

Секция «Журналистика»

Информационный контекст современного отечественного on-line телевидения: содержательные и формальные характеристики новостных программ телеканала «Дождь»

Коновалова Александра Валерьевна

Студент

ФГАОУ ВПО Северо-Кавказский федеральный университет, Филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: alekspoire@gmail.com

Сегодня интернет-телевидение выступает основным источником информации для значительной части населения нашей страны, оказывая (наряду с традиционными телеканалами) «регулярное воздействие на общественное мнение, на умы и сердца своих телезрителей» [1] и вызывая все больший исследовательский интерес.

Телеканал «Дождь», который позиционирует себя как телевидение «для неравнодушных людей с активной гражданской позицией и острым чувством сопричастности, не утративших вкус к жизни, успешных, добившихся многого и не очерстневших», канал «для профессионалов в разных областях», является наиболее популярным из негосударственных качественных on-line вещателей. Основная информационная часть «Дождя» состоит из блоков программы «Здесь и сейчас», которые выходят каждый час и по форме соответствуют выпуску новостей. Нами были проанализированы содержательные (тематика, жанровое своеобразие, типы, герои, модальность медиапрезентаций) и формальные (хронометраж, способ и форма подачи, информационный контекст сюжетов) характеристики новостных медиатекстов программы «Здесь и сейчас» за период с 21.11.2011 г. по 18.05.2012 г.

В содержательном плане были выделены следующие доминантные тематические линии:

- политика - 60%, например: «Рейтинг «Единой России» достиг исторического минимума» (Дождь. 2011. 21. 11), «Кремль занялся молодежной политикой» (Дождь. 2012. 13. 02), «Ксения Собчак не признала своей вины» (Дождь. 2012. 18. 05) и др.;

- криминал (16%), например: «Российский олигарх арестован в Лондоне» (Дождь. 2011. 25. 11), «Жаку Шираку дали два года» (Дождь. 2011. 15. 12), «В Рязани избиты журналисты «Новой газеты» (Дождь. 2012. 03. 05) и др.;

- социальные проблемы (10%), например: «В Большом Козихинском переулке снова борются за здание» (Дождь. 2012. 13. 03), «Кому первому отключат горячую воду» (Дождь. 2012. 10. 05) и др.;

- культура и искусство (9%), например: «Самый высокий небоскреб Парижа будет русским» (Дождь. 2012. 13. 03), «Австралийские сантехники-вандалы против современного искусства» (Дождь 2012. 17. 05) и др.;

- религия (2%), например: «Что наделал пояс Богородицы в Москве» (Дождь. 2011. 21. 11), «Папа Римский будет проповедовать в Twitter» (Дождь. 2012. 24. 02) и др.;

- образование, спорт, исторические даты (3 %), например: «ЦСКА просит о помощи» (Дождь. 2012. 24. 04), «Как убивали сына Сталина: тайна раскрыта» (Дождь. 2012. 08. 05) и др.

Основываясь на типологии исследователя Т. Г. Добросклонской, были эксплицированы следующие доминантные типы медиапрезентаций на рассматриваемом телеканале:

- отражение – 56% – предполагает наиболее точное, максимально приближенное к реальности воспроизведение событий, здесь встречается большое количество цитат, воспроизведение целых фрагментов из речей и выступлений политиков, обязательное наличие ссылок на источник информации и фактическое отсутствие аналитически-комментирующего и оценочного компонентов, например: «Дыхните в трубочку! ГИБДД больше не нужны понятия и протокол» (Дождь. 2012. 20. 04), «Мосгорсуд оставил Pussy Riot под арестом» (Дождь. 2012. 11. 05), «Интернет-пользователи сплотились против депутатов «Единой России» (Дождь. 2012. 16. 05) и др.;

- реконструкция – 44% - реальное событие заново «конструируется» в медийном пространстве на основе тех или иных политико-идеологических установок. Поэтому отличительным признаком медиа реконструкции считается как раз присутствие аналитически-комментирующей и идеологически-оценочной части. Например: «ВТБ24 пожалел денег для инвалида Андрея Сычева» (Дождь. 2012. 16. 05), «ПАРНАСу надоело ждать регистрации Минюста» (Дождь. 2012. 17. 05) и др.

Такой тип медиапрезентации как миф, когда образ события часто весьма отдален от реальной действительности, не встречается совсем [2].

Основные герои большинства медиатекстов: Владимир Путин и Дмитрий Медведев – 65%, которые освещаются в проблемном, фактологическом и нейтральном контекстах. Далее идут чиновники и оппозиционеры – 20% (например, террорист Андреас Брейвик, экс-премьер Украины Юлия Тимошенко, экс-президент Франции Жак-Ширак), около 15 % составляют отдельные персоналии, народ.

По модальности материалы делятся на:

- проблемные – 56%, например: «Коммунисты и единороссы делят Калашникова» (Дождь. 2011. 22. 11), «Мирзаева не выпустили под залог, опасаясь бунта националистов» (Дождь. 2012. 14. 02), «Рэп, поросята и спокойный ОМОН - что было сегодня ночью на Чистых прудах» (Дождь. 2012. 10. 05) и др.;

- фактологические – 24%, например: «Майдан оградил забором от несогласных» (Дождь. 2011. 22. 11), «В Северной Корее началась перестройка» (Дождь. 2012. 16. 04), «В России возрождают пересыльные тюрьмы» (Дождь. 2012. 03. 05.12) и др.;

- негативные – 13%, например: «Жилье – в обмен на голос за «Единую Россию» (Дождь. 2011. 25. 11), «Президента Абхазии пытались взорвать и расстрелять» (Дождь. 2012. 22. 02), «Отдыхающих на Чистопрудном бульваре разогнали с «белыми ленточками» (Дождь. 2012. 07. 05) и др.;

- положительные – 3,5%, например: «Жителям Калининграда отменили визу в Евро-союз» (Дождь. 2011. 14. 12), «В Москве появятся сервисы для электромобилей» (Дождь. 2012. 15. 02) и др.;

- нейтральные – 3,5%, например: «Андрей Фурсенко о своем уходе: Я этого не говорил» (Дождь. 2012. 20. 02), «Смоленский губернатор Антufьев никуда не уходит. Кресло качается под его коллегами» (Дождь. 2012. 20. 04) и др.

Информационный контекст большинства медиатекстов – негативный – 60%, затем идет нейтральный – 32%, и положительный – 8%.

Таким образом, анализ контента новостных выпусков on-line телеканала «Дождь»

позволил реконструировать приблизительный образ адресата. Действительно, в части новостных выпусков это телевидение для людей думающих (доминируют проблемные материалы), прагматичных (наиболее активен тип медиапрезентации «отражение»), общественно-политическое по своей содержательной направленности.

Литература

1. Юровский А.Я. Место телевидения в системе средств массовой коммуникации // Телевизионная журналистика. Учеб. для вузов. 4-е издание / Сост-ли: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, изд-во «Высшая школа», 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text6/25.htm>.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ: учеб. пособие. – М, 2010 – С. 53-54.