

*На правах рукописи*

**Алиева Марьян Магомедовна**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
КРУГЛОСУТОЧНОЙ НОВОСТНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ  
ЖУРНАЛИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «РОССИЯ 24»)**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

**Москва – 2015**

Работа выполнена в Учебно-научном центре экономики и социологии медиарынка Института массмедиа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)

- Научный руководитель:** доктор экономических наук  
**Парканский Александр Борисович**
- Официальные оппоненты:** **Березин Валерий Матвеевич,**  
доктор филологических наук, профессор;  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
профессионального образования «Российский  
университет дружбы народов», филологический  
факультет, профессор кафедры массовых  
коммуникаций
- Перипечина Галина Викторовна,**  
кандидат филологических наук;  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
образования «Московский государственный  
университет имени М.В. Ломоносова», факультет  
журналистики, старший преподаватель кафедры  
телевидения и радиовещания
- Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса»

Защита состоится 2 апреля 2015 г. в 13:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.198.12, созданного на базе РГГУ, по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская площадь, д.6, корпус 7.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РГГУ по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская площадь, д. 6, корпус 7 и на сайте организации по адресу: <http://dissovet.rggu.ru/section.html?id=11850>.

Автореферат разослан 2 «февраля» 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук

Ю.Г. Бит-Юнан



Ю.Г. Бит-Юнан

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее диссертационное исследование посвящено исследованию современных тенденций и перспектив развития круглосуточной новостной тележурналистики на примере телеканала «Россия 24».

Полноценное функционирование современного общества сложно представить без средств массовой информации. Массмедиа чутко реагируют на изменения в обществе и подстраиваются под интересы аудитории, а та, в свою очередь, черпает знания об окружающем мире не только из личного опыта, но и посредством потребления СМИ.

Прежде чем более подробно вдаваться в анализ современной ситуации, следует детально описать само понятие «новостная журналистика». Журналистика – вид деятельности, обеспечивающий сбор, обработку и оперативное распространение информации. Р. Борецкий и В. Цвик классифицируют ее жанры следующим образом: «журналистика как явление и как профессия подразделяется на информационную, аналитическую и документально-художественную»<sup>1</sup>. Основное отличие информационной, или новостной журналистики – в том, что она должна быть максимально оперативной и беспристрастной. Исследователи относят к ней «оперативные устные сообщения, видеосюжеты, короткие интервью и репортажи»<sup>2</sup>, т.е. все составляющие новостного информационного выпуска. Объектом каждой из них является конкретное событие, а методом передачи сообщения об этом событии – констатация факта.

Основное отличие новостной телевизионной журналистики от подобных жанров на радио или в печати – в канале передачи информации. Эмоциональное воздействие телевещания значительно сильнее, поскольку значительное количество информации воспринимается человеком с

---

<sup>1</sup> Телевизионная журналистика. Учебник. Ред. кол.: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. 4-е изд. - М.: МГУ, Высшая школа, 2002 // <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>

<sup>2</sup> Там же.

помощью зрительных образов. Таким образом, усиливается и персонификация информации – опираясь на невербальную составляющую эфира, зритель доверяет или не доверяет сообщению, исходя из отношения к журналисту, который его озвучивает. ТВ – это СМИ коллективного потребления: телевизор чаще всего одновременно смотрит сразу несколько человек. Еще одним отличительным свойством телевизионных новостей можно назвать симультанность, т.е. возможность трансляции события в момент его свершения, иными словами – передача происходящего на экран в прямом эфире.

В последние годы журналистика в целом и жанрово-тематическое, а также текстовое наполнение выпусков новостей на телевидении, в частности, претерпели значительные изменения. В первую очередь, они испытывают на себе влияние технического прогресса и вызванных им трансформаций в потребностях аудитории. Получив возможность знакомиться с последними событиями посредством сети Интернет, современный телезритель стал более требовательным по отношению к скорости доставки информации. Постоянно использовать в своем эфире прямые включения с места событий могут позволить себе только круглосуточные информационные телеканалы, не связанные рамками жесткой верстки вещания. Благодаря таким телеведущим оперативное сообщение о событиях становится доступным в любую минуту.

В погоне за зрителем все виды медиа стремятся стать круглосуточными. Видоизменилась конкуренция на рынке СМИ. «Раньше телевидение конкурировало с телевидением за время с 20.00 до 23.00, ежедневные газеты конкурировали с другими ежедневными газетами за время с 08.00 до 10.00, когда читатели ехали на работу, и так далее по всей линейке продуктов и изданий»<sup>3</sup>, пишет А. Качкаева. Сейчас же, продолжает исследователь, каждый вид СМИ вступил в конкуренцию не только с себе

---

<sup>3</sup> Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 66.

подобными, но и с кинотеатрами, любительскими видеороликами, видеоиграми – за свободное время потенциального потребителя. Переменилось и отношение такого читателя или телезрителя к собственной роли в формировании информационной картины дня. Получив возможность интерактивного общения в Сети, пользователь захотел участвовать в создании и распространении новостных сообщений.

Кроме того, медиа и пользователи довольно часто меняются местами – информация в наше время могут передавать не только СМИ, но и сами зрители. Подобная возможность появилась с ростом популярности интернет-блогов и социальных сетей, владельцы аккаунтов в которых зачастую становятся поставщиками информации (в качестве примера можно привести аккаунты чиновников в сервисе микроблогов «Твиттер» (*Twitter*), которые теперь регулярно проверяются СМИ на наличие интересных новостей). Определенное влияние оказало и формирование мобильных платформ, с помощью которых можно моментально передавать текстовые данные и транслировать видеозаписи, придавая сообщению оперативность и наглядность.

