Никольская Элина Сергеевна, аспирантка кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: elina_nik@mail.ru

СПЕЦИФИКА ФОРМАТА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ЖУРНАЛОВ НОВОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕСТВЕННОЙ И ЧАСТНОЙ МОДЕЛЕЙ ВЕЩАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ: «THE FIFTH ESTATE» (КАНАДА), «60 MINUTES» (США), «60 MINUTES» (АВСТРАЛИЯ)

В статье представлены результаты контент-анализа трех телевизионных журналов новостей («The Fifth Estate» (Канада), «60 minutes» (США), «60 minutes» (Австралия)). Автор исследует, как национальные особенности страны влияют на тематику и содержание передач, анализирует зависимость контента от модели вещания. Работа позволяет понять особенности развития одного формата в трех англосаксонских странах.

Ключевые слова: *телевизионные журналы новостей, контент-анализ, «The Fifth Estate», «60 minutes», формат*

Elina S. Nikolskaya, PhD student at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: elina_nik@mail.ru

TELEVISION NEWS MAGAZINE FORMAT SPECIFICS IN THE CONTEXT OF PUBLIC AND PRIVATE BROADCASTING MODEL (ON THE BASIS OF «THE FIFTH ESTATE» (CANADA), «60 MINUTES» (USA), «60 MINUTES» (AUSTRALIA))

The article presents the results of a content analysis of three television news magazines («The Fifth Estate» (Canada), «60 minutes» (USA), «60 minutes» (Australia)). The author examines how national features of the country influence the themes and content of the transmission, analyzes how the content depends on the broadcasting model. The research helps to understand particular features of the format's development in the three Anglo-Saxon countries.

Key words: *TV news magazines, content analysis, «The Fifth Estate», «60 minutes», format*

Введение

В российской тележурналистике, которая многое взяла из мировой и в частности из американской практики, такая форматная группа, как телевизионные журналы новостей, не сложилась. В то же время эта группа может предложить интересные подходы к формированию информационной картины мира на телевидении.

Впервые появившись в эфире телеканала CBS, журнал новостей под названием «60 Minutes», занял отдельную нишу в новостном сегменте вещания. Затем к этому формату обратились и в других странах: в Великобритании запустили передачу Panorama (BBC), после чего формат стали использовать другие европейские вещатели – в Италии запустили программу In 1/2 h, в Германии – European Journal. Но несмотря на это, формат телевизионных журналов новостей в глобальном смысле до сегодняшнего дня остается невостребованным. Вместе с этим его изучение представляет большой интерес, так как эта форматная группа обладает определенной жанровой спецификой: в программах, которые выходят с периодичностью раз в неделю, поднимаются всегда текущие проблемы, однако, репортажи готовятся в более глубоком ключе, высока роль репортажности (формат происходит от новостей), но при этом присутстсвуют черты документалистики. Кроме того, роли корреспондента и ведущего объединены в одном лице, что создает для зрителя больший эффект интерактивности и доверия.

Телевидение на современном этапе остается главным источником получения информации (Вартанова, 2015). Стандартные новостные выпуски есть на многих каналах общего интереса, кроме того, в последние годы в медиаиндустрии появились каналы, которые специализируются только на новостном контенте. Большинство исследователей, среди которых М. Монтгомери (2007), А. Белл (1991), Р. Фаулер (1991), Н. Фейерклаф (1995), обращают внимание именно на такие программы, упуская из виду телевизионные журналы новостей. Между тем, актуальность изучения этой узкой форматной области телевидения высока, так как понимание форматного, тематического, идеологического поля ТВ-журналов расширяет возможности не только для понимания обстановки на современном телевидении, но и для оценки возможных перспектив развития журналистики и СМИ в целом. Кроме того, на данном этапе развития СМИ, когда все больше людей предпочитают Интернет, как источник получения информации, телевидение ищет новые пути привлечения аудитории. Программы, которые дают высокие рейтинги на протяжении многих лет, теряют популярность. Однако журналы новостей в целом до сих пор остаются одними из самых привлекательных передач для рекламодателей, так как сохраняют своего зрителя.

В нашей работе мы попытались выявить особенности форматов журналов новостей и их специфики, проанализировать возможную зависимость контента от национального фактора и модели вещания ка-

нала. Мы предприняли попытку изучить контент программ, выявить тематику передач, сопоставить и сравнить полученные данные в рамках эмпирической базы, сравнить специфические принципы освещения тех или иных событий в журналах новостей, проанализировать информационную картину мира, которую формируют выбранные программы, сопоставить их по географическим, геополитическим параметрам. В исследовании мы использовали методы контент-анализа, сравнения, систематизации, сопоставления и классификации.

К сожалению, в отечественной научной практике отсутствуют труды, посвященные изучению именно журналов новостей. Тем не менее, при разработке темы исследования, мы обратились к ряду работ, которые затрагивают анализ телевизионного контента. С точки зрения жанровых аспектов изучения новостей на ТВ следует отдать должное трудам отечественных авторов: В.Л. Цвика (2004), Р.А. Борецкого (1961), О.Ф. Майдуровой (2011), Л.П. Шестеркиной и Т.Д. Николаевой (2012). Западные исследователи к вопросу жанров журналистики обращаются реже, однако, нельзя не упомянуть работу С. Крампа (1974), в которой представлен подход к данному аспекту. Кроме того, говоря об изучении языка телевизионных новостей, нельзя не упомянуть работы С.В. Светаны (1976), О. А. Лаптевой (1990), М.П. Сенкевич (1997). Рассмотреть современное состояние и тенденции развития американских СМИ нам помогли исследования М.И. Макеенко (2010), Е.И. Макеенко (2006), Э.А. Иваняна (1991), А.И. Власова (1982).

В зарубежной практике исследователи касаются темы телевизионного контента, редко обращая внимание на контент именно телевизионных журналов новостей, однако, нельзя не упомянуть статью немецких авторов Ю. Вилке и К. Хемпрехт (2012). В работе проведен анализ международных новостей на телевидении за 2008 год в 17 странах пяти основных регионов мира. Авторы работы анализируют картину мира по географическому принципу, которую формируют телеканалы в выпусках новостей. Помимо этого мы обратились к исследованию австралийских авторов Л. Лестера и Б. Хатченса (2011). В нем исследователи анализируют контент телепередач на австралийском телевидении, отмечая следующую специфику – для СМИ в стране при освещении новостей ведущую роль играет национальный фактор, на первом месте всегда стоят новости, касающиеся главных проблем Австралии.

