channels]. In *Aktual'nye problemy mediaissledovaniy-2019. IX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya NAMMI: mat. konf.* [Current Issues of Media Studies-2019. The 9th International Research-to-Practice Conference NAMMI: conference proceedings]. Moscow: Fak. zhurn. Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Ufimtseva N. V. (2011) *Yazykovoe soznanie: dinamika i variativnost'* [Language Consciousness: Dynamics and Varibility]. Moscow: Institut yazykoznaniya RAN. Publ. Pp. 207–232. (In Russian)

Veselovskiy A. N. (1989) *Istoricheskaya poetika* [Historical Poetics]. Moscow: Vyssh. shk. Publ. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V., Makeenko M. I. (2014) *Regional'noe televidenie Rossii na poroge tsifrovoy epokhi* [Russian Regional Television on the Doorstep of the Digital Epoch]. Moscow: Mediamir. Publ. (In Russian)

Zhukov D. V., Schepilova G. G. (2018) (eds.) *SMI Kryma i Sevastopolya v mediasisteme Rossii*: sbornik statey [Mass Media of Crimea and Sevastopol in the Russian Media System: a Collection of Articles]. Moscow: Media Mir. Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
02.10.2019