Перечисленные тенденции вынуждают СМИ придумывать иные способы подачи информации, которые могли бы помочь выжить в обстановке соперничества. Как следствие, меняется и язык подачи новостей. Адаптируясь к современной информационной среде, трансформируется и медиатекст в новостных выпусках на ТВ. Ему приходится находить иные формы подачи сообщений и делать информацию более доступной и занимательной для зрителя. Трансформации происходят и под влиянием конвергенции, или взаимопроникновения различных СМИ. Форма подачи сообщений в прессе становится сходной с телевизионной – визуальная составляющая усиливается, а текст, напротив, – упрощается. А в теленовостях применяют газетные приемы – в информационных выпусках появляются заголовки сюжетов, ведущие употребляют языковую игру.

Вторая важная тенденция современной журналистики сформировалась под влиянием процессов глобализации. Она подразумевает, что все люди, вне зависимости от места их проживания, живут в едином мире и имеют схожие ценности. Кроме того, по мнению Э. Гидденса, она «убивает» расстояния между регионами и странами<sup>4</sup>. Поддерживать эту взаимосвязь помогают средства массовой информации и коммуникации.

Первыми в системе СМИ на путь глобализации вещания ступили информационные агентства. Как утверждает Э. Гидденс, еще в 1870 году британское информагентство «Рейтер» и французское «Гавас», превратившееся позже во «Франс Пресс», – поделили между собой страны мира на монополии по сбору и распространению информации. Позже конкуренцию им составили американские «Ассошиэйтед Пресс» и «Юнайтед Пресс Интернэшнл».

Примеру информагентств позже последовало и радио. В целях пропаганды США в 1924 году стали распространять радиовещание на Латинскую Америку, а 12 лет спустя специальные передачи для европейских и латиноамериканских стран транслировались уже на шести языках. Не отставала от Штатов и Германия – в 1926 году «Дойче Велле» начала вещание для граждан страны, живущих за ее пределами. Иновещание в СССР запустили в 1929 году. Первые программы выходили на немецком языке.

Исследователи склонны считать основным глобальным средством массовой информации телевидение. Оно сказалось на сознании масс более глубоко, нежели предшественники, быстро завоевав славу одного из «мощнейших факторов глобализации современного общества»<sup>5</sup>. В интернациональном исследовании глобализации в сфере культуры, которое провели А.Бергер и С. Хантингтон, на первом месте в списке глобальных средств массовой информации упомянут музыкальный телеканал Эм-ти-ви (MTV), за ним следуют информационные телевещатели – британский Би-би-

---

<sup>4</sup> Гидденс Э. Социология. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – С. 665.

<sup>5</sup> Добреньков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология. В 15 т. Т. 4.: Социальные институты и процессы. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 927.

си (*BBC*) и американский Си-эн-эн (*CNN*)<sup>6</sup>. Как раз глобальные информационные телесети показывают на своем примере роль телевидения в процессе глобализации. Благодаря им, телезрители по всему миру живут в едином новостном контексте, узнавая из медиасообщений о происходящем в любом уголке планеты.

Анализируя информационную тележурналистику, исследователи, как правило, обращаются к истории ее развития и опыту зарубежных телеканалов. Тем не менее, приоритетными остаются вопросы, связанные с развитием отечественного новостного вещания. В настоящее время литературы, которая всесторонне освещала бы данную проблематику, нет.

Диссертационное исследование посвящено изучению российских новостных практик и сравнения их с опытом других государств. В центре внимания автора изменения форматов новостей, модификация содержания новостных выпусков в соответствии с потребностями аудитории, перемены в жанровой специфике информационных сообщений, а также язык их подачи.

Таким образом, **актуальность исследования** определяется той значительной ролью, которую играет телевидение на рынке современных СМИ, отражением в медиа постоянно растущего интереса общества к новостям, а также удовлетворении потребностей телезрителей быть проинформированными. Она связана с необходимостью проанализировать контент новостной телевизионной журналистики, меняющийся в соответствии с последними требованиями аудитории и перемены в формате новостного телевещания. Работа нацелена на выявление и анализ основных факторов, влияющих на изменения, которые происходят в новостной телевизионной журналистике. Изучение формата и стандартов вещания телеканала «Россия 24» имеет большое значение для правильного понимания особенностей развития отечественной журналистики в целом и прогнозирования грядущих изменений в ее структуре.

---

<sup>6</sup> Многоликая глобализация / Под ред. П.Бергера и С. Хантингтона. Пер. с англ. В.В. Сапова, под ред. М.М. Лебедевой. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 379 с.

Российский информационный канал «Россия 24» стал первым круглосуточным новостным телеканалом в нашей стране, вещающим на русском языке. Его деятельность не становилась предметом отдельного исследования, что обуславливает **научную новизну** диссертационной работы. Возможно, это связано с относительно недавним появлением регионального информационного канала (РИК «Россия 24» функционирует с 2006 года). Следует отметить, что и в целом тема круглосуточного национального и международного информационного телевидения сравнительно мало освещена российскими исследователями. Данное исследование позволит расширить научные представления о темпах и характере развития отечественной информационной телевизионной журналистики.

**Степень разработанности проблемы.** Интерес к изучению телевидения нашел свое отражение в исследованиях как российских, так и зарубежных авторов. При работе над диссертацией были изучены коллективные труды и отдельные монографии. История развития тележурналистики в России отражена в работах С. Муратова, а также в книгах В. Березина «Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия», Е. Прохорова «Введение в теорию журналистики», В. Цвика «Телевизионная журналистика. История, теория, практика», Г. Кузнецова «ТВ-журналист», и Р. Овсепяна «История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917- начало 90-х годов)».

Отдельного внимания заслуживают монографии Е. Вартановой. Ее труды «Медиаэкономика зарубежных стран»<sup>7</sup> и «Основы медиабизнеса»<sup>8</sup> рассказывают о международном опыте, основных тенденциях развития

---

<sup>7</sup> Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.

