

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Новокузнецкий институт (филиал)
федерального государственного бюджетного
образовательного
учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»**

Факультет информатики, математики и экономики

Кафедра экономики и управления

Кузнецова Екатерина Александровна

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ ТЕЛЕВИЗИОННОГО
КАНАЛА**

Выпускная квалификационная работа
(бакалаврская работа)

по направлению подготовки 39.03.01 Социология
направленность (профиль) подготовки «Социология
коммуникаций»

Руководитель ВКР
канд. социол. наук, доцент
Н. В. Демчук

_____ подпись

Работа защищена с
оценкой:

Протокол ГЭК № _____
от «__» _____ 20__ г.

Секретарь ГЭК А. А. Маляр

Новокузнецк, 2020

**Новокузнецкий институт (филиал)
федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»**

Факультет информатики, математики и экономики
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой
_____ Ю.Н. Соина-

Кутищева

« ____ » _____

ЗАДАНИЕ

на подготовку выпускной квалификационной работы
студенту гр. СКа-16-1 Кузнецовой Екатерине Александровне

1. Тема выпускной квалификационной работы

«Особенности коммуникационной деятельности журналистов телевизионного канала» утверждена распоряжением по НФИ КемГУ № 01-14/134 от 15.11.2019 г.

2. Исходные данные: печатные и электронные учебные издания, данные эмпирического исследования, ресурсы сети Интернет.

3. Содержание работы (перечень подлежащих разработке вопросов): рассмотрение теоретико-

методических основ изучения коммуникативной деятельности СМИ, подходов к изучению создания медиасообщений в качестве инструмента коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала, разработка методики исследования особенностей коммуникативной деятельности журналистов телеканалов г.Новокузнецка, изучение особенностей коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала (на

примере авторских программ и новостных сюжетов телевизионных каналов города Новокузнецка).

4.Задание выдано: «18» ноября 2020 г.

5.Срок сдачи выпускной квалификационной работы:

«10» июня 2020 г.

Руководитель канд. социол. наук, доцент _____ Н.

В. Демчук

Студент гр. СКв-16-1 _____ Е. А.

Кузнецова

РЕФЕРАТ

Пояснительная записка 102с., 5 ил., 16 табл., 53 источника, 6 прил.

КОММУНИКАЦИЯ, КОММУНИКАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СМИ, ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ КАНАЛЫ, ЖУРНАЛИСТ, МЕДИАСООБЩЕНИЕ, ДИСКУРС, АВТОРСКИЕ ПРОГРАММЫ

Цель выпускной квалификационной работы - выявить особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов г.Новокузнецка.

Исследование проводилось с помощью методов контент-анализа, драматургического анализа.

В выпускной квалификационной работе были рассмотрены теоретические основы коммуникативной деятельности средств массовой информации, эмпирические исследования, посвященные созданию медиасообщения, рассмотрению новости как элемента дискурса. Было проведено эмпирическое исследование способов формирования смыслов и отражения событий городской действительности в программах новокузнецких телеканалов «ТВН», «10 канал», «Ново-ТВ».

В результате проведенного исследования были получены данные об особенностях коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов г. Новокузнецка, особенностях визуального и речевого формирования смыслов в авторских программах, а также наиболее распространенных на городском телевидении общих, аудиальных и визуальных способах отражения городских событий.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Коммуникативная деятельность СМИ как предмет социологического анализа.....	9
1.1 Теоретико-методологические основы изучения коммуникативной деятельности журналистов средств массовой информации.....	9
1.2 Создание медиасообщений как инструмент коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала.....	20
2 Особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала.....	31
2.1 Программа социологического исследования особенностей коммуникативной деятельности журналистов новокузнецких телеканалов.....	31
2.2 Особенности формирования смыслов в авторских программах как задача коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов города Новокузнецка.....	42
2.3 Особенности отражения городских событий в новостных сюжетах как задача коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов города Новокузнецка.....	59
Заключение.....	81
Список использованных источников.....	86
Приложение А. Бланк анализа авторских программ новокузнецкого телевидения.....	94
Приложение Б. Пример качественного анализа авторских программ телеканалов города Новокузнецка..	95

Приложение В. Инструкция кодировщику.....	96
Приложение Г. Классификатор контент-анализа.....	98
Приложение Д. Бланк контент-анализа.....	100
Приложение Е. Сводная таблица результатов статистического анализа.....	101

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обуславливается тем, что журналистика представляет собой коммуникативную деятельность, выполняющую посреднические функции в обществе: сбор, интерпретацию, анализ, распространение, хранение массовой информации. Основные коммуникативные задачи, которые ставят перед собой журналисты: влияние на принятие решений властными группами относительно общественных процессов и влияние на общественное сознание путем формирования смыслов и репрезентации реальности. Эти задачи решаются посредством создания и интерпретации журналистами социально значимой информации в виде медиасообщений [3, с. 11].

Данную тему стоит изучать потому, что роль журналистов на экране очень значима для аудитории. По данным исследования ФОМ, 51 % опрошенных считает, что журналисты пользуются уважением в обществе, также 28 % опрошенных признают высокий уровень профессионального мастерства журналистов, и 39 % участников опроса отметили положительное влияние на жизнь страны [19]. Индекс доверия россиян журналистам составляет 3,25 балла из 5 [2].

К тому же, несмотря на наличие других источников информации, телевидение остается основным источником новостей. Как следует из опроса «Левада-центра», 59 % граждан верят, в первую очередь, телевидению. На втором месте по уровню доверия находятся интернет-издания (20 %) [50]. Индекс доверия региональному ТВ составил 34 п. при

диапазоне от -100 до 100 п. [22]. Необходимость изучения коммуникативной деятельности журналистов так же подтверждается исследованием режима просмотра и предпочтений телезрителей. По данным опроса, 67 % россиян смотрят телевизор практически каждый день. При этом предпочтение зрителей отдано новостям (67 %) на втором и третьем месте - художественные и документальные фильмы (65 % и 43 % соответственно), далее следуют развлекательные программы (42 %) [19].

Способы отражения реальности и формирования смыслов в медиасообщениях создают достоверный - претендующий на объективность - визуальный, аудиальный и смысловой образ событий, освещаемых телевизионными программами. Особенности их применения дают СМИ обширные возможности для адаптации сообщения под определенную аудиторию.

В настоящее время при обширной базе исследований (Е. В. Сарафанников А. Е. Курилов, А. А. Новикова и др.) имеется нехватка эмпирических исследований, посвященных средствам выполнения основных задач коммуникативной деятельности СМИ (формирование смыслов и отражение реальности посредством медиасообщений).

Проблема выпускной квалификационной работы: каковы особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала?

Объект - коммуникативная деятельность.

Предмет - особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов г. Новокузнецка.

Цель работы - выявить особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов г. Новокузнецка.

Задачи:

1. Проанализировать теоретико-методические основы изучения коммуникативной деятельности журналистов средств массовой информации.