Стоит отметить, что к отдельному изучению контента журналов новостей на ТВ в отечественной практике и за рубежом исследовате-

ли не обращались. В данной работе впервые представлен сравнительный анализ трех программ одной форматной группы по тематике, жанровым особенностям и подходам к освещению событий внутри страны и международной жизни. Кроме того, нами предлагается анализ географической специфики освещения мировых новостей, а также разработана схема оценки освещения событий с точки зрения положительной и отрицательной коннотации новостей.

Методология исследования

В данной работе мы обратились к исследованию трех программ: «The Fifth Estate» канадского телеканала CBC, «60 Minutes» американского телеканала CBS и австралийской версии американской программы «60 Minutes» на канале Nine Network. Все три выбранных телеканала входят в группу лидеров на своих рынках, являются эфирными каналами общего интереса с сильными новостными службами. При этом CBC принадлежит Канадской вещательной корпорации, находится в государственной собственности и реализует модель общественной службы. Австралийский и американский телеканалы являются коммерческими, с упором на развлекательные передачи и шоу.

Выбор программ на данных телеканалах обусловлен тем, что мы хотели представить не только конкретный анализ формата в различных странах, но и посмотреть, как именно трансформируется формат в различных моделях телевещания. «The Fifth Estate» (Канада) выходит на канале CBC, который является общественным, его контролирует государство. В то время, как «60 Minutes» (США) выходит на канале CBS, который является показательным образцом коммерческой телевизионной сети. Австралийская версия программы «60 Minutes» также транслируется коммерческим телеканалом Nine Network, но интересна как покупной формат на рынке, имеющем очевидные специфические черты. Классическим примером формата журнала новостей после американской «60 Minutes» выступает передача BBC – «Panorama». Однако мы решили, что будет интересным посмотреть развитие формата в другой стране – Канаде (там присутствуют те же условия, что и в Великобритании – «The Fifth Estate» выходит на общественном телеканале), где подобный вид телевизионного контента слабо изучен.

Кроме того, выбор именно этих передач был обусловлен и историческим фактором: дело в том, что время запуска программ относится к одному временно́му промежутку. «60 minutes» (США), впервые выйдя в эфир в 1968 г., признана первым в своей формат-

ной группе журналом новостей. «The Fifth Estate» (Канада) начала свое вещание в 1975 г., и, наконец, в 1979 году представители компании Nine Entertainment Co. (Австралия) покупают права на программу «60 minutes». Все три передачи выходят в медиасистемах англо-саксонской (либеральной) модели, если пользоваться определением Д. Халлина и П. Манчини (2004), к которой в их работе отнесены Великобритания, Канада, США и Ирландия. Данная модель характеризуется высоким охватом прессы и развитием рынка СМИ в целом, низкой (за исключением Великобритании) степенью влияния политики на СМИ, развитым профессиональным журналистским сообществом, а также небольшим вмешательством государства в информационную систему. В своем исследовании авторы не рассматривают Австралию, однако, на основании вышеперечисленных признаков мы предполагаем, что эту страну можно отнести как раз к англо-саксонской модели.

Основное внимание в нашем исследовании мы обращаем на форматную специфику журналов новостей: тематику, контент, подходы к освещению событий.

Пару слов стоит сказать о форматных особенностях выбранных телепередач. Так, государственный медиарегулятор Великобритании – Ofcom, трактует этот формат, как программу, которая содержит объяснение и анализ текущих событий и проблем, включая оценку с политической и государственной точек зрения. Кроме того, подобные передачи предполагают журналистику расследований[1]. В Энциклопедии Всемирного Наследия формат журналов новостей объясняется в рамках программы, где акцент делается на детальном анализе и обсуждении текущих новостей[2]. Из этого можно сделать вывод, что в отличие от обычных новостных выпусков, где ставка, в первую очередь, делается на оперативную подачу информации, в журналах новостей играют роль другие факторы – бо́льшая степень аналитики с оттенком документалистики, более глубокий анализ информации; кроме того, если говорить о сюжетах, роль автора в журналах новостей гораздо выше, нежели в обычных новостных передачах.

Если обратиться к программам, которые затронуты в нашем исследовании, стоит отметить следующие особенности. Канадская программа позиционирует себя, как журналистика расследований с большой долей документалистики. Определенные журналистские свободы обеспечивает ей Закон о СМИ Канады, где четко прописана независимость общественных СМИ[3]. Большое внимание там уделяется важности национального фактора – высокий процент освещения внутренних проблем, герои почти всегда канадцы.

«60 Minutes» (США), как основоположник жанра журнала новостей, была создана, как отдельная от обычных новостей программа, позиционировавшая себя как расследовательская передача. Формат сюжетов – новостной, репортажный, документальные черты выражены слабо.

«60 Minutes» (Австралия) отвечает тем же целям, что и американская версия: высокая роль расследовательского подхода, минимум документалистики.

Все программы выходят в прайм-тайм. Существует различие в сегментарном хронометраже. В каждый выпуск программы «60 minutes», как и в австралийской, так и в американской версии входят три сюжета. Тогда как в канадской передаче «The Fifth Estate» каждый выпуск посвящен лишь одной теме.

Эмпирическую базу нашего исследования составили:

- 37 выпусков программы «The Fifth Estate» (Канада), всего 37 сюжетов, хронологические рамки: 2012, 2013 гг.
- 93 выпуска программы «60 minutes» (США), всего 218 сюжетов, хронологические рамки: 2011, 2012 гг.
- 70 выпусков программы «60 minutes» (Австралия), всего 182 сюжета, хронологические рамки: 2011, 2012 гг.

Разница в хронологических рамках выборки между США / Австралией и Канадой не кажется нам существенной, так как не влияет на результат исследования: по контенту новости о жизни внутри страны и международная повестка не имеют знаковых различий в 2011, 2012 и в 2013 гг.