<sup>8</sup> Основы медиабизнеса: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.



медиаиндустрии, медиапланировании и маркетинге СМИ, а также финансовом управлении в медиа<sup>9</sup>.

Функционированию новых медиа посвящены книги М. Лукиной «Интернет-СМИ: теория и практика», А. Амзина «Новостная интернет-журналистика» и А. Качкаевой «Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные».

Изучению более широкой области, нежели СМИ – массовым коммуникациям – посвящена книга Г. Бакулева «Массовая коммуникация: западные теории и концепции»<sup>10</sup>.

Об опыте глобальных новостных телевизионных каналов пишет В. Орлова в книге «Глобальные телесети новостей на информационном рынке»<sup>11</sup>. Знания о создании и стратегии телеканала Си-эн-эн можно почерпнуть из мемуаров его создателя Теда Тернера – «Зовите меня Тед»<sup>12</sup> и книги «Мы изменили мир» С. Пайка<sup>13</sup>.

Исследование процессов глобализации с точки зрения ее влияния на социум отображено в работах М. Маклюэна<sup>14</sup>, Э. Тоффлера<sup>15</sup>, М. Кастельса<sup>16</sup>, У. Бека<sup>17</sup>, Я. Засурского<sup>18</sup>.

Язык телевидения стал предметом изучения для большого количества исследователей, среди которых особое внимание хотелось бы уделить работам М. Володиной<sup>19</sup>, О. Лаптевой<sup>20</sup> и С. Светаны<sup>21</sup>. Крайне значимым

<sup>9</sup> Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. – М.: Изд-во Моск.ун-та, 1999. – 287с.

<sup>10</sup> Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с.

<sup>11</sup> Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: РИП-Холдинг, 2003. – 168 с.

<sup>12</sup> Тернер Т. Зовите меня Тед. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2010. – 446 с.

<sup>13</sup> Пайк С. Мы изменили мир: мемуары основателя спутниковой системы CNN. – М., 2008. – 494 с.

<sup>14</sup> Маклюэн М. Понимание медиа / пер. с англ. В. Николаева – М.: Гиперборей, Кучково поле, 2007. – 462 с.

<sup>15</sup> Тоффлер Элвин. Средства дальней связи // Третья волна. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.

<sup>16</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

<sup>17</sup> Бек У. Что такое глобализация? – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – С. 25-26.

<sup>18</sup> Засурский Я.Н. Информационное общество и следствия массовой информации // Информационное общество. 1999. № 1; Засурский Я.Н. Роль средств массовой информации в обществе // Вест. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. 1995. №2.

<sup>19</sup> Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С.29.

<sup>20</sup> Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана. – М.: УРСС, 2003. – 517 с.

<sup>21</sup> Светана С.В. Телевизионная речь. Функции и структура. – М.: Изд-во МГУ, 1976. – 151 с.

вкладом в изучение языка медиа являются сборник «Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования»<sup>22</sup> и коллективная монография «Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке»<sup>23</sup>.

Голландский лингвист Т. ван Дейк предложил подход к тексту как коммуникативному процессу<sup>24</sup>. Понятие «дискурс» не ново и неизменно переосмысливается и изучается как часть коммуникации. Наиболее весомый вклад в его исследование сделали Т. ван Дейк, Э. Бенвенист<sup>25</sup>, Н. Арутюнова, Е. Кубрякова, П. Серио<sup>26</sup> и В. Карасик<sup>27</sup>. Вопросами дискурса СМИ занимается и отечественный лингвист Т. Добросклонская.

**Объектом исследования** являются современные тенденции развития круглосуточной информационной тележурналистики в России и за рубежом.

**Предмет исследования** – концепция, формат и контент отечественной круглосуточной новостной журналистики на примере РИК «Россия 24». Временные рамки диссертационного исследования ограничены периодом с 2006 по 2013 год.

**Эмпирической базой** исследования стали выпуски новостей на телеканале «Россия 24» сезонов 2010/2011, 2011/2012 и 2012/2013. Учитывая невозможность подвержения анализу генеральной совокупности текстов, был произведен произвольный отбор. В качестве источников были использованы текстовая и аудио-визуальная составляющие эфира телеканала «Россия 24» за указанный период. По мере необходимости приводились примеры из зарубежной практики телевизионного вещания. Кроме того, были проанализированы публикации в прессе, посвященные «России 24» и

---

<sup>22</sup> Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов международной науч. конференции (Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25–27 октября 2001 г.) / Под общ. ред. М. Н. Володиной, М. Л. Ремнёвой. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. – 144 с.

<sup>23</sup> Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2011. – 332 с.

<sup>24</sup> Дейк Т.А. ван. Язык, познание, коммуникация. – М.: Прогресс., 1989. – С. 113-120.

<sup>25</sup> Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.

<sup>26</sup> Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. – М.: Прогресс, 1999. – С. 26-27

<sup>27</sup> Карасик В. И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр / под ред. В.И. Карасика, Г.Г.Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.

проведены интервью с руководством канала, а также изучен закон РФ «О средствах массовой информации» (о СМИ) N 2124-1 от 27.12.1991.

В качестве основной **гипотезы исследования** выступает предположение о том, что поскольку новостная телевизионная журналистика реализуется в особом времени и пространстве (их создают присущие ей круглосуточность и глобальность), ей свойственны не только общие для информационной тележурналистики, но и свои, специфические – жанрово-стилистические, языковые и другие особенности. Цифровизация и мультимедиатизация обусловили появление и развитие нового арсенала профессиональных методов и форматов, контента и стандартов глобальной круглосуточной новостной телевизионной журналистики.

