

НОВОСТИ О КУЛЬТУРЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ВЕЩАНИИ ТЕЛЕКАНАЛОВ «БОЛЬШОЙ ТРОЙКИ»

Т. М. Дугужев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 6 июля 2023 г.

Аннотация: в статье рассматривается использование новостных сюжетов о культуре в контексте реализации культурно-просветительской функции на телеканалах «большой тройки», то есть на Первом канале, «России 1» и НТВ. Были проанализированы вечерние выпуски новостей, а именно сюжеты о культуре, по следующим критериям: тематика, количество сюжетов, регулярность (сколько подобных сюжетов публикуется за неделю), продолжительность и очередность (т.е. в какой части выпуска транслируются эти сюжеты). Исследование направлено на то, чтобы продемонстрировать высокое значение культурно-просветительской функции телевидения и сформулировать рекомендации по усовершенствованию способов ее реализации на универсальных телеканалах посредством новостного вещания. Основные положения могут быть использованы в соответствующих исследовательских работах.

Ключевые слова: информационные программы, новости о культуре, культурно-просветительская функция телевидения, телеканалы «большой тройки», Первый канал, «Россия 1», НТВ.

Abstract: the article discusses the use of news reports on culture in the context of the implementation of cultural and educational function on the TV channels of the «Big Three», that is, Channel One, «Russia 1» and NTV. Evening news releases were analyzed, namely news reports on culture according to the following criteria: subject matter, number of reports, regularity (how many cultural reports are published per week), duration and order (in which part of the issue these reports are broadcast). The research is aimed at demonstrating the high importance of the cultural and educational function of television, and to formulate recommendations for improving the ways of its implementation on all interest TV channels through news broadcasting. It should also be noted the need for further study of news programs broadcast in the regions. This is necessary to determine the strategy for the qualitative implementation of the cultural and educational function of television with the help of information broadcasting. In addition, all interest TV channels should make full use of certain elements of information broadcasting for the indirect implementation of the cultural and educational function of television. The main provisions can be used in relevant research papers.

Keywords: information programs, news about culture, cultural and educational function on the TV channels, TV channels of the «big three», all-interest TV channels.

Введение. На протяжении всей жизни человек окружен различными проявлениями культуры. Поскольку зачастую для индивида они являются малозаметными и неочевидными, важно отметить, что под предметом культуры следует понимать не только такие классические учреждения, как, например, музей или театр. В совокупности, «культура» — это, прежде всего, некое окружающее нас социальное пространство, а также та специфическая информация, которую мы перманентно получаем из внешнего мира. Зачастую эта информация передается и воспринимается аудиовизуально — например, с помощью музыки, кинематографа, радио, телевидения и, наконец, интернета. Иными словами, культура — это то, что постепенно оказывает воздействие на человеческое мышление и формирование личности.

Одним из самых эффективных и широко развитых способов передачи информации является теле-

видение. Несмотря на то, что в последние годы возможности интернета значительно расширились, влияние ТВ все еще довольно велико [1–3]. Информационное вещание универсальных телеканалов содержит в себе элементы просветительской направленности, в частности сюжеты о культурных событиях в новостных программах. *Проблемой исследования* является определение специфики реализации культурно-просветительской функции телевидения на универсальных телеканалах посредством информационного вещания.

С развитием советского телевидения в сетку вещания каналов внедрялись все новые и новые программы. Прочное место среди них заняли новостные передачи, это произошло в 1950–1960-е годы. На Первой программе началась трансляция коротких выпусков «Телевизионных новостей» и еженедельной «Эстафеты новостей», а в 1968 году в эфир вышла знаменитая ежедневная программа «Время» [4].

Востребованность, популярность, а главное — перспективность информационного вещания, по мнению Р. А. Борецкого, обусловлены ощущением причастности зрителя к «поток реальной жизни», заинтересованностью в оперативном получении проверенной и достоверной информации [5, 20–21]. Помимо этого, исследователь определил основополагающие принципы информационного вещания на телевидении, в число которых входят полнота и четкость сообщения, его актуальность, композиция материала, жанровое разнообразие и систематизация транслируемой информации [5, 25]. Четкое соблюдение этих критериев позволяет наделить новостной материал некими универсальными качествами, которые упростят процесс его восприятия.

Так как телеканалы «большой тройки» направлены на широкую и разнообразную аудиторию, транслируемая информация должна обладать «усредненными» характеристиками, дабы любой человек мог уловить и понять передаваемое сообщение. Таким образом, в информационном вещании ценятся скорость, четкость, краткость, регулярность и достоверность. Однако, всего этого трудно достичь в ограниченном эфирном времени, а потому форма сообщения зачастую лишена красоты и художественности, которые, согласно выводам Г. В. Кузнецова, являлись бы помехой для качественной реализации процесса информирования [6, 30].