В нашем исследовании мы предполагаем, что выбранные для анализа журналы телевизионных новостей находятся в зависимости от национальных особенностей в освещении событий, касающихся жизни внутри страны и за рубежом. Кроме того, контент программ отражает специфику, связанную с моделями вещания – коммерческой и общественной. В итоге мы сравниваем один формат в условиях двух моделей вещания, две самостоятельные программы и одну купленную, а также формат журналов новостей с точки зрения национальной специфики подхода к освещению событий.

Тематическая направленность программ

В рамках решения поставленных задач нам кажется необходимым обратиться к тематической направленности выбранных телевизионных журналов новостей. Анализ данного аспекта позволит нам понять специфику освещения новостей внутри страны и ме-

ждународной повестки дня, их соотношение. В ходе исследования мы разделяем все сюжеты по двум группам: репортажи о событиях внутри страны и международные новости. На наш взгляд, это необходимо для более точного и качественного анализа контента программ. Результаты представлены на рис. 1.

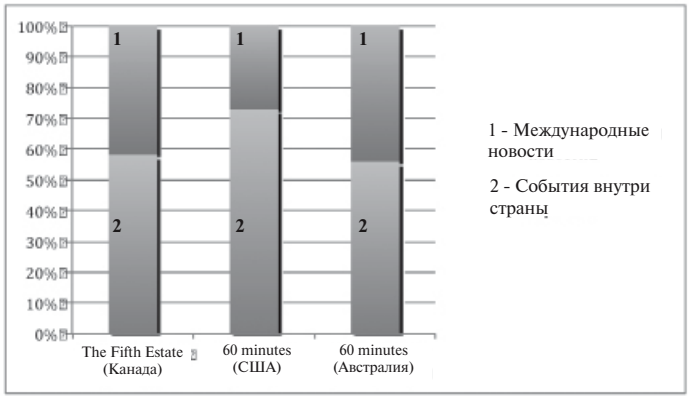


Рисунок 1.
Соотношение сюжетов, освещающих жизнь внутри страны, и международных новостей

Из диаграммы вы видим, что в принципе соотношение международных и внутренних новостей в трех программах приблизительно одинаково.

Для дальнейшего, более глубокого, анализа нами был составлен кодификатор рубрик для трех выбранных передач. Тут стоит отметить, что в канадской и австралийской программах создатели исключают какую-либо рубрикацию, тогда как в США разработчики изначально подразделяют сюжеты на определенные категории. Однако нам пришлось отказаться от их рубрикатора, так как она имеет специализированный характер, который не сможет дать всестороннюю и в то же время точную оценку контента трех выбранных журналов новостей. Таким образом, в своем анализе мы использовали следующий кодификатор, позволяющий в рамках нашего исследования покрыть все основные тематические группы сюжетов:

1. Политика (под «политикой» мы понимаем сюжеты, касающиеся работы государственных органов, рассказывающих о внутригосударственных и внешних отношениях);

2. Экономика (под «экономикой» мы понимаем сюжеты о производственных отношениях в глобальном и локальном масштабах, рассказывающих о каких-либо отраслях хозяйственной деятельности);

3. Военная тематика (под «военной тематикой» мы понимаем сюжеты, которые описывают военные действия);

4. Катастрофы (под «катастрофами» мы понимаем сюжеты, рассказывающие о происшествиях природного или техногенного характера глобального масштаба);

5. Происшествия (под «происшествиями» мы понимаем сюжеты про обстоятельства, нарушившие обычный ход вещей, часто имеющие кри минальный подтекст);

6. Социальная сфера (под «социальной сферой» мы понимаем сюжеты, о проблемах, с которыми сталкиваются группы граждан или отдельные граждане при взаимодействии с государственными, общественными, частными институтами, от которых зависит удовлетворение их основных потребностей);

7. Медицина (под «медициной» мы понимаем сюжеты, касающиеся болезней граждан, их лечения или предупреждения);

8. Бизнес (под «бизнесом» мы понимаем сюжеты о частной предпринимательской деятельности граждан или компаний);

9. Наука (под «наукой» мы понимаем сюжеты, рассказывающие о достижениях современных исследователей);

10. Спорт (под «спортом» мы понимаем сюжеты, рассказывающие о жизни и работе спортсменов, новостях спортивной индустрии);

11. Остальное/знаменитости (в данную рубрику входят сюжеты общего интереса, как правило, развлекательного характера: новости из жизни знаменитостей и интересные факты из жизни общества).

Результаты исследования по примененному кодификатору представлены на рис. 2.

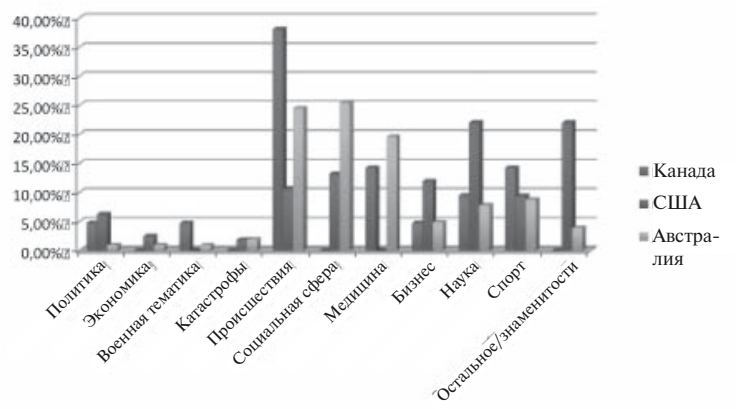


Рисунок 2.
Тематическая направленность сюжетов, рассказывающих о жизни внутри страны

Из проведенных подсчетов для подведения итогов берем рубрики, занимающие первые три места в каждой стране. Мы сокращаем выборку, исключая рубрики с малым количеством процентов. За основу берем три самые крупные рубрики в каждой программе, так как они играют основополагающую роль в освещении проблем. Получается:

- Канада. 1) Происшествия – 8 сюжетов (38,09%); 2) Медицина – 3 сюжета (14,28%); 3) Спорт – 3 сюжета (14,28%);

- США. 1) Наука – 35 сюжетов (22,01%); 2) Остальное / Знаменитости – 35 сюжетов (22,01%); 3) Социальная сфера – 21 сюжет (13,20%);

- Австралия. 1) Социальная сфера – 26 сюжетов (25,49%); Происшествия – 25 сюжетов (24,50%); 3) Медицина – 20 сюжетов (19,60%).