**Целью исследования** является определение характерных особенностей отечественной круглосуточной информационной телевизионной журналистики на примере информационного телеканала «Россия 24» и выявление тенденций и перспектив ее развития на основе анализа технологических и социальных факторов, влияющих на ее формирование.

Для достижения поставленной цели в диссертации решается ряд **задач**:

- Выяснить, в результате действия каких факторов происходит развитие современной новостной телевизионной журналистики и изменение медиасодержания теленовостей.
- Подвергнуть анализу изменения в запросах современной телеаудитории и оценить, насколько им соответствует концепция РИК «Россия 24».
- Провести сопоставительный анализ западной и российской информационной журналистики с целью выявления особенностей и различий в политике зарубежных телеканалов и канала «Россия 24».

- Проанализировать контент телеканала «Россия 24» в контексте появления новых форматов журналистики и современных тенденций развития СМИ.

Решение заявленных задач позволит понять тенденции развития новостной журналистики, а также дополнит теорию информационного телевидения в России.

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. С проникновением глобализации фактическое отсутствие географических границ и переход на круглосуточное вещание повлекли за собой существенные изменения в контенте, стандартах, критериях отбора новостей и языке телевизионной новостной журналистики.
2. Информационная тележурналистика стала плацдармом для внедрения новейших телекоммуникационных технологий, что привело к их конвергентности, синергии, мобильности и новым формам подачи контента. В ходе трансформаций традиционной системы происходит объединение технологий ранее разобщенных массмедиа и медиарынков. Конвергенция значительно изменила процесс сбора, формирования и распространения информации.
3. Мультимедийный принцип работы редакции подразумевает многозадачность журналиста, его владение сразу несколькими профессиями при подготовке новостного выпуска. Таким образом, поменялись требования к корреспондентам – они должны уметь не только подготовить репортаж, но и сами его спродюсировать и снять.
4. Изобилие информации в современном мире приводит к информационной перегрузке – отследить весь поток публикуемых новостей физически невозможно. Зритель вынужден экономить свое время и перестает воспринимать большие объемы информации, он знакомится с событиями избирательно и

поверхностно, а также нуждается в том, чтобы такие сообщения были проиллюстрированы.

5. Дигитализация и последовавшее за ней увеличение числа средств массовой информации привели к падению влияния каждого СМИ по отдельности. Кроме того, универсальная аудитория перестала существовать. Новую нишу заняли формы журналистики, предполагающие совместное написание и редактирование новостей, а также размывающие границы между журналистом и аудиторией – партиципаторные медиа, коллаборативная и гражданская журналистика.
6. При создании телеканала «Россия 24» его основатели опирались на международный опыт, взяв за основу стандарты вещания телеканала Си-эн-эн. Многие принципы работы американской телесети были применены в вещании «России 24». Основное же отличие – в способе распространения информации. Если на Си-эн-эн сообщение из единого центра поступает на несколько каналов информации, то на «России 24» действует обратный принцип – телеканал вбирает в себя данные от других каналов холдинга ВГТРК.
7. Журналисты «России 24» стремятся информировать аудиторию об актуальных событиях объективно и беспристрастно. Однако медиаречь является по сути одной из форм интерпретации реальности. Интерпретирование заложено даже в выборе освещаемого события. В медиатексты добавляются дискурсные слова, которые призваны маркировать достоверность сообщаемого. Но при этом на скрытом уровне они также отражают оценку говорящего. Понимание медиасообщения находится также в зависимости и от восприятия его зрителем, сложившейся у него картины мира, ценностей, а также контекста новости.
8. В целом, телеканал «Россия 24» следует за последними тенденциями развития СМИ и изменениями в потребностях аудитории.

Некоторые из мировых тенденций были учтены в вещании телеканала даже раньше западных коллег – например, стремление к локализации СМИ, которое выражено на телеканале выпусками новостей из регионов.

**Методология исследования** заключается в проведении критического, фактологического, компаративного и контент-анализа вещания круглосуточного информационного телеканала с целью выявления особенностей развития информационной журналистики. Кроме того, применялся метод интервьюирования, а также лингвостилистический и дискурсивный анализ элементов новостных выпусков. В ходе обработки полученных данных широко использовался также метод синтеза.

**Практическая значимость** диссертационной работы заключается в возможности применения выводов осуществленного исследования в практике производства новостей. Проведенный анализ также может быть использован в дальнейшем изучении деятельности круглосуточных информационных каналов, принципов и методов программирования новостного эфира. Выводы и положения исследования, а также содержащиеся в нем практические рекомендации могут помочь совершенствованию работы канала «Россия 24».

**Апробация работы.** Основные положения диссертации нашли отражение в докладах, обсужденных на Второй научно-практической конференции аспирантов и студентов «Медиаконтент: взгляд молодого исследователя», организованной факультетом журналистики МГУ им. Ломоносова и Институтом Массмедиа РГГУ; Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2013»; Четвертой научно-практической конференции аспирантов и студентов «Медиаконтент: взгляд молодого исследователя».

Этапы исследования отражены в шести публикациях, три из которых – в изданиях, рекомендованных ВАК. Часть результатов диссертационного исследования была представлена на лекциях по курсу «Экономика и

менеджмент СМИ» для студентов заочного отделения Института Массмедиа РГГУ.

**Структура диссертационной работы** определяется ее целью и задачами. Исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы, приложений.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** формулируется проблематика, обосновывается выбор темы и ее актуальность, определяются объект и предмет исследования, указывается методология исследования данной проблемы, источниковая база, характеризуются научная новизна, теоретическая и научно-практическая значимость диссертации.

Основные задачи первой главы – **«Главные тенденции развития новостного телевизионного вещания в начале XXI века»** – исследование предпосылок изменений в структуре новостной журналистики, основных тенденций развития СМИ, подробный разбор опыта глобальной новостной тележурналистики, анализ увеличения роли аудитории в создании контента и связанными с этим изменениями в работе профессиональных журналистов, а также опыта внедрения принципов интерактивности в деятельность традиционных средств массовой информации.