Особенно важен фактор скорости: оперативность сказывается на репутации любого СМИ — человеку свойственно воспринимать определенное событие сквозь призму того средства массовой информации (в нашем случае телеканала), чьи формулировка и интерпретация будут доставлены первыми [7, 50]. Иными словами, доверие получает то новостное сообщение, которое мы получили раньше остальных, и пока здесь в силу массовости аудитории лидирует ТВ [8, 164]. По данным ежегодного социологического исследования «Телевидение глазами телезрителей», более 50% россиян придают значимость телевидению как способу проведения досуга, развлечению, средству информации, влияющему на сознание граждан, транслирующему различные ценности, нравственные установки, культуру и традиции, а значит, формирующему мировосприятие [9, 94].

В последние годы противостояние телевидения и интернета заметно обострилось. Борьба идет за зрителя и рекламодателя. Телевизионный контент стал распространяться не только на телеэкранах, но и на сторонних площадках, что привело к созданию особого термина «Большое телевидение» [10, 29]. То есть это весь телевизионный контент, потребляемый зрителем вне зависимости от платформы, времени и даже устройства (телевизор или смартфон). И это способствует увеличению аудитории, ее одновременной фрагментации, отсюда — повышение эффективности той или иной платформы, что важно для рекламодателя.

Несмотря на активность использования онлайн-платформ, стриминговых сервисов, приложений и интернет-ресурсов, в целом телевидение пока остается главным источником новостей для 62% жителей России, а 66% россиян смотрят телевизор каждый день [9, 96–98]. Это можно трактовать как довольно высокий уровень востребованности, особенно учитывая то, что данные показатели отображают сведения о респондентах всех возрастов, разного социального статуса и любого места проживания в пределах России. Также 75% наших соотечественников «потребляют» телевизионный контент на любых устройствах, что в очередной раз доказывает исключительное положение ТВ в качестве средства массовой информации [9, 96].

Целью нашей работы станет определение специфики реализации культурно-просветительской функции на универсальных телеканалах в России. В задачи исследования входит характеристика культурно-просветительской функции современного телевидения, а также выявление особенностей культурно-просветительского контента в информационном вещании универсальных телеканалов.

Методология исследования. Новостные программы на универсальных каналах рассматриваются не только как аспекты, удовлетворяющие потребность общества в получении информации, но и как определенные каналы коммуникации, реализующие культурно-просветительскую функцию телевидения. Методом сравнения нами были описаны материалы, транслируемые на телеканалах «большой тройки» (Первый канал, «Россия 1» и НТВ), а именно новостные сюжеты, касающиеся культурной тематики. В рамках анализа были выбраны вечерние выпуски новостей за период с 24 по 30 октября 2022 г. Данное ограничение обусловлено тем, что вечерние выпуски являются наиболее полными с точки зрения содержания, а кроме того, имеют более широкую аудиторию, чем утренние и дневные выпуски.

На каждом из трех телеканалов были проанализированы сюжеты о культуре с точки зрения пяти критериев: это тематика; количество сюжетов; регулярность (сколько подобных сюжетов публикуется за неделю); продолжительность и очередность (т.е. в какой части выпуска транслируются эти сюжеты).

Результаты анализа. За выбранную неделю на Первом канале было показано семь сюжетов культурной тематики. При этом на протяжении трех дней подряд новости культуры не были включены в содержание выпусков. В среднем только один из двенадцати сюжетов был посвящен вопросам культуры. Трансляция соответствующих сюжетов всегда проходила только в конце выпуска новостей. Средняя продолжительность сюжета составила 3 минуты 28 секунд. С точки зрения тематики сюжеты можно разделить на три группы: о театре, об архитектуре (или реставрации), а также о различных памятных датах.

В изучаемый промежуток, на телеканале «Россия 1» было показано десять культурно-просветительских сюжетов. В среднем примерно два сюжета из шестнадцати были посвящены культуре, они транслировались ежедневно. При этом новости культуры располагаются как в середине, так и в конце выпуска новостей. Средняя продолжительность сюжета составила три минуты. Тематика сюжетов аналогична тематике сюжетов Первого канала — это памятные даты, театр, музеи и архитектура (или реставрация).

Среди выбранных телеканалов канал НТВ продемонстрировал самый низкий показатель: за неделю было показано четыре сюжета культурной тематики. В среднем за выпуск было показано тринадцать сюжетов, однако на протяжении трех дней новости культуры не были включены в содержание выпусков. Средняя продолжительность сюжетов о культуре составила 3 минуты 25 секунд. Материалы культурно-просветительской направленности публиковались в конце выпуска новостей. Темы сюжетов отражают театральную и музейную жизнь, а кроме того, различные творческие конкурсы и фестивали.

Таким образом, несмотря на схожие показатели относительной очередности и продолжительности, количество сюжетов и их регулярность довольно сильно разнятся. На телеканале «Россия 1» «культурных» сюжетов намного больше, а кроме того, они транслируются каждый день, тогда как на Первом канале и НТВ регулярность трансляции значительно ниже. Тематика сюжетов не имеет весомых различий.

Тем не менее если сравнивать показатели этих трех каналов между собой, то можно прийти к выводу, что НТВ в некоторой степени «отстает» от Первого канала и «России 1». В связи с этим мы решили изучить специфику новостных программ телеканала НТВ, которые транслируются в субъектах Российской Федерации. Для этого были проанализированы вечерние выпуски новостных программ в Московской и Санкт-Петербургской службах новостей телеканала НТВ за период с 24 по 28 октября 2022 г. Сокращение числа анализируемых дней обусловлено тем, что в субъектах России выпуски программы «Сегодня» транслируются только в будние дни.