2. Проанализировать подходы к изучению создания медиасообщений в качестве инструмента коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала.

3. Разработать методику исследования особенностей коммуникативной деятельности журналистов телеканалов г.Новокузнецка.

4. Изучить особенности формирования смыслов как задачу коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов (на примере авторских программ телевизионных каналов города Новокузнецка).

5. Проанализировать особенности отражения реальных городских событий в новостных сюжетах как инструмента коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов города Новокузнецка.

Теоретико-методологические основы исследования: теория систем Н. Лумана, концепция общественного мнения Б. А. Грушина, теоретический подход к работе телевидения и журналистики П. Бурдые, дискурсивный анализ власти и доминирования Т. ван Дейка, концепция медиа М. Маклюэна. В работе использовались как общеизвестные монографии, так и научные статьи, раскрывающие сущность объекта и

предмета данной работы (Е. В. Сарафанников, А. Е. Курилов, А. В. Киреева, Е. В. Струкова и т.д.). Обзор современной периодической научной литературы посвящен процессу создания новостей (А. Е. Курилов и др.), функционированию новости как части медиадискурса (Е. В. Сарафанникова и др.) и особенностям творческой работы журналистов при создании медиасообщений (Э. В. Блинова и др.).

В качестве концептуальной основы для категорий качественного анализа авторских программ новокузнецкого телевидения выступили исследования, проведенные А. А. Новиковой [36] и Э. В. Блиновой [6]. В данных публикациях описаны инструментальные возможности СМИ по созданию медиасообщений. Концептуальной основой для категорий контент-анализа в исследовании стало содержание публикаций А. В. Киреевой Е. В. Струковой [25,47]. В данных работах были подробно описаны все составляющие формы и содержания новостных сюжетов, видео- и аудиоэлементы конструирования реальности внутри сюжета.

Методами исследования стали контент-анализ, этнографический анализ с элементами драматургического анализа.

Эмпирические данные исследования составляют новостные сюжеты и авторские программы местных телеканалов: «ТВН», «10 канал», «Ново-ТВ», находящиеся в электронных архивах в общем доступе, за период с 01.03.20 по 20.04.20. Было проанализировано 658 новостных сюжетов и 130 видеозаписей авторских программ.

Научная новизна исследования состоит в разработке количественной методики описания отражения событий

реальности и выявлении особенностей такого отражения на городском телевидении, а также разработке качественной методики анализа формирования смыслов в рамках авторских программ городского телевидения.

Практическая значимость исследования состоит в том, что данная работа может быть применена контент-менеджерами новокузнецких телеканалов для наиболее эффективного использования ресурсов отражения реальности и формирования смыслов в сюжетах, выработки рекомендаций по тематическому, жанровому, визуальному и аудиальному разнообразию телевизионного контента города Новокузнецка.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, первая из которых содержит два параграфа, вторая включает в себя три параграфа, заключения и шести приложений.

Первая глава содержит в себе обзор научной литературы, раскрывающей сущность работы объекта и предмета данной работы. Вторая глава состоит из параграфа, представляющего собой программу социологического исследования, и двух параграфов, содержащих результаты данного исследования. Рассмотрены принципы визуального речевого формирования смыслов на ТВ, границы взаимодействия журналиста и зрителя, роли журналиста в коммуникации в авторских программах журналистов новокузнецкого телевидения. Описаны доминирующие общие, визуальные и аудиальные способы отражения реальных городских событий в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов «ТВН», «10 канал» и «Ново-ТВ».

1 Коммуникативная деятельность телевизионных СМИ

как предмет социологического анализа

1.1 Теоретико-методические основы изучения коммуникативной деятельности журналистов средств массовой информации

Коммуникативная деятельность предполагает целенаправленные действия по вступлению в коммуникацию, ее поддержанию и эффективному завершению. Коммуникация же представляет собой социальное взаимодействие, осуществляемое с помощью информации [26, С. 7]. Коммуникация невозможна без отправителя информации, канала передачи, сообщения, приемника информации, отношений передающей и принимающей сторон. При рассмотрении коммуникации СМИ и общества, характерной чертой информации, транслируемой через масс-медиа, является её универсально-обезличенный, деперсонализированный характер.

В данном параграфе проведен обзор научной литературы, посвященный рассмотрению теоретико-методических подходов к изучению коммуникативной деятельности СМИ (в частности, телевидения). Данная тема является предметом изучения таких дисциплин как журналистика, социология, социальная философия, что говорит о разнообразии подходов к пониманию коммуникации и коммуникативной деятельности различных

групп. Основные задачи обзора теоретических концепций приведены ниже.

1. Определить структуру, элементы и функции телевизионных СМИ.

2. Рассмотреть цели и задачи коммуникативной деятельности телевизионных СМИ.

В обзор вошли теоретические концепции, в которых описывается структура средств массовой информации, принципы их работы, функции и особенности телевизионных СМИ, а также деятельность участников коммуникативного процесса, поддерживаемого СМИ. Структура средств массовой информации объясняется с точки зрения теории систем Н. Лумана. Принципы работы и особенности современных СМИ изложены в тезисах М. Маклюэна и П. Бурдьё. Деятельность СМИ и общественного сознания, как участников коммуникации представлена в концепциях Б. А. Грушина и Т. А. ван Дейка.

В данный обзор не были включены работы, касающиеся медиа-воздействия, аудитории СМИ, а также работы, посвященные исследованию печатных СМИ, так как данные работы не раскрывают задачи обзора.

Поскольку коммуникативная деятельность - это деятельность по осуществлению коммуникации, понятие коммуникации было проанализировано как первичное. Существует множество различных подходов к определению коммуникации. Теория систем Н. Лумана наиболее полно и точно объясняет сущность коммуникации и ее роль в социальных отношениях [41, с. 215-218].

Н. Луман понимает систему, как нечто, отличное по сложности от ее внешней среды. Среда всегда сложнее системы. Система не может сравниться по сложности со своей внешней средой, поэтому она вырабатывает новые подсистемы и устанавливает между ними различные соотношения, чтобы эффективно взаимодействовать со своей средой. Н. Луман говорит об аутопоэзисе - самовоспроизводстве систем. Аутопоэзийные системы обладают следующими четырьмя характеристиками.

1. Они создают базовые элементы, которые составляют систему.

2. Такие системы самоорганизующиеся в двух смыслах: они организуют свои собственные границы и внутренние структуры.

3. Аутопоэзийные системы имеют самонаправленный характер.

4. Аутопоэзийные системы — замкнутые системы. Это значит, что между системой и ее внешней средой нет прямой связи. Вместо этого система имеет дело с представлениями внешней среды. Тем не менее, внешняя среда может нарушать внутренние представления системы.

Н. Луман утверждает, что общество есть аутопоэзийная система. Оно удовлетворяет четырем вышеперечисленным характеристикам: общество производит свои собственные базовые элементы; создает собственные границы и структуры; оно самореферентно и замкнуто. Базовым элементом общества выступает коммуникация, которая порождается обществом. Члены общества обращаются к нему

при помощи коммуникации. Индивид относится к обществу лишь в той мере, в какой участвует в коммуникации или может пониматься как участвующий в коммуникации.