В § 1.1 **«Глобализация новостной тележурналистики: предпосылки, история, перспективы»** дана общая характеристика сложившейся ситуации в современной новостной тележурналистике. С приходом глобализации в обществе резко вырос спрос на информацию. Способность вещать, невзирая на границы и скорость передачи сигнала, сделали телевидение одним из самых популярных СМИ. Сообщения, распространяемые с помощью ТВ, воспринимаются полнее, быстрее и эмоциональнее, чем у его предшественников – печати и радио. В области массмедиа проявления глобализации очевидны. Любой желающий может мгновенно узнать, что происходит в той или иной точке земного шара. Журналы и газеты разных стран публикуют однотипную рекламу, на телевидении появляются аналогичные программы, которые идут хоть и на разных языках, но в одинаково выглядящих студиях и с универсальными типажам ведущими. Глобальные телесети новостей вещают на большинство стран мира. А региональные телеканалы рассказывают об одних и тех же событиях.



Таким образом, глобализация повлияла и на содержание медиа – обязательным пунктом новостных выпусков стали сообщения из-за рубежа; изменились принципы отбора информации и сами темы, которые освещают средства массовой информации, поскольку региональные телеканалы опираются на опыт глобальных телесетей. Трансформация российской новостной тележурналистики является частью глобального процесса трансформации СМИ.

Сегодня глобализация проявляется в виде разносторонних проявлений интеграции и унификации, как в коммуникации, так и экономике, политике и культуре. Новые медиа (Интернет, мобильная телефония) соединяются со старыми (телевидением, радио и печатью) – и объединяют людей по всему земному шару.

Переход на цифровую систему стал важнейшим технологическим прорывом в телевидении. Дигитализация привела к специализации телевидения – появлению «нишевых» каналов, затрагивающих интересы более узкой аудитории. Это, в свою очередь, привело к фрагментации телеаудитории. А также привнесло характер интерактивности. Теперь зритель становится не только получателем информации, но может послать ответный сигнал. Например, для заказа конкретных фильмов или телепередач.

Освоив спутниковое телевидение, круглосуточные информационные телесети преодолели не только географические, но и культурные барьеры и стали ведущими поставщиками новостей, информации которых зрители доверяют гораздо больше других СМИ. Телекомпания Си-эн-эн (*CNN, Cable News Network*) стала первым круглосуточным информационным телеведущим и является одним из главных проводников информационно-новостной глобализации. Позже у нее появились конкуренты. Наиболее известны и пользуются успехом глобальные сети «Евроньюс» (*Euronews*), Би-Би-Си (*BBC*), «Дойче Велле» (*Deutsche Welle*), ТВ-5 (*TV-5*).

Именно Си-эн-эн стала прототипом при создании телеканала «Россия 24», поэтому на деятельности этой компании автор остановился подробнее в § 1.2 «Глобальные новостные телевизионные каналы и процессы конвергенции и конгломерации». Отличительной чертой телеканала Си-эн-эн стала молниеносное реагирование на любое событие, свершившееся в любой точке земли. Гибкая верстка позволяет быстро перестраиваться во время эфира, следить за новостями в развитии и моментально выдавать самую последнюю информацию. Новости обо всем происходящем в мире транслируются круглосуточно в режиме реального времени и обязательно включают в себя репортажи с места событий. Канал работает в режиме информационного агентства (параллельно с программами в прямом эфире на экранах телевизоров в виде текстовых плашек дается бегущая строка с расшифровкой новостей, показателями фондовых бирж и прогнозом погоды). Руководство телеканала старается сделать вещание нейтральным. Одним из способов достижения этой задачи стало привлечение местных корреспондентов в тех странах, где развернуты бюро Си-эн-эн. Перед репортерами ставится задача освещать новости с родины с наднациональной точки зрения. Кроме того, телеканал подчеркивает свою нейтральность тщательным подбором лексики и соблюдением редакционных правил подготовки текстов. Поскольку верстка новостей на «Си-эн-эн Интернэшнл» составляется с учетом вещания на весь мир, в итоге те выпуски, которые выходят в эфир в Азии, несколько отличаются от аналогичных для Европы или Латинской Америки. На каждый регион вещания «Си-эн-эн Интернэшнл» работают разные корреспонденты и ведущие.

Телекомпания Си-эн-эн активно развивает сотрудничество с компаниями, занимающимися производством новинок на цифровом рынке, а также с социальными сетями. Эти сделки наметили тенденции развития информационных потоков, рассчитанные в будущем на широкое распространение мобильных технологий чтения и агрегирования новостей, а

также более персонализированный подход к их подбору для конкретного пользователя.

В связи с возросшей интерактивностью появляется возможность соавторства аудитории со СМИ. Возникают партиципаторные медиа, предполагающие создание журналистских материалов в соавторстве с аудиторией. По такому же принципу действует коллаборационная журналистика, которая представляет собой агрегирование информации от большого количества участников в единую новостную статью. В 2006 году телекомпания запустила проект «АйРепорт» - веб-сервис, где все желающие могут выкладывать текстовые информационные материалы, видеозаписи и фотографии. Таким образом, телеканал получил практически неограниченный штат корреспондентов, которым не надо платить зарплату, и из первых рук получает самую свежую информацию.

**§ 1.3 «Мультимедиазация новостного контента и профессиональной деятельности журналиста, «партиципаторность» новостного контента»** посвящен увеличению роли аудитории в создании контента и связанными с этим изменениями в работе профессиональных журналистов. Для зрителя нового типа информация предстает не только частью контекста, но – с ростом числа СМИ и их фрагментацией – только лишь очередным сообщением в ленте новостей. В связи с этим изменилось восприятие новости – современный потребитель медиа усваивает информацию отрывочно и выборочно.