Видно, что в условиях одного и того же формата, причем даже в условиях одной франшизы («60 Minutes»), передачи по контенту могут значительно отличаться друг от друга. Мы видим, что если в Канаде и Австралии лидирующие позиции занимают общественно значимые темы, такие как медицина, социальная сфера и происшествия, то в США на первых двух местах стоят рубрики наука и сюжеты, подпадающие под категорию развлечений и знаменитостей. И лишь на третьем месте появляются репортажи, освещающие проблемы социальной сферы.

Теперь обратим внимание на сюжеты международных новостей (см. рис. 3)

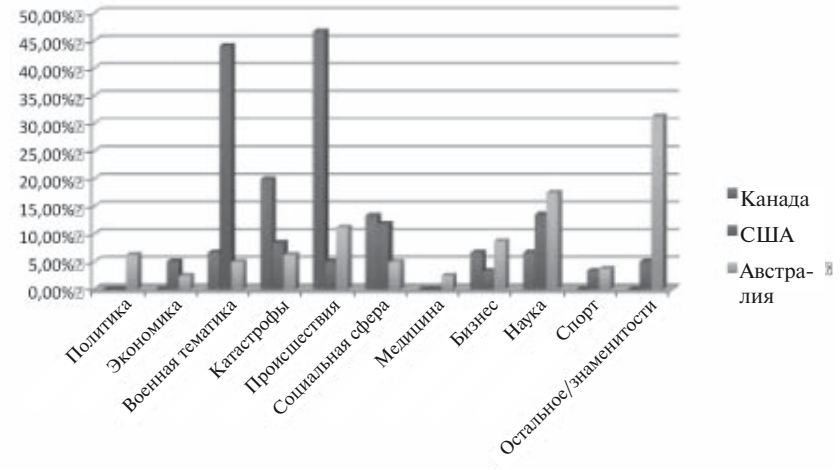


Рисунок 3.
Тематическая направленность сюжетов, рассказывающих о международных новостях

Сопоставляем программы так же, как и в случае с новостями внутри страны, по трем первым категориям, получаем следующее соотношение:

- Канада. 1) Происшествия – 7 сюжетов (46,66%); 2) Катастрофы – 3 сюжета (20%); 3) Социальная сфера – 2 сюжета (13,33%);

- США. 1) Военная тематика – 26 сюжетов (44,06%); 2) Наука – 8 сюжетов (13,55%); 3) Социальная сфера – 7 сюжетов (11,86%);

- Австралия. 1) Знаменитости / остальное – 25 сюжетов (31,25%); 2) Наука – 14 сюжетов (17,50%); 3) Происшествия – 9 сюжетов (11,25%).

Из полученных данных можно сделать следующие выводы. В программе США большая часть сюжетов отводится военной тематике, то есть освещению военных конфликтов и столкновений в мире. Разрыв между первыми двумя категориями достаточно велик – 44,06% и 13,55% – почти 30% процентов.

Если взглянуть на австралийскую версию программы, тут картина совсем иная. На первое место выходят рубрики «знаменитости» и «наука». Немного другую направленность носит канадская передача. Тут превалируют сюжеты на тему происшествий и катастроф. Стоит оговориться, в рубрику катастрофы попадают сюжеты, освещающие события, которые получили мировую огласку и так или иначе должны были отразиться в программе. Самый большой интерес вызывает лидирующая рубрика «происшествия». Несмотря на то, что сюжеты относятся к международным новостям, в репортажах важна роль национального фактора. Большинство из них так или иначе касаются Канады: либо героем сюжета выступает канадец, либо событие косвенно относится к Канаде.

Важно напомнить, что «The Fifth Estate» выходит на общественном телеканале CBC, работа которого четко регламентируется Законом о вещании 1991 г., по которому CBC во главе с советом директоров несет непосредственную ответственность перед парламентом через Министерство канадского наследия[4]. Согласно Закону о вещании программная продукция CBC должна быть: преимущественно и отчетливо канадской; содействовать формированию национального самосознания и идентичности. К слову, существуют так называемые «квоты канадского содержания». «Канадский контент программы» оценивается Комиссией по радио, телевидению и телекоммуникациям (CRTC), кроме содержа-

ния четко регламентируется даже состав сотрудников: продюсер должен быть канадцем (иметь канадское гражданство), регулярно оценивается количество канадцев, выполняющих ключевые творческие функции в проекте. Исследователи канадского телевидения не раз отмечали: «В Канаде национальная система вещания воспринимается жителями страны не только как средство передачи разного рода информации и распространения рекламы. Она рассматривается многими канадцами как некая объединяющая сила, оказывающая большое влияние на развитие национального самосознания и сохранения национального суверенитета страны» (Щукина, 2004: 89). Канадские исследователи М. Рэбой и Д. Тарас (Raboy, Taras, 2005) подтверждают эти слова: «Поддержание и сохранение самобытной культуры и идентичность является, пожалуй, главной задачей канадской системы средств массовой информации». Таким образом, это объясняет высокую роль «национального фактора» в освещении новостей, как внутренних, так и международных.

Географический охват международных новостей

В первой части нашего исследования мы попытались показать, какая картина мира складывается у зрителей трех программ. Для этого была проанализирована тематика сюжетов, касающихся внутренней жизни, а также тематика международных новостей.

Правда, в ходе исследования нами было выявлено, что выборка международных новостей у каждой из передач разная. Нам кажется важным показать, какую картину мира с точки зрения географического покрытия новостей формируют три программы. Данный анализ интересен, прежде всего, потому, что две программы («The Fifth Estate» и «60 Minutes») выходят в странах одного региона – США и Канады. Тогда как «60 Minutes» (Австралия) относится к тихоокеанскому региону. Важно понимать на новости из каких стран обращают внимание выбранные программы, а следовательно, какую картину мира по географическому охвату формируют у зрителя.

Нами составлена таблица, на которой представлены страны, новости из которых освещают три программы (см. табл. 1).