Под психической системой Н. Луман понимает индивидуальное сознание. Психическая система и общество — система всех коммуникаций — имеют общее свойство. Обе системы опираются на значение. Значение отдельного действия есть его отличие от других возможных действий. Значение формирует границу каждой из этих систем. В социальной системе значение есть различие между коммуникацией в пределах системы и шумовыми помехами извне. Психические системы и социальные системы развивались совместно. Каждая из них выступила необходимой внешней средой для другой. Элементами психической системы значений становятся концептуальные представления; элементами социальной системы значений — коммуникации. Поскольку обе системы автопоэзийные, они порождают свои собственные значения из собственных процессов. В психической системе значение связано с сознанием, тогда как в социальной системе оно связано с коммуникацией [30, с.11-13].

Основанная на коммуникации социальная система создает социальные структуры, чтобы разрешить проблему, которую Н. Луман называет проблемой двойной возможности. Двойная возможность связана с тем, что в отношении каждого сообщения должно учитываться то, как оно принимается. Известно, что способ получения будет зависеть от оценки отправителя получателем. Это образует замкнутый круг: получатель зависит от отправителя, а

отправитель от получателя. С точки зрения общества взаимодействия есть эпизоды непрерывных социальных процессов. Каждая социальная система сталкивается с проблемой: она прекратит существовать, если нет гарантии будущей коммуникации. Чтобы избежать разрушения коммуникации, должны быть разработаны структуры, позволяющие более ранние коммуникации связать с последующими [31, с. 217-223].

Таким образом, автопоэзийная социальная система производит собственные базовые элементы; создает собственные границы и структуры; она самореферентна и замкнута. она опирается на собственный круг значений и взаимодействует со своей внешней средой. Средства массовой информации также можно рассматривать, как автопоэзийную систему, так как основной базовый элемент СМИ - это коммуникация посредством медиасообщений. СМИ могут устанавливать и изменять границы своей деятельности, а также создавать новые структуры для взаимодействия с внешней средой.

СМИ также имеют самонаправленный характер и не имеют прямой связи со своей внешней средой. Понимание средств массовой информации, как автопоэзийной системы дает возможность рассматривать коммуникативную деятельность СМИ, как процесс порождения основных элементов данной системы и взаимодействия с внешней средой - общественным сознанием.

В рамках структурно-функционального подхода общество рассматривается как система, состоящая из взаимосвязанных частей или подсистем [26, с. 32]. При этом организация

социальной жизни предполагает поддержание определённого видения людьми социального порядка. Это достигается и посредством деятельности средств массовой информации.

Выделяют следующие функции СМИ:

1. информационная: она предполагает прямое информирование потребителей о событиях, фактах, явлениях; информационное обеспечение инновационных процессов;

2. функция социальной связи: комментирование интерпретацию происходящего; поддержка существующих норм и властных отношений; координация разнонаправленной социальной активности;

3. функция обеспечения преемственности: выражение образцов доминирующей культуры, обеспечение «узнавания» субкультур, новых культурных направлений; укрепление какой-либо общей системы ценностей;

4. рекреативная функция [26, с. 35].

Перечисленные функции СМИ актуальны для медиа, транслирующих информацию в разных формах, в том числе и для телевидения, так как телевидение способно передавать самую разнообразную информацию. Оно может быть использовано как одно из наиболее универсальных средств коммуникации.

М. Маклюэн говорит, что средство коммуникации есть сообщение, а это означает, что личностные и социальные последствия любого средства коммуникации вытекают из нового масштаба, приносимого новой технологией, в жизнь человека [32, с. 6]. Этот факт, характеризующий все средства коммуникации, означает, что «содержанием» любого

средства коммуникации всегда является другое средство коммуникации. Ибо «сообщением» любого средства коммуникации, или технологии, является то изменение масштаба, скорости или формы, которое привносится им в человеческие дела. Именно средство коммуникации определяет и контролирует масштабы и форму человеческой ассоциации и человеческого действия. Воздействие технологии меняет чувственные пропорции, или образцы восприятия, последовательно и без сопротивления [32, с. 8-11].

М. Маклюэн разделяет средства коммуникации на горячие и холодные. Горячее средство расширяет единственное чувство до степени «высокой определенности». Высокая определенность — это состояние наполненности данными. С другой стороны, горячие средства коммуникации оставляют аудитории не очень много простора для заполнения или довершения. Горячие средства характеризуются, низкой степенью участия аудитории, а холодные — высокой степенью ее участия, или достраивания ею недостающего. Такое холодное средство коммуникации, как телевидение, когда оно используется по-настоящему, требует этого вовлечения в процесс. Все средства коммуникации, будучи способными переводить опыт в новые формы, являются действующими метафорами. Слова — своего рода восстановление информации, которое протекает с высокой скоростью и может охватить собой всю среду и весь опыт [32, с. 17-21].

Таким образом, телевидение представляет собой холодное средство коммуникации, содержанием которого

становятся речь, иконические знаки и движения. Поскольку в восприятии телевизионного сообщения участвует несколько органов чувств, это повышает вовлеченность получателя в процесс восприятия.

Создание аудиовизуальных телевизионных сообщений представляет собой сложный процесс взаимодействия большого числа людей. Основная роль здесь принадлежит журналистам. Сущность работы журналистов на телевидении описана в работе П. Бурдые «О телевидении и журналистике» [8].

Журналисты, движимые склонностями, свойственными этой профессии, присущим им видением мира, профессиональными навыками и диспозициями, выделяют из той особой реальности, совершенно особый аспект в соответствии с их собственными категориями восприятия. Журналисты имеют особые «очки», через которые они видят одно и не видят другое, и благодаря которым они видят вещи определенным образом. Они делают выбор и конструируют отобранные ими факты.

В основе их выбора лежит поиск сенсационного и зрелищного. Телевидение склонно к драматизации в двойном смысле этого слова: оно выводит на сцену, изображает то или иное событие и преувеличивает его значение, серьезность, его драматический, трагический характер. То же самое происходит со словами. Необходимо использовать слова, выходящие из ряда вон. В целом, журналистов интересует нечто исключительное, исключительное для них. То, что другим может показаться совершенно банальным, им представляется как нечто экстраординарное и наоборот.

Поиск эксклюзивного, который в других областях порождает нечто оригинальное и единственное в своем роде, здесь приводит к единообразию и банализации.

Символическое действие телевидения частично заключается в привлечении внимания к событиям потенциально интересным для всех, которые можно охарактеризовать как *omnibus*, т. е. для всех. События *omnibus* — это факты, которые никого не шокируют, за которыми ничего не стоит, которые не разделяют на враждующие стороны и вызывают всеобщий консенсус. Они способны заинтересовать всех, не затрагивая важных тем. События хроники происшествий — это своеобразная элементарная и рудиментарная информация, значение которой очень велико, поскольку она интересует всех, не вызывая последствий, и занимает эфирное время. П. Бурдые подчеркивает возможность телевидения скрывать, показывая: показывать не то, не так или преподносить важную информацию, как ничего не стоящую и неинтересную [8].