С усовершенствованием мультимедийных технологий и изменением формы работы информационных служб перемены коснулись и подходов к оценке компетентности редактора – круг профессиональных обязанностей креативного работника отрасли СМИ при подготовке материала к эфиру возрос. Работа журналиста над материалами нового формата стала обозначаться специальным термином – «рюкзачная журналистика». Делая репортаж с места события, журналист-рюкзачник сам снимает, работает со звуком, рассказывает, интервьюирует и выполняет функции продюсера.

В § 1.4 «Внедрение интернет-технологий, сегментация аудитории и рост интерактивности новостного телевидения» автор рассматривает опыт интерактивных СМИ, внедрение принципов интерактивности в деятельность традиционных средств массовой информации. С формированием мультимедийных технологий появилась новая модель передачи видео посредством Интернета, которая именуется вебкастингом. Одним из наиболее популярных ресурсов, где применяется этот формат вещания, стал портал «Ютуб» (*YouTube*), впервые объединивший любительские и профессиональные видеозаписи. СМИ решили последовать за пользователями в среду их постоянного обитания – социальные сети: «Ютуб», «Фейсбук» (*Facebook*) и «Твиттер». И, как показывает статистика, несмотря на большое разнообразие любительского контента, наибольшей популярностью в Сети все же пользуются ролики от профессионалов – «Ассошиэйтед Пресс» (*The Associated Press*), «Нью-Йорк Таймс» (*The New York Times*), Эй-би-си (*ABC*) и других ключевых игроков медиарынка. У крупных медиапроизводителей есть связи с ключевыми ньюсмейкерами, на них работают профессиональные журналисты и операторы, которые используют хорошую технику. С развитием техники форматы медиасодержания унифицируются для вещания со всех платформ: мобильных телефонов, планшетов, компьютеров.

В своем вещании СМИ учитывают и то, что «универсальная аудитория» как таковая уходит в небытие, поскольку сейчас получили распространения средства массовой коммуникации, рассчитанные на макроаудиторию и выстраивающие свой контент в соответствии с потребностями конкретной группы людей. Современный медиапотребитель предпочитает получать информацию, отвечающую его интересам более конкретно, чем это могут предоставить СМИ универсальной направленности. Предпочтения телезрителя варьируются в зависимости от демографических факторов – т.е. его возраста, пола, семейного положения, вероисповедания и

национальности. Не меньшее влияние оказывает место его жительства, т.е. географическая составляющая.

Основные задачи второй главы исследования – **«Создание и развитие Российского информационного канала «Россия 24»** – определение той информационной ниши, которую занял в современной российской новостной телевизионной журналистике РИК.

В § 2.1 – **«Предпосылки создания, концепция контента и схема эфира РИК «Россия 24»** – рассматривается история возникновения телеканала, раскрывается изначальный замысел его руководителей и редакционная политика. Автор отмечает, что созданный в 2006 году телеканал «Россия 24» нацелен на круглосуточное оперативное информирование аудитории о самых главных событиях, происходящих в России и за ее пределами. Чтобы объединить жителей страны, была создана система включений в эфир канала программ региональных ГТРК и отдельных материалов локальных корреспондентов в том виде, в котором они выходят в своем регионе. Таким образом, кроме тех местных новостей, которые обычно попадают в федеральные сводки только в случае ЧП или визитов первых лиц государства, стали доступны и сообщения о том, чем живет регион в остальное время.

Установлено, что основное отличие «России 24» от традиционных телеканалов – в возможности осветить событие в тот момент, когда оно происходит или только что свершилось. Тогда как на каналах с жесткой версткой придется ждать очередного выпуска новостей. Подвижная верстка, применяемая на РИК, позволяет быстро менять верстку в прямом эфире, освещать новости в развитии и мгновенно сообщать о свежих данных.

В обеспечении эфира канала, помимо собственных корреспондентов РИК, также задействована международная и региональная корреспондентская сеть ВГТРК. Согласно замыслу его основателей, основная аудитория «России 24» – активно работающие люди 25-45 лет. Поэтому телеканал программируется в формате рабочей недели: с понедельника по

пятницу в эфир выходят расширенные выпуски новостей и программы, посвященные финансам и экономике, а по выходным идут сжатые выпуски новостей, документальные фильмы и итоговые тематические программы.

§ 2.2 – **«Критерии отбора и стандарты подачи новостей на канале «Россия 24»** – рассказывает о концепции информационной политики телеканала и наполнения эфира в рамках круглосуточного вещания, а также о подходах к отбору новостей и формированию информационной картины дня. Как показал проведенный анализ, в качестве главного принципа освещения событий на телеканале применяются прямые эфиры, включения журналистов и ньюсмейкеров с места событий, а также трансляция заседаний Правительства, обеих палат Парламента и ведомств, передающаяся в эфир без каких-либо комментариев.

Набор новостей, попадающих в эфир телеканала, и вектор их освещения в течение всего дня обсуждается коллегиально на нескольких ежедневных рабочих летучках. Существует долгосрочное и суточное планирование. Долгосрочное – опирается на календарь и базы анонсов. Оно позволяет заранее разглядеть темы, которые вызовут особый интерес у аудитории. Суточное планирование включает в себя несколько ежедневных «летучек», на которых определяются и корректируются новостные темы на весь информационный день вперед и то, в каком объеме будет освещена каждая из них.