Таблица 1

Географический охват событий программами «The Fifth Estate» (Канада), «60 minutes» (США), «60 minutes» (Австралия)

Регионы / Программы	Америка	Европа	Азия	Океания	Африка
«The Fifth Estate» (Канада)	США (4 раза); Мексика	Италия (2 раза)	Пакистан; Ливия; Непал; Таиланд; Северная Корея; Япония; Бангладеш	-	-
«60 minutes» (США)	Мексика (2 раза); Чили; Бразилия; Куба.	Франция (4 раза); Великобритания (3 раза); Ирландия; Италия; Нидерланды; Греция; Ватикан; Сербия.	Афганистан (8 раз); Ирак (9 раз); Египет (4 раза); Израиль (4 раза); Йемен; Катар; Сирия; Турция; Тунис; Иран (2 раза); Китай (2 раза); Япония (2 раза); Северная Корея; Индия	-	Кения
«60 minutes» (Австралия)	США (29 раз); Бразилия (2 раза); Мексика	Великобритания (16 раз); Италия (2 раза); Россия (2 раза); Сербия; Франция; Германия; Норвегия	Япония (2 раза); Океания; Вануату; Лаос; Индонезия (2 раза); Новая Зеландия; Индия; Пакистан; Афганистан; Сирия	Папуа– Новая Гвинея	Нигерия

Если обобщить подсчеты, выходит, что в Канаде доминирует освещение азиатского региона (6 стран). По странам лидирует США (6 раз) и Италия (2 раза). Австралийская программа больше всего освещает два региона: Европу (7 стран) и Азию (7 стран). По странам преобладает Великобритания (16 раз) и США (29 раз). *Примечание:* США встречается так часто, поскольку большинство сюжетов из этой группы получены по франшизе из американской версии передачи. По США преобладает ближневосточный регион (10 стран). По странам лидируют две страны – Ирак (9 раз) и Афганистан (8 раз).

Такое целенаправленное освещение каждой страной определенного региона и стран можно объяснить следующими причинами. В случае с Канадой освещение международных новостей, касающихся США, определяется географическим фактором – Канада граничит с США, а также экономическим – страны активно взаимодействуют в торговой области и в области бизнеса. Австралия же уделяет большое внимание Великобритании: в силу исторических особенностей – она является бывшей колонией Великобритании. Впрочем, результаты по Канаде, которая также является бывшей колонией Великобритании, «выпадают» из этой логики. Возможно, это объясняется политикой руководителей телеканала, которые считают, что бóльшая часть контента должна касаться Канады и канадцев (Щукина, 2004: 89). И, наконец, пристальное внимание США к ближневосточному региону объясняется ведением военных кампаний в этом регионе, присутствием американских военных.

Схожие данные были получены исследователями Ю. Вилке и К. Хемпрехт (Wilke, Heimprecht, 2012) в работе, о которой мы говорили в начале данной статьи, в которых проведен анализ международных новостей на телевидении за 2008 год в 17 странах пяти основных регионов мира. Так, авторами выявлено, что освещение новостей стран Ближнего Востока в США составляет 64% (регион с самым высоким показателем по сравнению с остальными). А Канадские СМИ уделяют гораздо больше внимания – 62% – Североамериканскому региону, то есть США (также самый высокий показатель по миру). К сожалению, в исследовании отсутствует Австралия, как страна выборки, однако, представлен ряд государств азиатского региона. Если обратить внимание на подсчеты по Сингапуру (самое близкое государство к Австралии из предложенных в статье), то можно увидеть, что освещение новостей в азиатском регионе превалирует – 67%. По сути, это соответствует полученным нами данным.

Подача информации в положительном и отрицательном ключе

Проанализировав тематическую направленность сюжетов, касающихся внутренней жизни, и международной повестки дня, а также представив географию освещения новостей по миру, нам кажется важным изучить контент журналов новостей с точки зрения отрицательного и положительного освещения новостей внутри страны и в мире. Стоит отметить, что многие исследователи

разделяют основные структуры передачи информации в телевизионных сюжетах.

В работе М.Г. Мартыненковой выделяется три модели подачи информации: позитивная, нейтральная и негативная. Автор пишет: «Позитивная модель конструирования информации представляет собой сложный синтез телевизионных средств и новостных приемов, акцентирующих внимание на положительных аспектах деятельности субъекта новостного выпуска. Негативная модель конструирования информации представляет собой сложный синтез телевизионных средств и новостных приемов, акцентирующих внимание на негативных аспектах деятельности. Нейтральная модель конструирования основывается на использовании набора телевизионных средств и новостных приемов без обозначения акцентов в отношении субъектов новости» (2013: 85–87).

На основании вышеизложенного мы составили схему по положительной, отрицательной и нейтральной коннотации сюжетов (см. рис. 4).

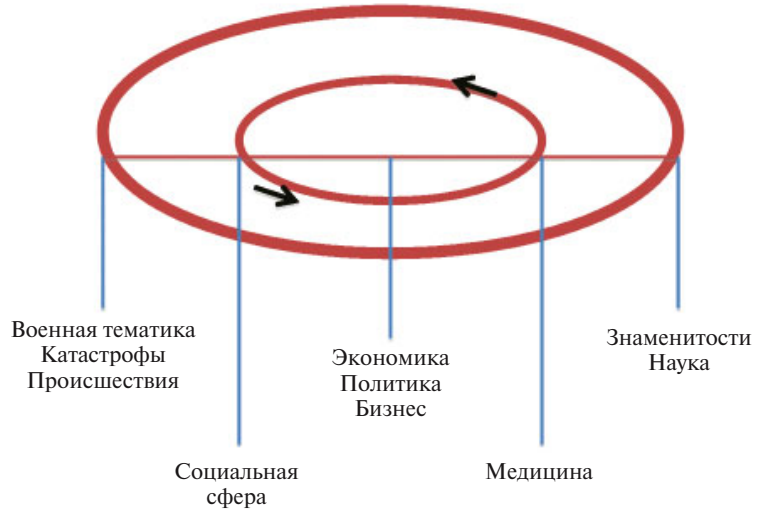


Рисунок 4.
Коннотация сюжетов в телевизионных журналах новостей

Стоит оговориться, что данная схема носит субъективный характер и в некоторых случаях может варьироваться.

Так или иначе, рубрики «военная тематика», «катастрофы» и «происшествия» мы берем как отрицательные категории, так как сюжеты, попадающие под эти рубрики, как правило, носят негативный характер, рассказывают о военных столкновениях, криминальных новостях, а также событиях, от которых пострадали люди. Посыл сюжетов данной группы негативный, так как при просмотре зритель получает эмоции агрессии, страха и неприятия.