Значение журналистов в социальном мире связано с их фактической монополией на средства производства широкого распространения информации и, благодаря этим средствам, на доступ простых граждан, а также других производителей культурной продукции к широкому распространению [8, с. 72].

Таким образом, производство телевизионных сообщений, авторских программ или новостей, требует от всех участников соблюдения ряда правил, касающихся цензуры, конкуренции, новизны и минимальных потрясений общественного сознания. Журналисты, как представители

создатели медиасообщений, выбирают темы, персонажей, изображения, которые составляют информационное поле и должны быть интересны аудитории.

Средства массовой информации являются посредником между действительностью и общественным сознанием. Отражение реальных событий является одной из коммуникативных задач средств массовой информации. Создавая новостные сюжеты, СМИ отражают факты реальности, показывают обществу определенные события под определенным углом. Отраженная и представленная в доступной форме реальность становится объектом познания для общества.

Б. А. Грушин рассматривает общественное сознание через призму марксизма и говорит о том, что общественное бытие определяет общественное сознание. «Общественное бытие — это область материальных отношений, к которым относятся, прежде всего экономические отношения, а также отношения людей к природе и все виды общественных отношений, являющиеся по своему характеру материальными» [16, с. 38].

Б. А. Грушин предлагает классификацию типов общественного сознания. На самом фундаментальном и предельно абстрактном уровне расчленения общественного сознания необходимо выделить составляющие, связанные с различными способами и средствами духовного освоения действительности человеком. В составе общественного сознания следует различать три типа простейших составляющих.

А — Элементы сознания, отражающие действительность (образы, восприятия, понятия, позитивные суждения, утопические идеи);

Б — Элементы сознания, выражающие отношение к действительности (переживания, мнения, идеалы);

В — Элементы сознания, совпадающие с активной реакцией на действительность (волевые импульсы, нормы, иррациональные предписания)[16].

Б. А. Грушиным выделены основные аспекты работы общественного сознания — гносеологический и социологический. «Гносеологический аспект предполагает анализ связей и отношений общественного сознания прежде всего с объектом отражения, выяснение того, как совершается общественное познание, в чем состоит специфика его форм в зависимости от способа отражения и т. д. Социологический аспект — это анализ общественного сознания, занимающего определенное место в системе общества и выполняющего специфические функции в общественной жизни. Он открывает возможности для изучения новых связей и отношений данного явления с другими явлениями общественной жизни.

В гносеологическом плане общественное сознание выступает как отражение общественного бытия. Активная, творческая роль сознания раскрывается в ходе социологического анализа. Гносеологический аспект позволяет раскрыть движение от действительности к сознанию, происхождение идей и взглядов, а социологический аспект — переход от сознания к

действительности, реализацию идей и взглядов в жизни общества» [16, с. 98-102].

Таким образом, общественное сознание представляет собой сложно структурированное образование, включающее в себя отношения людей к природе, друг к другу, материальные отношения. Познавательная и деятельностная формы общественного сознания неразделимы. в зависимости от формы познания, отражения действительности или взаимодействия с ней, общественное сознание задействует и сочетает элементы разного происхождения в единой системе действий.

В связи с тем, что в современном мире количество информации и фактов реальности стремительно растет, общественное сознание нуждается в сходных для членов данного общества средствах познания действительности дабы формировать разделяемые крупными общностями, а не отдельными индивидами установки, ценности, отношения к реальности. Инструментом для познания далекой от повседневного быта действительности становятся СМИ.

Коммуникативная деятельность журналистов предполагает наличие властной структуры и авторитета в глазах общества. Благодаря этим структурам возможно выполнение второй коммуникативной задачи средств массовой информации – производства смыслов и поддержание паттернов социального взаимодействия в различных сферах. Как символическая элита, СМИ реализует свою социальную власть через формирование новостного дискурса и контроль над ним.

Т. ван Дейк говорит, что контроль осуществляется не только в отношении дискурса как социальной практики, но и в отношении сознания управляемых, то есть и отношении их знания, мнений, отношений, идеологии, а также личных или социальных репрезентаций [17, с. 26]. В целом, контроль над сознанием является непрямым, подразумеваемым, возможным или вероятным следствием дискурса. Те, кто контролируют дискурс (в нашем случае СМИ), могут косвенно контролировать сознание людей.

А поскольку действия людей управляются их сознанием, контроль над сознанием означает также косвенный контроль над действиями. Установив, как осуществляется контроль над такими параметрами, как контекст и производство дискурса, представляется возможным рассмотреть то, как структуры самого дискурса становятся предметом контроля: что может или должно быть высказано, и как должно быть сформулировано [17, с. 26-30].

Одним из важных условий осуществления социального контроля посредством дискурса является контроль самого дискурса и его производства. Чем менее влиятельными являются люди, тем более ограничен для них доступ к различным формам текстов и речи. Властные группы и их представители контролируют или имеют доступ к бесконечно широкому и разнообразному спектру дискурсивных ролей, жанров, условий и стилей.

Власть реализуется и выражается непосредственно через различия в доступе к различным жанрам, содержанию и стилям дискурса. С помощью селективных инвестиций управления бюджетом, найма, а иногда и с помощью прямого

редакторского воздействия и распоряжений они могут частично контролировать содержание и, по крайней мере, спектр консенсуса или разногласий в большинстве форм публичного дискурса [17, с. 50-52].

Таким образом, символическая власть СМИ выражается в том, что они являются источником и регулятором медиадискурса. Они имеют доступ к реальным событиям и способам формирования нужного представления о них посредством текстов, которые в свою очередь имеют косвенное влияние на сознание, мысли и действия людей.

По итогам обзора научной литературы, касающейся теоретико-методических подходов к изучению коммуникации и коммуникативной деятельности СМИ, структура средств массовой информации описана с точки зрения теории систем Н. Лумана. Исходя из концепции Н. Лумана, средства массовой информации представляют собой автопоэзийную самовоспроизводящуюся систему, основным структурным элементом воспроизводства которой является коммуникация с внешней средой. СМИ выполняют информативную, рекреативную функцию, функции социальной связи и преемственности.

Принципы работы и особенности современных СМИ изложены в тезисах М. Маклюэна и П. Бурдые. Анализ тезисов П. Бурдые и М. Маклюэна показал, что основная цель коммуникативной деятельности телевизионных средств массовой информации - удовлетворение информационных потребностей зрителей и взаимодействие с аудиторией. СМИ достигают данной цели через выполнение следующих задач: 1) отражение реальности и 2) формирование смыслов. В

качестве инструмента достижения целей и задач СМИ используют основные коммуникативные элементы - медиасообщения.