При верстке новостного выпуска на телеканале «Россия 24» используется ряд критериев. На первом месте при прочих равных (т.е. примерно одинаковой ценности события) оказываются отечественные новости. Естественно, выпуск начинается с наиболее важных событий, касающихся большого количества людей – произошедших ЧП и экстраординарных ситуаций, сообщений о деятельности первых лиц государства и т.д. С использованием инфотейнмента в новостных выпусках чаще стали появляться важные сообщения из жизни популярных артистов и общественных деятелей. Однако такие сообщения, как правило, появляются в

конце выпуска. Там же обычно располагаются новости из мира искусства, различные курьезные события и прочие развлекательные сообщения.

Анализ основных компонентов телевизионного дискурса на примере РИК был проведен в § 2.3 – **«Особенности телевизионного дискурса на телеканале «Россия 24»**. Исследование показало, что отличительными особенностями медиадискурса является разнородность тем освещаемых событий, ставка на восприятие сообщений по трем каналам: визуальному, текстовому и звуковому, – а также массовость аудитории, на которую распространяется информация. Язык новостной телепередачи влияет на восприятие новости и, следовательно, действительности. Выбор определенного слова в освещении события может изменить интерпретацию информации. К выраженным способам отображения оценки в опыте телеканала «Россия 24» относятся такие языковые средства, в которых проявляется характеристика события – лексика с оценочной семантикой; индикаторы экспрессии (слова «очень», «крайне» и т.д.); эпитеты, дескрипторы общего плана (не называют эмоцию прямо; но содержат эмотивную сему позитивной или негативной характеристики); функционально окрашенные стилистически лексемы, употребляемые в непривычном контексте; экспресемы; фразеологизмы и устоявшиеся сочетания слов. Скрытая оценка проявляется в таких средствах речевого воздействия, которые воспринимаются аудиторией на уровне подсознания и воображения, а также вызывает определенные эмоциональные переживания. Подобная внешне не заметная информация не осознается телезрителем. Важно подчеркнуть, что при этом он сам приходит к определенным выводам при интерпретации полученного сообщения, а не принимает ее в готовом виде.

Связующими элементами дискурса СМИ в новостных текстах являются, так называемые, дискурсные маркеры. Это особый класс слов с эксплицитными характеристиками, наиболее значимым свойством которых является их прямая связь с действием дискурса. Многочисленные примеры

из практики телеканала «Россия 24», приведенные в исследовании, показывают, что достоверность выявляется либо с помощью отрицания (общеизвестного факта, коллективного или индивидуального заблуждения, первого впечатления и пр.), либо на основе подтверждения. Еще один прием организации дискурса новостных выпусков на телеканале РИК – метатекст. Метатекст служит не только для организации текста информационной передачи, но и связывает различные тематические блоки в целостный медиадискурс. Метаорганизаторы, используемые в вещании телеканала «Россия 24», способствуют более связному переходу на каждую из освещаемых тем, лучшему усвоению новостей и облегчают восприятие непрерывного потока информации.

В § 2.4 – **«Тематические форматы, тексты и жанровая стилистика новостного контента «России 24»** – проводится анализ современной медиаречи на примере текстов ведущих и корреспондентов РИК. Автор отмечает в них усиление разговорности, обилие заимствований, а также употребление риторических фигур с целью повышения образности сообщения. В языке тележурналистов «России 24» содержатся элементы разговорной речи, однако поток медиаречи, который призван восприниматься в качестве спонтанного, на самом деле таковым не является. Его интонации разнятся с таковой в непринужденном межличностном общении. Основное отличие – в нейтральности мелодики речи. Наблюдается менее проявленная редукция безударных гласных, а паузы между словами обусловлены четкими рамками. Фразы в сообщениях используются краткие, выбор конкретных слов определен их удобопроизносимостью, фразы расчленяются и выделяются при помощи интонации. Тональность медиатекстов, в основном, спокойная, невербально подчеркивается объективность и беспристрастность. При этом на «России 24», по признанию главного редактора РИК Евгения Бекасова, нейтральность журналистов не определена внутренним регламентом, каждый корреспондент или ведущий самостоятельно решает, какие языковые средства ему использовать.



Речь телеведущих на телеканале «Россия 24» делится на два типа говорения: полностью репродуцируемый и непринужденный. Неспонтанная речь произносится посредством воспроизводства заранее подготовленного текста при помощи телесуфлера. Она используется в подавляющем большинстве информационных программ. В случае если верстка эфира меняется непосредственно в момент вещания (при каких-либо ЧП и воспроизводстве срочных сообщений), ведущий использует живую спонтанную речь, импровизируя в ходе эфира.

Жанровая стилистика «России 24» находится в зависимости от того факта, что телеканал рассчитан на довольно четко обозначенный узкий круг более подготовленной, нежели массовая, аудитории, поэтому журналисты не вдаются в интерпретацию происходящего.

Третья глава – **«Новейшие тенденции развития телевещания и перемены в новостном контенте канала «Россия 24»** – показывает функционирование изучаемых процессов трансформации новостной журналистики в деятельности телеканала «Россия 24».

§ 3.1 – **«Развитие мультимедийных технологий и конвергенция как факторы трансформации новостных выпусков канала»** – посвящен изучению того, как развивались и менялись телевизионные новости на РИК в соответствии с тенденциями развития новостных СМИ. Как показал анализ, телеканал меняется вместе со своей аудиторией. И поскольку современный телезритель получает информацию избирательно и поверхностно, на «России 24» используются новые виды контента (например, инфографика в программах «Россия/мир в цифрах» и «Факты»). Телеканал изначально создавался с учетом современных тенденций. Вещание построено таким образом, чтобы зритель мог смотреть его с выключенным звуком. На своем экране при этом он будет видеть не просто видеосюжеты или ведущих в студии, но и бегущую строку со всей необходимой информацией о последних новостях, котировки валют, погоду в российских регионах и т.д. На сайте телеканала появилась возможность комментировать новости, а также

«социальные кнопки», позволяющие пользователям процитировать понравившееся сообщение в своем аккаунте в соцсетях. У телеканала есть свои официальные странички в социальных медиа, а также специальное приложение для смартфонов и «облегченная» WAP-версия сайта для доступа с мобильных телефонов.