За выбранную неделю *Московской службой новостей* было показано восемь новостных сюжетов о культуре. В среднем транслировалось по одному сюжету в день за исключением 27 октября, когда новости культуры не были включены в выпуск. Средняя продолжительность сюжета составила 2 минуты 30 секунд. Определенной очередности трансляции «культурных» сюжетов не выявлено. С точки зрения тематики многие сюжеты перекликались с материалами о благоустройстве города, однако были затронуты вопросы о музеях и архитектуре Москвы.

Санкт-Петербургской службой за тот же временной промежуток было показано восемнадцать сюжетов о культуре, то есть более чем в два раза

больше. Трансляция данных сюжетов велась ежедневно, примерно по три материала в день. Средняя продолжительность сюжета также больше, чем в Москве — 2 минуты 50 секунд, что для подобной узкоспециализированной группы материалов является довольно существенным отличием. Тематический спектр гораздо шире. Сюжеты повествуют о музеях (выставках), театре, современной литературе, музыке, архитектуре (вопросах реставрации), а также о значимых исторических датах. Однако определенной очередности в трансляции сюжетов не обнаружено.

Таким образом, в Петербургской службе новостей телеканала НТВ транслируется значительно больше сюжетов о культуре. Такие показатели, как «продолжительность» и «регулярность трансляции», также намного выше. Тематическое наполнение более разнообразно и затрагивает различные сферы культуры — как классической, так и современной. Однако очередность трансляции сюжетов внутри новостного выпуска не различается, так как сюжеты в обоих случаях транслируются бессистемно.

Выводы. На анализируемых каналах тематика сюжетов, которые транслируются на всей территории России, а не только в субъектах, совпадает. Продолжительность, очередность и регулярность сюжетов в этой части программ также практически не различаются. Это обстоятельство дает большую свободу региональным новостным службам. С точки зрения количества, а также в сравнении с другими изученными телеканалами телеканал НТВ реализует культурно-просветительскую функцию телевидения недостаточно широко.

Следует также отметить необходимость дальнейшего изучения новостных программ, транслируемых в регионах. Это позволит получить общую картину, обозначить слабые и сильные места, а также определить перечень действий, необходимых для устранения несовершенств. Кроме того, в будущем важно соотнести и проанализировать тематическое наполнение сюжетов, которые транслируются по всей стране, и тех, что показываются только в регионах. Это необходимо для определения стратегии по наиболее качественной реализации культурно-просветительской функции телевидения с помощью информационного вещания.

Помимо этого, универсальным телеканалам следует в полной мере использовать отдельные элементы информационного вещания для косвенной реализации культурно-просветительской функции телевидения. Подобный способ обладает множеством преимуществ, так как при сравнительно небольших финансовых и организационных затратах со стороны редакции, он позволяет повысить качество и количество новостных сюжетов культурной тематики для реализации соответствующей функции современного телевидения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Butts T. The State of Television, Worldwide / T. Butts // TV technology: Opinions. — 2013. — Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20150428042640/http://www.tvtechnology.com/opinions/0087/the-state-of-television-worldwide/222681> (дата обращения: 29.11.2022).

2. История телевидения в России. — Режим доступа: <https://tass.ru/spravochная-informaciya/523158> (дата обращения: 29.11.2022).

3. Mediascore: интернетом в России пользуются 80% населения старше 12 лет. — Режим доступа: <https://mediascore.net/news/1460058/> (дата обращения: 29.11.2022).

4. Каждый день в эфире в 21:00. И так 40 лет подряд. У программы «Время» юбилей. — Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2008-01-01/194811-kazhdyu_den_v_efire_v_21_00_i_tak_40 лет_podryad_u_programmy_vremya_

yubiley (дата обращения: 27.02.2023).

5. Борецкий Р. А. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды / Р. А. Борецкий. — М., 1967. — 213 с.

6. Кузнецов Г. В. ТВ-журналист / Г. В. Кузнецов. — М.: Изд-во МГУ 1980. — 251 с.

7. Князев А. А. Энциклопедический словарь СМИ / А. А. Князев. — М.: КРСУ, 2002. — 185 с.

8. Фомичева И. Российская аудитория СМИ: поведение на фоне глобальных тенденций / И. Фомичева // СМИ в меняющейся России: коллективная монография. — М.: Аспект Пресс, 2010. — С. 139–176.

9. Коломиец В. П. Индустриальная трансформация телевидения / В. П. Коломиец // Социологические исследования. — 2021. — № 6. — С. 94–98.

10. Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения / И. А. Полуэхтова // Знание. Понимание. Умение. — 2018. — № 4. — С. 71–82.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Дугужев Т. М., аспирант факультета журналистики

E-mail: timduguzhev@Gmail.com

Lomonosov Moscow State University

Duguzhev T. M., Postgraduate Student of the Journalism Faculty

E-mail: timduguzhev@Gmail.com