Цель и задачи СМИ по взаимодействию с общественным сознанием представлены в концепциях Б. А. Грушина и Т. ван Дейка. На основе идей Б. А. Грушина и Т. ван Дейка были рассмотрены сущность и элементы общественного сознания, и механизмы осуществления контроля СМИ над процессами познания и отражения окружающей действительности общественным сознанием.

1.2 Создание медиасообщений как инструмент коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала

Поскольку СМИ являются основным институтом, управляющим медиадискурсом, отражение реальности, формирование смыслов и контроль над сознанием аудитории происходит через создаваемые средствами массовой информации медиасообщения. Для понимания того, как создатели медиа вступают в коммуникации со зрителями и поддерживают ее, необходимо ответить на ряд вопросов.

1. Как устроено производство медиасообщений?
2. В какой форме события преподносятся горожанам?
3. Какова роль журналистов в процессе создания медиасообщений?

В рамках данной работы был проведен анализ источников научной литературы, посвященной работе над новостными сюжетами и их влиянию на аудиторию. Основные критерии отбора литературы представляют собой: цели исследований; характер данных; полученные результаты; соотношение с темой данной работы.

В анализ научных публикаций не были включены источники, несущие в себе информацию о технических аспектах съемки и монтирования новостных сюжетов, рецензии на книги по журналистике, рекомендации и пособия для начинающих журналистов по основам журналистики, так как содержание данной литературы не раскрывает ни один аспект обозначенной темы. Также в

обзор не вошли публикации, рассматривающие проблематику функционирования печатных СМИ и радио, так как фокус внимания в данной работе сосредоточен на телевизионных средствах массовой информации.

Научные публикации, касающиеся данной тематики можно разделить на несколько тематических блоков.

1. Работы, концентрирующие внимание на функционировании новости как части медиадискурса.
2. Работы, посвященные процессу создания новости.
3. Работы, в которых описаны особенности творческой деятельности журналистов.

Говоря об исследованиях, входящих в первый тематический блок, стоит заметить сходства взглядов авторов в вопросе влияния новостного дискурса на телеаудиторию. Исследования внутри выделенной группы направлены на изучение милитаризированных дискурсивных практик, транслируемых на федеральном телевидении [46, с. 83]; фильтров и критериев отбора новостей в российских СМИ [42, с. 89]; алгоритмов, этапов и технологий формирования повестки дня российскими СМИ [4, с. 7]; видов средств идеологического конструирования информационного телевизионного дискурса: лингвистический, визуальный и аудио [25, с. 19]; новостного сюжета, как разновидности медиатекста, представляющего собой сцепление аудиальной и визуальной семиотических систем [47, с. 143]; дискурсивной специфики и особенностей и видов телевизионного репортажа, выполняющего функцию речевого воздействия [13, с. 37; 14, с. 325].

Е. В. Сарафанникова определяет авторитетность как одну из основных категорий коммуникации, регулирующую этот процесс, путем влияния на распределение ролей субъектов коммуникации [45, с. 31-34]. Власти необходимо поддерживать свой авторитет в глазах людей, а эффективнее всего это делать через средства массовой информации. Из всего многообразия происходящих в мире событий только малая часть попадает в телевизионные выпуски новостей. Исследователями средств массовой информации используется понятие *newsworthiness* (событийная ценность). Следуя условиям событийной ценности и используя определенные критерии, специалисты производят отбор событий в новостные программы.

Существуют следующие критерии, определяющие факт появления события в выпуске новостей: важность, интерес, дискуссионность, необычность, своевременность, близость. Телевизионное новостное сообщение обладает своими жанровыми характеристиками, напрямую связанными с критериями отбора событий, поэтому целесообразно говорить о наличии внешней объективности, создающейся за счет фактичности, непредвзятости и ясности изложения информации. Кроме того, не стоит недооценивать роль видеоряда, который сам по себе претендует на объективность. Можно сказать, что текст и видеоряд в теленовостях – это два параллельных повествования, но именно в комплексе они наиболее полно раскрывают свой потенциал.

Коммуникация не только осуществляет передачу информации другим лицам, но и определяет отношения

между ними. Функция информирования только на первый взгляд превалирует в телевизионном новостном сообщении. В действительности зритель получает информацию о некоторых происходящих в мире событиях, но эта информация носит интерпретативный, а значит оценочный характер.

Объективность изложения информации, ее достоверность необходимы для функционирования телевизионного новостного сообщения как жанра, и в то же время неотделимы от категории авторитетности, которая самым тесным образом связана с авторитетом власти в глазах зрителя, поэтому в жестких условиях конфликтных ситуаций, каких в настоящее время немало, контроль в сфере массовой информации позволяет власти регулировать данный дискурсивный процесс и тем самым сохранять и поддерживать свой авторитет.

Вторая группа исследований, посвященных созданию новостей, рассматривает модели построения качественного и эффективного сюжета на основе международных стандартов [33, с. 48]; сходства и различия в построении новостных выпусков и новостного контента в разных странах [20, с. 19; 9, с. 217]; типы, специфика новостей на региональном телевидении и требования к ним [10, с. 32]; агентов и стратегии влияния на производство новостей в России и за рубежом [27, с. 82]; особенности современной медиаструктуры [11].

А.Е. Курилов показывает жизненный цикл новости в условиях обновляющегося медиaprостранства [29, с. 391]. Новостное поле, по мнению автора, является неотъемлемой частью общего информационного поля как сложного

ноосферного явления, но ограничено процессами, происходящими в медиасреде, и непосредственно связано с работой и информационными продуктами средств массовой информации.

Информация о факте неизбежно проходит несколько стадий в поле. Факт на начальном этапе становится сообщением лишь после процесса фигурации – придания сообщению метафоричности, некоего образа или фигуры. Появление сообщения о факте в новостном поле превращает его в событие, то есть, сообщение ставит событие «в ряд событий подобного рода», происходит его контекстуализация, оценка на фоне других событий. Теория отражения может быть применена не только для описания механизма передачи информации, но для описания процесса распространения новостей в новостном поле. Факт, ставший новостью, становится достоянием поля и распространяется в нем за счет восприятия новости одним элементом поля от другого. Далее Курилов выделяет стадии жизненного цикла новости.

На первом этапе происходит зарождение новости, то есть идет накопление квантов информации в информационный пакет, который потенциально способен детонировать. На втором этапе новость детонирует, появляется цветок фейерверка, волна получает старт в новостном поле и начинает активно распространяться, отражаясь в различных СМИ и каналах массовой коммуникации.

На третьем этапе начинается процесс угасания новости. Сила волны исчерпывается: информация получила

максимальное распространение в новостном поле, и среди получателей, ретранслирующих новость, преобладают получатели второго и третьего порядка. На четвертом этапе новость перестает активно распространяться в поле в том или ином виде, окончательно трансформируется, редуцируется до одной или нескольких макропозиций и переходит к новому пассивному состоянию – существованию в бэкграунде, в памяти новостного поля.