Рубрики «знаменитости» и «наука» выступают как положительные, так как преимущественно они рассказывают о событиях, которые носят позитивный характер (истории успеха знаменитых людей, открытия в науке и пр.).

Нейтральными являются рубрики «экономика», «политика» и «бизнес». Так как часто в сюжетах, попадающих в эти рубрики, присутствует нейтральная констатация фактов без использования эмоциональных средств воздействия.

И внутри круга циркулируют рубрики «медицина» и «социальная сфера», так как время от времени в них попадают сюжеты этих рубрик как отрицательного, так и положительного характера. Для анализа ключевыми для нас будут полярные категории.

При пропуске через предложенную схему получаем следующие соотношения:

Новости, освещающие жизнь внутри страны:

The Fifth Estate (Канада) – 47,36% – отрицательные / 10,52% – положительные

60 minutes (США) – 12,57% – отрицательные / 44,02% – положительные

60 minutes (Австралия) – 27,45% – отрицательные / 11,76% – положительные

Международные новости:

The Fifth Estate (Канада) – 73,3% – отрицательные / 6,66% – положительные

60 minutes (США) – 58,62% – отрицательные / 13,79% – положительные

60 minutes (Австралия) – 22,5% – отрицательные / 45% – положительные

Полученные соотношения представлены на рис. 5 и 6.

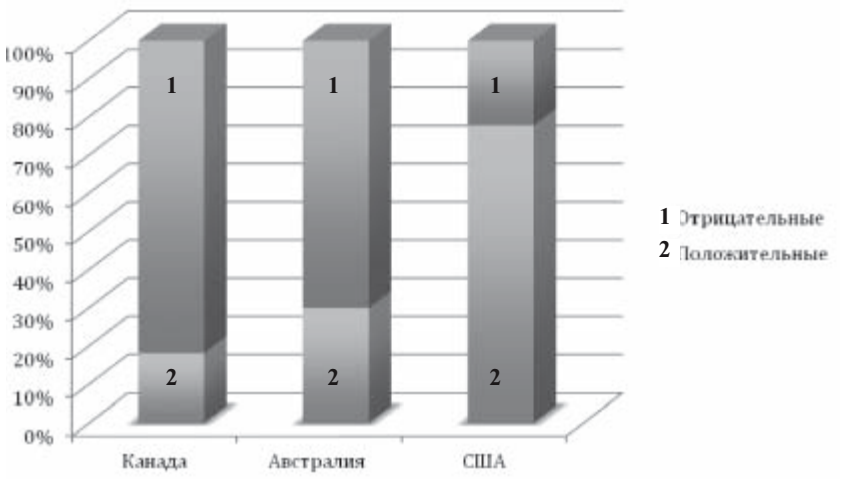


Рисунок 5.
Сюжеты о жизни внутри страны – положительная и отрицательная подача

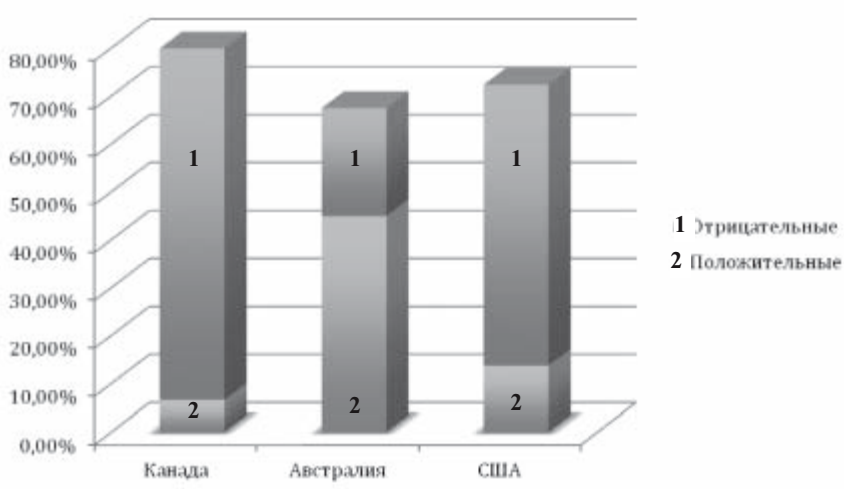


Рисунок 6.
Сюжеты о международной жизни – положительная и отрицательная подача

Таким образом, из полученных результатов следует, что контент канадской передачи во внутренней и во внешней политике в принципе не отличается – в программе превалируют сюжеты от-

рицательного характера. Если взглянуть на австралийскую передачу, то картина обратная: среди международных новостей преобладают сюжеты положительного характера, тогда как во внутренней, напротив, больше половины отрицательных. Иное положение складывается в США. Там подавляющее большинство сюжетов внутренней политики – подаются в положительном ключе, тогда как международные новости создают отрицательный фон.

Заключение

В нашем исследовании была предпринята попытка провести сравнительный анализ трех телевизионных журналов новостей канадского, американского и австралийского телеканалов. В ходе проведенного анализа трех журналов новостей мы пришли к следующим выводам. Для начала стоит отметить, что несмотря на ряд форматных сходств, таких как хронометраж, время выхода, исторических особенностей, а также жанровых особенностей, рассмотренные нами передачи отличаются друг от друга по тематике. Применив один и тот же классификатор к контенту журналов новостей, мы выяснили, что каждая из трех программ имеет свои тематические особенности.

Кроме того, в начале статьи мы отметили, что две программы выходят на частных телеканалах, тогда как одна («The Fifth Estate (Канада)») выходит в рамках общественного вещания. Предполагая сходство согласно модели вещания, мы опровергли данное предположение. В ходе исследования мы установили, что модель ТВ-вещания не определяет тематическую направленность передачи. В основе лежит национальный фактор. Под ним мы понимаем индивидуальный подход к освещению как проблем внутри страны, так и международных новостей, который следует из индивидуальных для каждой отдельной страны исторических, географических, политических и культурных предпосылок.

В ходе проведенного анализа нами выявлено, что канадский журнал новостей в освещении проблем внутри страны большое внимание уделяет проблемам медицины, происшествиям, скандалам в спорте. В сегменте международных новостей журналисты освещают обязательные темы, например, катастрофы, получившие мировую огласку. Остальные сюжеты, в том или ином ключе,

имеют отсылку к Канаде – либо героем репортажа выступает канадский гражданин, либо ситуация как-то касается самой страны.

