

Секция «Журналистика»

Развитие формата журнала новостей на американском ТВ (на примере программ *60 minutes* и *DateLine*).

Никольская Элина Сергеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: elina_nik@mail.ru

Тема нашей работы – развитие формата журнала новостей на американском телевидении. Телевидение США на данный момент является крупнейшей медиаиндустрией мира. Если подробно рассмотреть ее контент, то можно прийти к выводу, что на американском ТВ представлены все основные жанры аудиовизуальных СМИ. Из-за этого, анализ ТВ именно этой страны дает наиболее полное понимание структуры и особенностей телевидения в общем.

В своей работе мы обратились к жанру журнала теленовостей. Этой области СМИ США, как правило, уделяют не так много внимания. В результате, исследований на эту тему практически не существует. Именно поэтому тележурналы и привлекли наше внимание.

Стоит отметить, что американское ТВ во многом послужило источником идей для российского ТВ. С этой точки зрения исследование этой области становится интересным вдвойне. Аналога американских журналов новостей на ТВ РФ нет, поэтому анализ этого жанра является наиболее любопытным.

Таким образом, цель нашей работы – попытаться проанализировать жанр журнала новостей на американском телевидении, выявить специфику его развития, а также сделать некоторые выводы.

Для выявления определенных особенностей и тенденций основной упор мы сделали на анализ наиболее известного тележурнала – *60 minutes* телеканала CBS. Стоит сказать, что жанр «тележурнал» и появился с возникновением этой программы в 1968 году. На то время это была уникальная в своем роде передача: до этого существовали исключительно выпуски так называемых «жестких» новостей, *60 minutes* впервые показала развернутый репортаж на актуальную тему.

Стоит отметить, что, как правило, тележурнал выходит в прайм-тайм, имеет хронометраж около сорока с лишним минут и состоит из двух-трех сюжетов на тему, которая интересна широким слоям населения. Репортажи *60 minutes* можно разбить на несколько рубрик: *newsmakers, business, politics, science, entertainment, nature, sports*.

Разброс тем по рубрикам в тележурнале происходит неравномерно. Рубрике *newsmakers* уделяется пристальное внимание. Мы решили рассмотреть программы за три года: 2010, 2011 и 2012. Из анализа следует, что рубрика *newsmakers* имеет процентное соотношение 60% к общему числу репортажей за этот промежуток времени, когда как другие (*politics, science, entertainment, business, sports*) имеют 8%, 15%, 16%, 9%, 6 % соответственно.

Какие же темы освещает эта рубрика? Как правило, это актуальные события в жизни Америки, которые, так или иначе, получили общественный резонанс. Тут можно

встретить репортажи на такую тему, как убийство бен Ладена, теракт 11 сентября или награждение медалью за отвагу Дакоты Мейера.

Чтобы проследить динамику соотношения этой рубрики к остальным, мы вычислили количество этих репортажей за каждый рассматриваемый год. Из этого анализа мы пришли к выводу, что за 2011 год частота сюжетов под грифом *newsmakers* наиболее высокая. Как мы уже говорили, репортажи под этой рубрикой отвечают общественному интересу. Поэтому наши расчеты свидетельствуют о том, что в 2012 году в штатах произошел всплеск общественной жизни и возросло число тем, вызвавших общественный резонанс.

В основной части нашей работы мы проводим более подробный анализ репортажей рубрики *newsmakers* и пытаемся выявить некоторые закономерности и тенденции.

К тому же стоит обратить внимание на рубрику *politics*. За 2012 год количество сюжетов на данную тему превосходит показатели предшествующих годов. Причину этому легко найти - в 2012 году состоялась президентская гонка Мита Ромни и Барака Обамы.

Важной деталью является то, что передача всегда стремится сделать репортаж, а чаще подготовить интервью с человеком, который является ньюсмэйкером на тот или иной промежуток времени. *60 minutes* практически сразу дала интервью с Джулианом Ассанжем, Барак Обамой или же певицей Адель. На этом скромном примере мы можем сделать вывод, что программа *60 minutes* стремится всегда отвечать потребностям аудитории в актуальной информации.

Также в нашей работе мы попытались проанализировать программу *Dateline*, как еще один пример жанра журнала теленовостей. Две передачи, взятые нами для анализа, отличаются по своей специфике. *Dateline* состоит не из трех репортажей, как в случае с *60 minutes*, а всего из одного сюжета. Раньше передача также старалась показать аудитории репортажи разной тематики, однако, не выдержав конкуренции с остальными тележурналами, отказалась от этого формата. Сейчас *Dateline* в основном рассказывает о криминальных историях. Это подробные репортажи на одну тему.

В нашей работе мы попытались проанализировать основного представителя журнала новостей – передачу *60 minutes*, выявить основные особенности подачи новостей, специфику их отбора, а также классификацию по темам. К тому же для сравнения, мы рассмотрели программу *Dateline* и выяснили некоторые особенности этой передачи.

Анализ формата журнала теленовостей – никем не исследованная область. Именно этим и обусловлен выбор нами данной темы.