В третью группу включены работы, ориентированные на наиболее характерные и распространенные жанры телевизионного искусства на региональном ТВ [44]; взаимодействие аудитории и регионального ТВ, необходимость усиления норм саморегуляции и ответственности журналистов за свой труд [6, с. 12]; вероятные пути, по которым может развиваться телевизионная журналистика и условия для совершенствования качества программ регионального телевидения[43]; тенденции развития жанра «трэш-телевидения» [15, с. 76]; рассмотрение форм информационного участия аудитории в создании контента СМИ [12, с. 37; 39, с. 113].

Э. В. Блинова рассматривает трансформацию формы и содержания регионального телевидения [7, с. 11]. Одна из важных и серьезных тенденций на региональном ТВ – стремление помочь широкой аудитории понять суть происходящих в жизни перемен телевизионными средствами. Интересны изменения, происходящие в области жанров. Исследователи регионального ТВ справедливо отмечают «скудость» жанровой палитры на телеэкране.

Действительно, контент регионального ТВ составляют новости, информационно-аналитические программы и сравнительно редкие циклы культурно-просветительских и научно-образовательных программ. Однако внимательный и постоянный анализ региональных программ показывает, что «внутри» этих жанровых форм на экране происходят качественные сдвиги, связанные с новыми задачами воздействия на широкую аудиторию той или иной области. Так, в информационных программах происходит заметное смещение интереса к жизни и к проблемам рядового человека. Стоит отметить, что интерес к рядовому зрителю ведет к локальной конкретизации проблем и событий, к их «усредненности». В свою очередь локализация проблем и событий несет с собой некоторую фрагментарность и снижение уровня анализа общих проблем.

Информационно-аналитические программы демонстрируют сегодня на региональном экране умение «нащупать» проблемное в жизни и по-новому обозначить его в творчестве. Одна из актуальных проблем – взаимодействие местной власти и локального ТВ, а через него и всей региональной аудитории – обозначается в информационно-аналитических программах как стратегическое направление телекоммуникации, а чиновник, представитель местной власти, вносит новые краски в образ телегероя. На региональном экране дистанция между властью и ТВ, властью и зрителями значительно меньше, чем на федеральных каналах. Представители власти чаще появляются на экране и не только информируют о действиях

и решениях, но и анализируют, дают прогнозы развития региона, прямо обращаясь к зрителям.

Поиски новых творческих решений характерны и для научно-образовательных и культурно-просветительских передач. Традиция томского экрана – цикл портретных очерков и зарисовок, где герой – ученый. Профессиональное мастерство таких портретных программ проявляется в просветительско-гуманитарной направленности очерков. Они показывают роль и значение талантливого человека, умеющего жить и решать проблемы, а также стремятся донести до зрителей свое понимание актуальных проблем.

Интересны в творческом плане сложные формы разговорных телепередач, возникающих на основе информационно-аналитических программ. Новизна сложной телеформы в органичном соединении разных элементов драматургии: диалог ведущей с собеседниками в студии, демонстрация документального фильма по теме и его обсуждение с автором фильма, разговор по «Скайпу» с одним из героев фильма, дискуссия экспертов в студии и опрос зрителей составляют единое целое.

Творческие поиски регионального ТВ стягивают «нити» в единый «узел» – герой, проблема, зрители. «Узел» не новый, хорошо и давно известный культуре, искусству, журналистике. Новизна – в выборе и характеристике героев, где герои – не сословия, классы и социальные группы, а сами по себе люди – конкретные индивидуальности и неповторимые личности; в различном жанровом освещении проблем и, наконец, в общем для всех жанров стремлении «втянуть» зрителя в круг непростых, социальных, этических

и эстетических проблем, помочь сделать новые шаги к пониманию того, что происходит в нашей жизни.

В научной литературе проблема отражения событий посредством создания новостных сюжетов изучена достаточно хорошо, однако и здесь находятся области, в которых заметен недостаток эмпирических исследований. К таким областям относятся:

1. особенности отражения городских событий в новостных сюжетах;
2. способы типизации и закрепления системы социальных отношений в сознании горожан посредством авторских программ.

В представленных в обзоре публикациях присутствовали различные методы анализа текстов: контент-анализ, дискурс-анализ, применение разнообразных моделей и классификаций.

Концептуальной основой для категорий контент-анализа в исследовании А. В. Киреевой и Е. В. Струковой стало содержание публикаций [25; 47]. В данных работах были подробно описаны все составляющие формы и содержания новостных сюжетов, видео- и аудиоэлементы конструирования реальности внутри сюжета. В исследовании Е. В. Струковой телевизионный медиатекст рассматривается как сообщение, состоящее из двух компонентов: визуального и аудиального [47, с. 143-149]. Визуальный и аудиальный ряды как любые семиотические системы могут быть охарактеризованы с точки зрения формы и содержания.

Визуальный (зрительный) ряд на телевидении представлен определенной последовательностью кадров,

содержащих изображение. В силу того, что телевизионное действие имеет не только пространственные, но и временные характеристики, понятие «кадр» подразумевает и протяженность во времени, то есть, длительность пребывания изображения на экране. К характеристикам «картинки», оказывающим влияние на содержание «визуального ряда» относятся: 1) масштаб изображения в кадре; 2) визуальная значимость кадра; 3) степень актуализации элементов в кадре.

Звуковой (аудиальный) ряд в телевизионном медиатексте включает «речь», «музыку», «шум». Формальные характеристики использования речи могут быть самые различные. В зависимости от субъекта, который произносит речь, в телевизионном медиатексте выделяются следующие разновидности речи: дикторский комментарий (подводка), авторский комментарий (закадровый текст, стендап), речь героев сюжета (синхроны).

Новостные медиатексты называют также «базовыми текстами» массовой информации, так как в них наиболее полно реализуется одна из главных функций массовой коммуникации – информативная, новостные тексты выделяет совершенно определенный устойчивый формат (новости конструируются по устойчивым моделям), значение новостных текстов в общем потоке массовой информации усиливается благодаря их высокой повторяемости и воспроизводимости.

В качестве концептуальной основы для категорий качественного анализа авторских программ новокузнецкого телевидения выступают исследования, проведенные А. А.

Новиковой [36] и Э. В. Блиновой [7]. В данных публикациях описаны инструментальные возможности СМИ по созданию медиасообщений. В работе А. А. Новиковой представлены размышления о природе телевизионной реальности [36, с. 10-38]. Сила воздействия телевизионного сообщения на зрителя обусловлена тем, что оно, как ни какое другое СМИ, создает иллюзию видения своими глазами, тогда как на самом деле, телевизионное сообщение по пути от источника к получателю проходит серию трансформационных стадий.

В работе были выделены несколько уровней кодирования информации. Первый уровень — уровень реальности: показываемое событие уже закодировано социальными кодами в обстановке, внешности, поведении, речи, макияже, одежде, жестах героев; второй уровень — уровень репрезентации: закодированная социальными кодами реальность дальше кодируется техническими телевизионными кодами, которые включают свет, движение камеры, монтаж, музыку, звук, подбор актеров, диалог); третий уровень — уровень идеологии.