Австралийский журнал новостей, как и канадская передача, при освещении новостей внутри страны уделяет большое внимание проблемам социальной сферы, происшествиям и медицине. Тут стоит отметить также важность национального фактора в подходе к формированию картины мира на телевидении. В начале данной статьи мы уже упоминали работу Лестера и Хатчинса (Lester, Hutchins, 2011). В ней авторы анализируют австралийские ТВ-передачи и приходит к выводу, что их тематика напрямую зависит от национального фактора. Имеется в виду, во-первых, освещение темы медицины. Из-за высокой заболеваемости населения раком (воздействие солнца) степень частотности этой темы в новостях высока. Во-вторых, большинство тем, подпадающих под рубрику «происшествия» касаются пожаров. Опять же, в силу определенных географических особенностей эта тема – одна из основных в стране. При освещении новостей международного характера программа носит, скорее, научно-развлекательный оттенок – доминируют темы про знаменитостей и наука.

Стоит сказать, что несмотря на то, что в Австралии в эфир выходит передача, формат которой был создан в США, американская версия практически полностью отличается от австралийской по тематике. Во внутренней политике США освещают общественно не значимые темы: научные достижения, секреты успеха знаменитостей, репортажи общего характера. А вот во внешней политике, наоборот, контент носит серьезную политическую направленность – большинство тем касается военных конфликтов.

По географическому охвату международных новостей Канада концентрирует свое внимание на США (географический и экономический фактор), Австралия пристально следит за новостями Великобритании (исторический аспект) и событиями тихоокеанского региона (географический и экономический фактор), США основной уклон делает на освещение ситуации в ближневосточном регионе (военные кампании).

В ходе проведенного исследования мы проанализировали эмоциональную коннотацию сюжетов трех журналов новостей, сравнили показатели по репортажам, рассказывающим о внутренней жизни страны и международных новостях. Выявили, что

в канадской программе две группы отличаются друг от друга незначительно – прослеживается высокий процент негативных новостей. Что касается австралийской передачи, сюжеты жизни внутри страны имеют в большинстве своем негативный характер, тогда как при освещении мировых новостей высока доля положительных репортажей. В США мы наблюдаем обратную картину: жизнь внутри страны освещается в положительном ключе – проблемных сюжетов крайне мало, тогда как международная повестка дня носит негативный характер. Из этого можно сделать вывод, что американский журнал новостей при конструировании новостного контента активно применяет манипулятивную технологию. «Потребление международных новостей о войнах, сенсациях, чрезвычайных ситуациях, скандалах убеждает аудиторию в позитивности стратегий развития своего государства и общества» (Лисова, 2012). К подобных выводам приходит и нигерийский исследователь Ч. Окигбо (1988), анализируя соотношение позитивных и негативных новостей в национальных газетах. Исследователь установил известную склонность информационных каналов к сенсационным материалам катастрофического уклона – по принципу, чем больше новостей о несчастьях за рубежом, тем счастливее себя чувствует аудитория в своей стране. Таким образом, можно сказать, что канадский и австралийский телеканалы упор делают на освещении проблем внутри страны, тогда как американская программа первостепенной задачей ставит формирование положительного образа внутренней жизни, тогда как формирование картины мира происходит по негативному пути.

Подводя итоги, стоит отметить, что благодаря проведенному анализу мы выяснили, что при внешних форматных сходствах журналы новостей отличаются, в первую очередь, по тематике репортажей. Контент определяется не моделями вещания (общественный или частный телеканал), а национальными особенностями каждой страны. И если основные жанровые особенности, как правило, сохраняются, то в освещении новостей ТВ-журналы отличаются друг от друга. К тому же, при освещении международных новостей география охвата у трех программ совершенно разная. Таким образом, при внешних сходствах журналы новостей отличаются подачей информации, тематикой, формируют разную информационную повестку дня, которую определяет национальный фактор.

Примечания

[1] The provision of Current affairs // The Current Affairs Audit 2005, Current Affairs Qualitative Viewer Research and Ofcom's Symposium on The Future of Current Affairs, 2006. Режим доступа: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/tv-research/currentaffairs/

[2] World Heritage Encyclopedia Режим доступа: http://www.worldheritage.org/article/WHEBN0000781024/Current%20affairs%20(news%20format

[3] Broadcasting Act. Режим доступа: URL: http://www.laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/B-9.01/index.html

[4] Broadcasting Act. Режим доступа: URL: http://www.laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/B-9.01/index.html

Библиография

Борецкий Р.А. Информационные жанры телевидения. М., 1961.

Власов А.И. Политические манипуляции. История и практика средств массовой информации США. М.: Междунар. отношения, 1982.

Иванян Э.А. От Джорджа Вашингтона до Джорджа Буша: Белый дом и пресса. М.: Изд-во политической литературы, 1991.

Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана (разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте). Сегед, 1990.

Лисова С.В. Телевизионные новости как форма знания о политике // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2012. № 6.

Майдурова О. Ф. Информационные жанры в региональных новостных телепрограммах: актуальные тенденции. СПб, 2011.

Макеенко Е.И. Ведущие медиакорпорации США в 2005–2006 гг.: тенденции развития // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. 2006. № 5.

Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010.

Мартыненкова М.Г. Анализ телевизионных новостей с позиций книги Ю. М. Лотмана «Семиотика кино и проблемы киноэстетики» // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2013 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2013. С. 85–87.

Медиасистема России / Под ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2015.

Светана С.В. Телевизионная речь. М., 1976.

Сенкевич М.П. Культура радио- и телевизионной речи. М.: Высшая школа, 1997.

Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика. М.: Аспект Пресс, 2004.

Шестеркина Л. П., Николаева Т. Д. Методика телевизионной журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2012.

Щукина Т.А. Государственное регулирование теле- и радиовещания в Канаде // США, Канада: экономика, политика, культура. 2004. №12.

Bell A. (1991) *The Language of News Media*. Oxford, Blackwell.

Crump S. (1974) *Fundamentals of Journalism*. McGraw-Hill Companies, New York.