В § 3.2 – **«Изменения требований к методам, характеру и содержанию работы журналиста в редакции и на месте события»** – описывается подход к деятельности сотрудников телеканала в связи с мультимедиатизацией журналистики, исследуются особенности подготовки материала к эфиру. Автор приходит к выводу, что современные медиа претерпевают глобальные изменения в устоявшихся технологических процессах. Это связано с качественными переменами в технике СМИ и вытекающими из этого трансформациями в методах и формах управления. Важно отметить, что конвергенция изменяет не только контент, но и запросы к журналисту, его создающему. В соответствии с новыми профессиональными требованиями, каждый журналист должен иметь мультимедийные навыки, иными словами, уметь изготавливать материалы для любого вида СМИ.

С развитием технологий корреспондент «России 24», работающий на месте событий, может в любую минуту проверить, что сообщают его коллеги на ту же тему, с помощью Интернета в мобильном телефоне или планшете. Кроме того, он может ознакомиться с историческими данными, которые помогут сделать репортаж или прямое включение более информативными.

Сообщения становятся более лаконичными, динамичными и при этом более насыщенными информационно, поскольку внимание зрителя стало сложнее удерживать. Например, в программе «Россия/мир в цифрах» на телеканале «Россия 24» за 50 секунд показывается основная информация по заданной теме в виде диаграмм и графиков, при этом видео не комментируется ни в кадре, ни за кадром.

Деятельность сайта телеканала, его мобильной версии, а также коллаборации РИК с социальными сетями посвящен § 3.3 – **«Россия 24»: новые модели представления информации и взаимодействия с аудиторией, индивидуализация содержания и увеличение роли зрительского контента»**. Телеканал «Россия 24» не только учел в своем вещании большую сосредоточенность современного зрителя на картинке, нежели на ее текстовом или аудио-сопровождении, но и формирует с оглядкой на этот факт свой контент на официальном сайте «Вестей». Доступ ко всем материалам там абсолютно бесплатен и доступен без регистрации. На портале действует полнотекстовый поиск по материалам, опубликованным за все годы существования телеканала. Взаимодействует с аудиторией «Россия 24» и с помощью мобильного новостного приложения «Мобильный информер» – специальной программы, устанавливаемой на все виды современных мобильных устройств. Она предоставляет доступ к новостям тем, кто хочет быть в курсе событий, но не может находиться у телевизора или компьютера. Главные события дня, новости спорта и экономики, актуальная информация о фондовом рынке – предоставляются бесплатно.

Учитывая охват вещания телеканала, его создатели пытаются быть интересными для разной аудитории. Так, в эфире появляются не только рассчитанные на молодежь «Вести.net», которые рассказывают о самом обсуждаемом событии в Интернете за день, а в итоговом выпуске и за всю неделю, но и «Экономика. Курс дня», которая подводит экономические итоги дня и анализирует их, а в пятничных выпусках – еще и итоги недели. Также зритель может стать контент-производителем, прислав видео с места событий в рубрику «Мобильный репортер». Таким образом, автор приходит к выводу, что телеканал «Россия 24» следует за последними тенденциями в развитии телевизионной новостной круглосуточной журналистики, не только опираясь на западный опыт, но и применяя собственные ноу-хау. РИК

взаимодействует со своей аудиторией сразу по нескольким каналам: на интернет-сайте «Вестей», в мобильной версии и в телевещании.

В **Заключении** подводятся итоги исследования. Решение поставленных задач позволило достичь цели диссертации. Выявлены основные особенности вещания телеканала «Россия 24», а также многочисленные примеры изменений, происходящих в языке новостной телевизионной журналистики. Рассмотрены перспективы развития тележурналистики в условиях глобализации, демассификации, конвергенции и мультимедиатизации. Обозначены направления, которые могли бы подвергнуться дополнительному изучению.

В завершении работы даны список литературы и приложение, включающее в себя верстку телеканала «Россия 24».

## ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:

### Публикации в журналах, входящих в Перечень ВАК:

1. Алиева М.М. Телеканал «Россия 24» как этап развития информационного вещания / М.М. Алиева // Вестник РГГУ. Сер. «Журналистика. Литературная критика». – М., РГГУ, 2012. – № 13. – С. 227-236.
2. Алиева М.М. Глобализация телевизионных новостей: Си-эн-эн / М.М. Алиева // Журнал Российской академии наук «США v Канада: экономика, политика, культура». – М.: Изд-во Наука, 2012. – №12. С. 79-97.
3. Алиева М.М. Редакционная политика Си-эн-эн: смена парадигмы / М.М. Алиева // Журнал Российской академии наук «США v Канада: экономика, политика, культура». – М.: Изд-во Наука, 2013. – №3. С.116-120.

### Прочие публикации:

1. Алиева М.М. Российский информационный канал «Россия 24» как этап развития новостного круглосуточного телевещания / М.М. Алиева // Медиаконтент: взгляд молодого исследователя. Материалы научно-практической конференции аспирантов и студентов. – М., 2010. – С. 33-40.
2. Алиева М.М. Современные тенденции развития информационного вещания на примере CNN / М.М. Алиева // Медиаконтент: взгляд молодого исследователя. Материалы научно-практической конференции аспирантов и студентов. – М., 2012. – С. 98-105.
3. Алиева М.М. Редакционная политика круглосуточных информационных телеканалов / М.М. Алиева // Ломоносов. Молодежный научный портал. Материалы конференции «Ломоносов-2013». М.: Изд-во МГУ, 2013. [[http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2013/2155/26536\\_cd86.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/2155/26536_cd86.pdf)]