Журналист редко останавливается на этапе фиксации факта. Чаще всего в процессе своей работы он интерпретирует факт, встраивает его в контекст предшествующих, интерпретируя в соответствии с собственным мировоззрением и профессиональными задачами. В результате на телевизионном экране зритель видит эфирное событие, в основе которого может быть ряд фактов, произошедших в реальной жизни, но интерпретированных средствами телевидения.

Для научного взгляда чрезвычайно важно, что телевизионные зрелища можно классифицировать с точки зрения того, какую реальность они отражают. В качестве критерия структуризации эфирного контента автор работы предлагает оценивать наличие в эфирном событии трех «сфер»: «сферы реального» (реальные люди в реальных обстоятельствах), «сферы фиктивного» (вымышленные персонажи в вымышленных обстоятельствах) и «сферы игрового» (реальные люди в вымышленных, искусственно созданных обстоятельствах). В зависимости от баланса реальности, фиктивности и игры каждая программа занимает свое место в треугольной системе координат.

Телевидение осуществляет процесс интерпретации реальности, который предстает в форме кодирования реальности, как обозначает это Дж. Фиск, или производства знаков [52], по формулировке В. И. Михалковича, во всех программах [35]. Телевидение не столько дает целостное представление о реальности, сколько задает систему ценностных ориентаций, находящую свое воплощение в поведении разного рода экранных персонажей, в оценках экспертов и т. п. Они всегда типизируют сложившуюся систему общественных отношений, предлагая зрителю либо эталоны, требующие подражания, либо ситуации, подвергаемые общественному осуждению.

Эталонность обусловлена особой природой экрана, берущего «в рамочку» тот или иной факт или явление его назидательностью (наставительностью, нравоучительностью). Совокупность производимых журналистами смыслов можно назвать «журналистской картиной мира», и определить ее

как образ мира, создаваемый средствами массовой информации в результате коммуникационного взаимодействия.

Таким образом, по результатам обзора научной литературы были выяснены особенности функционирования новости как части медиадискурса, специфика процесса создания новости и особенности творческой деятельности журналистов на региональном и городском телевидении.

Как составная часть медиадискурса, новость представляет собой созданное с определенной целью сообщение, адресованное массовой аудитории. Такое сообщение должно удовлетворять критериям новостной ценности, быть информативным, объективным, понятным зрителю и поддерживать авторитет создателей сообщения. Посредством отбора новостных материалов и семиотических систем их представления, СМИ формируют повестку дня и воздействуют на зрителя, вкладывая определенные смыслы в новостные сюжеты.

Процесс создания новости по итогам обзора научной периодики представляет собой творческий процесс по интерпретации реального события и адаптации его содержания для восприятия большого числа зрителей. Такая интерпретация возможна благодаря правильному подбору жанра освещения новости, последовательности новостных рубрик с учетом специфики аудитории.

Творческая работа журналистов регионального телевидения предполагает набор разнообразных компетенций таких, как умения найти проблему, адаптировать ее под потребности аудитории, нетривиально

продемонстрировать ее и предложить вариант ее развития или решения. Журналисты сами формируют контент своих авторских программ, основываясь на работах предшественников и социальной обстановке в регионе. При малом жанровом разнообразии программ, у журналистов есть довольно большой перечень инструментов формирования смыслов и отображения реальности.

Итак, коммуникативная деятельность журналистов телевизионного канала представляет собой действия по поддержанию коммуникации СМИ и общества. Медиасообщение, как инструмент коммуникации системы СМИ с общественным сознанием, создается усилиями журналистов, которые располагают арсеналом формальных и содержательных средств представления информации в наиболее доступном для аудитории виде. Основные задачи таких сообщений – это отражение окружающей горожан действительности в новостных сюжетах и формирование смыслов, и поддержание паттернов взаимодействия в авторских программах. Выполнение поставленных задач коммуникативной деятельности происходит за счет подбора жанра, темы, визуальных и аудиальных характеристик общения, а также через подбор телегероев, драматургических сценариев и способов участия зрителя в коммуникации.

2 Особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала

2.1 Программа социологического исследования особенностей коммуникативной деятельности журналистов новокузнецких телеканалов

Актуальность исследования обусловлена тем, что региональное и городское телевидение не может соперничать с федеральным по масштабу событий и охвату аудитории, однако, именно локальное телевидение отражает наиболее актуальные и интересные для данной местности темы, формирует интересы горожан, транслируя им оригинальные передачи. Новости, авторские проекты и их тематика создаются журналистами. Они играют ключевую роль в процессе коммуникативной деятельности СМИ, так как именно они вступают в диалоги не только с героями передач, но и со зрителями. Малоизученными в социологическом аспекте остаются вопросы о том, что делают журналисты средств массовой информации в процессе коммуникации с аудиторией? Как они вступают в коммуникацию? Что они хотят донести до аудитории? С помощью каких средств и приемов они это делают?

Проблема исследования: каковы особенности коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала?

Объект эмпирического исследования – коммуникативная деятельность журналистов телевизионного канала.

Предмет исследования – особенности коммуникативной деятельности журналистов региональных телевизионных каналов г. Новокузнецка.

Коммуникативная деятельность в выпускной квалификационной работе - деятельность по применению коммуникативной компетенции в процессе восприятия и /или порождения речи в целях решения коммуникативной задачи в определенной сфере деятельности [28].

Акт коммуникации (речевой акт) – единица сообщения, обладающая смысловой целостностью и могущая быть воспринятой слушающим в данных условиях языкового общения [1].

Репрезентация смыслов в процессе коммуникативной деятельности - опосредованное, «вторичное» представление первообраза и образа, идеальных и материальных объектов, их свойств, отношений и процессов [40].

Исследование коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов г. Новокузнецка проводилось в два этапа.

1. Изучение особенностей отражения городских событий в новостных сюжетах телекомпаний города Новокузнецка как результата коммуникативной деятельности журналистов.

2. Изучение способов репрезентации смыслов в авторских программах журналистами новокузнецкого телевидения как деятельности по порождению речи в целях решения коммуникативной задачи в определенном акте коммуникации.

Цель исследования 1-го этапа – описать способы репрезентации смыслов журналистами в авторских программах новокузнецкого телевидения.

Задачи:

1. Определить средства речевого формирования смыслов в рамках авторских передач журналистами новокузнецкого телевидения.

2. Изучить средства визуального формирования смыслов в рамках авторских передач журналистами новокузнецкого телевидения.

3. Определить границы взаимодействия журналистов и аудитории в рамках авторских передач новокузнецкого телевидения.

4. Выявить основные роли журналиста в процессе формирования смыслов.

Исследовательские предположения:

а) речевое формирование смыслов происходит за счет типа речевого акта, формы, содержания и структуры сообщения;

б) в визуальном отображении телевизионной реальности помогают обстановка, внешний вид участников, дополнительные материалы (фото, видео);

с) границы взаимодействия журналиста и зрителя связаны со временем выхода, продолжительностью передачи и показанным пространством;

д) в процессе формирования смыслов журналист управляет коммуникацией: как с героями программы, так и со зрителями.