Fairclough N. (1975) *Media discourse*. London.

Fowler R. (1991) *Language in the News: discourse and ideology in the press*. Routledge.– London and New York.

Hallin D.C., Mancini P. (2004) *Modelli di giomalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*. Roma: Editori Laterza Pabl.

Lester L., Hutchins B. (2011) Soft journalism, politics and environmental risk: An Australian story. *Journalism*13(5): 654-667.

Montgomery M. (2007) *The Discourse of the Broadcast News: A Linguistic Approach*. London: Routledge.

Okigbo C. (1988) Bad News in Nigerian Newspapers: A Case For Content Analysis Textbook. In I.Nwosu, T.Adaba, O.Ajia (eds.) *Communication Industry in Nigeria: The Crisis of Publications*. Nairobi: ACCE.

Raboy M., David T. (2005) The Trial by Fire of the Canadian Broadcasting Corporation. Lessons for Public Broadcasting. *Public Service Broadcasting and the Cultural Commons*. Göteborg: Nordicom.

Wilke J., Heimprecht C., Cohen A. (2012) The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries. *The International Communication Gazette* 74 (4): 301–322.

Notes

Broadcasting Act. Available at: URL: http://www.laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/B-9.01/index.html

The provision of Current affairs. *The Current Affairs Audit 2005, Current Affairs Qualitative Viewer Research and Ofcom's Symposium on The Future of Current Affairs, 2006*. Available at: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/tv-research/currentaffairs/

World Heritage Encyclopedia. Available at: http://www.worldheritage.org/article/WHEBN0000781024/Current%20affairs%20(news%20format

References

Bell A. (1991) *The Language of News Media*. Oxford, Blackwell.

Boretskiy R.A. (1961) *Informatsionnye zhanry televideniya* [Information TV Genres]. Moscow.

Crump S. (1974) *Fundamentals of Journalism*. McGraw-Hill Companies, New York.

Fairclough N. (1975) *Media discourse*. London.

Fowler R. (1991) *Language in the News: discourse and ideology in the press*. Routledge.– London and New York.

Hallin D.C., Mancini P. (2004) *Modelli di giomalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali* [Journalism Models. Mass Media and Politics in Western Democracies]. Roma: Editori Laterza Publ.

Ivanyan E.A. (1991) *Ot Dzhordzha Vashingtona do Dzhordzha Busha: Belyy dom i pressa* [From George Washington to George W. Bush. White House and the Press]. Moscow: Political Literature Publ.

Lapteva O.A. (1990) *Zhivaya russkaya rech‘ s teleekrana (razgovornyy plast televizionnoy rechi v normativnom aspekte)* [Live Russian Speech on Television (Elementary Television Speech in the Normative Aspect)]. Seged Publ.

Lester L., Hutchins B. (2011) Soft journalism, politics and environmental risk: An Australian story. *Journalism*13(5): 654-667.

Lisova S.V. (2012) Televizionnye novosti kak forma znaniya o politike [Television News as a Form of Knowledge About Politics]. *Vestnik Baltiyskogo federal‘nogo universiteta im. I. Kanta* 6.

Makeenko E.I. (2006) Vedushchie mediakorporatsii SShA v 2005–2006 gg.: tendentsii razvitiya [Leading US Media Corporations in 2005–2006. Trends]. *Vestnik Moskovskogo un-ta. Ser. 10* 5.

Makeenko M.I. (2010) *Radioveshchanie i televidenie SShA v novom stoletii: struktura, ekonomika, strategii* [Broadcasting and Television of USA in the New Century: the Structure, Economics, Strategy]. Moscow.

Martynenkova M.G. (2013) Analiz televizionnykh novostey s pozitsiy knigi Yu. M. Lotmana «Semiotika kino i problemy kinoestetiki» [An Analysis of TV news from the Standpoint of the Lotman’s Book «Semiotics of Film and Problems of Cinema Aesthetics»]. *Filologiya i lingvistika: problemy i perspektivy: materialy II mezhdunar. nauch. konf. (Chelyabinsk. 2013, April)*. Chelyabinsk: Dva komsomol‘tsa Publ.

Maydurova O. F. (2011) *Informatsionnye zhanry v regional‘nykh novostnykh teleprogrammakh: aktual‘nye tendentsii* [Information Genres in Regional News TV Programs: Current Trends]. St. Peterburg.

Montgomery M. (2007) *The Discourse of the Broadcast News: A Linguistic Approach*. London: Routledge.

Okigbo C. (1988) Bad News in Nigerian Newspapers: A Case For Content Analysis Textbook. In I.Nwosu, T.Adaba, O.Ajia (eds.) *Communication Industry in Nigeria: The Crisis of Publications*. Nairobi: ACCE.

Raboy M., David T. (2005) The Trial by Fire of the Canadian Broadcasting Corporation. Lessons for Public Broadcasting. *Public Service Broadcasting and the Cultural Commons*. Göteborg: Nordicom.

Senkevich M.P. (1997) *Kul‘tura radio- i televizionnoy rechi* [Culture of Radio and Television Speech]. Moscow: Higher School Publ.

Shchukina T.A. (2004) Gosudarstvennoe regulirovanie tele- i radioveshchaniya v Kanade [State Regulation of Broadcasting in Canada]. *SShA, Kanada: ekonomika, politika, kul‘tura* 12.

Shesterkina L. P., Nikolaeva T. D. (2012) *Metodika televizionnoy zhurnalistiki* [Methods of Television Journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Svetana S.V. (1976) *Televizionnaya rech‘* [TV speech]. Moscow.

Tsvik V.L. (2004) *Televizionnaya zhurnalistika: istoriya, teoriya, praktika* [Television Journalism: History, Theory, Practice]. Moscow: Aspekt Press Publ.

Vartanova E.L. (ed.). (2015) *Mediasistema Rossii* [Russian Media System]. Moscow: Aspekt Press Publ

Vlasov A.I. (1982) *Politicheskie manipulyatsii. Istoriya i praktika sredstv massovoy informatsii SShA* [Political Manipulation. History and Practice of US Media]. Moscow: Foreign Affairs Publ.

Wilke J., Heimprecht C., Cohen A. (2012) The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries. *The International Communication Gazette* 74 (4): 301–322.

Поступила в редакцию
25.03.2016