Стратегия исследования – типологически репрезентативное исследование, предполагающее, что в работе представлены объекты, репрезентирующие разные типы исследуемой ситуации.

Метод исследования – этнографический анализ текста с элементами драматургического подхода.

Инструментарий анализа включает категории измерения звука (этнография речи) и изображения (драматургический анализ)(см. приложение А).

Ситуация коммуникативного акта определяется как спектакль, это предполагает особую логику ее анализа. Поведение индивидов объясняется не столько их личными качествами, сколько характером спектакля и играемыми в нем ролями. Спектаклями являются многие формы социального взаимодействия. Специфика ситуации спектакля состоит в том, что, зная ситуацию, можно довольно точно предвидеть дальнейший ход событий и понимать логику поведения, вовлеченных в нее людей. Поскольку ситуация съемок телевизионной программы представляет собой социальный спектакль, включающий в себя актеров, декорации и определенный сценарии, с помощью драматургического анализа визуального ряда будет возможно рассмотреть внешние условия коммуникации и визуальное отображение предмета коммуникации [21, с. 48].

Этнография речи, в свою очередь, даст подробное описание формы, содержания и особенностей вербальной коммуникации, а также позволит выявить основные культурные послышки, зашифрованные в сообщениях массовой коммуникации телевизионного шоу с аудиторией [34. с. 135].

Категории драматургического анализа

1. Название спектакля - категория для понимания контекста и предотвращения погрешности в интерпретации ситуации, исходя из содержания программы и аннотации к ней.

2. Декорации спектакля - дают дополнительную, невербальную информацию. Окружающая телегероев обстановка, запечатленная на экране во время программы.

3. Костюмы актеров - облегчают внешнюю идентификацию и определение названия спектакля, а также статуса героя. Анализу подлежат внешний вид и личные предметы/атрибуты.

4. Границы спектакля - ограничение игры во времени и пространстве. Определяется длительность / продолжительность программы или ее части, протяженность действий во времени, а также количество и качества локаций спектакля.

5. Аудитория спектакля и ее структура - определение потенциальной зрительской аудитории, на кого направлена данная программа, кому она была бы интересна.

Категории этнографического анализа

1. Регулирование, сцена - физические обстоятельства, категории локаций, в которых происходит коммуникация.

2. Участники - говорящие, отправитель, адресант, слушатель, получатель, аудитория, адресат. Перечисляются все участники коммуникации и их роли.

3. Итоги - предназначение, цели, результаты.

4. Последовательность действий - форма и содержание сообщения. Записывается краткий пересказ содержания программы с описанием формы речи.

5. Тональность - тон, манера речи. Описываются тон голоса, интонации, эмоциональность высказываний, характерные паралингвистические знаки.

6. Инструменты - канал (вербальный, невербальный, физический), формы речи, заимствованные из репертуара сообщества. Описываются все каналы передачи информации с характерными примерами, специфические для определенной деятельности или темы слова и сочетания слов.

7. Нормы интеракции и интерпретации, специфические особенности речи. Описывается порядок взаимодействия участников программы между собой и со зрителями.

Характер эмпирических данных. Эмпирические данные представляют собой выпуски авторских программ, транслируемые на новокузнецких телеканалах («ТВН», «Ново-ТВ», «10 канал»), продолжительностью от 2 до 30 минут, под авторством различных журналистов, собранные за период с 01.03.2020 по 20.04.2020.

Тип выборки - целевая, ограниченная временным периодом (01.03.2020 - 20.04.2020). Выбраны для анализа авторские программы, которые выходят в эфир новокузнецкого телевидения на постоянной основе.

Единица отбора - случай (видеоролик авторской программы на новокузнецком телевидении).

Критерии отбора авторских программ:

1. авторство, принадлежащее новокузнецким журналистам (программы выходят в эфир только на телевидении Новокузнецка и созданы новокузнецкими журналистами);

2. выход программы в период исследования (программа не является архивной или приостановленной, она транслировалась с 1.03.2020 по 20.04.2020 и позднее);

3. доступ к видеоролику в сети интернет (программа доступна к просмотру на сайте или на YouTube-канале телекомпании);

4. наличие уникальной структуры в программе (структура программы не приближена к выпуску новостей);

5. степень неоднородности содержания программы (изменчивость речевых и визуальных параметров программы).

В перечень проанализированных видеороликов вошли следующие программы.

1. «10 канал»: «Самое время день», «Строчилка», «Начистоту», «Памяти героев».

2. «ТВН»: «Квартира №50», «Кулинарная магия», «Вперед, товарищи на дачу!», «7 дней», «Все обо всем».

3. «Ново-ТВ»: «С песней к Победе», «Первая студия», «Дети.RU», «Благовест», «Диалоги о войне».

Объем выборки -130 видеороликов.

Временной период исследования: март-май 2020 года.

Инструментарий - бланк этнографического анализа текстов с элементами драматургического подхода.

Схема анализа данных. На начальном этапе анализа видео просматривается, описываются условия коммуникации, декорации, костюмы участников и временные и пространственные границы действий. Все данные заносятся в бланк. Далее видео просматривается еще раз, описываются особенности речи всех участников программы, делаются выводы о целях, средствах и итогах коммуникации, как в рамках программы, так и за ее пределами. Далее производится анализ содержания заполненных бланков, проводятся процедуры интерпретации и уплотнения содержания программ. Методом обобщения выявляются типичные признаки и сходные процессы в различных программах (см. приложение Б).

Метод проверки достоверности полученных данных - триангуляция источников.

Цель 2-го этапа исследования - описать особенности отражения городских событий в новостных сюжетах телекомпаний города Новокузнецка.

Задачи:

1. Определить доминирующие темы новостных сюжетов городских телеканалов.
2. Определить основные жанры новостных сюжетов городских телеканалов.
3. Выявить доминирующие визуальные способы отражения городских событий для каждого телеканала.
4. Выявить доминирующие аудиальные способы отражения городских событий для каждого телеканала.

5. Выявить взаимосвязь жанра и визуальных способов отражения городских событий в новостных сюжетах новокузнецких телекомпаний.

6. Выявить взаимосвязь темы и аудиальных способов отражения городских событий в новостных сюжетах новокузнецких телекомпаний.

Гипотезы исследования:

a) доминирующим жанром для новостных сюжетов городских телеканалов является репортаж;

b) контент новокузнецких СМИ представлен, в большей степени, обзором действий / работ, происходящих в городе;

c) в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов доминирующим типом является видео комментариев, снятый средним и общим планом;

d) наиболее распространенными аудиальными способами отражения городских событий являются синтаксически усложненный пересказ новости журналистом и использование прямой речи героя сюжета.

e) в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные визуальные способы отражения реальности в зависимости от изменения жанра сюжетов;

f) в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные аудиальные способы отражения реальности в зависимости от изменения темы сюжетов.

Теоретическая интерпретация понятий

Отражение действительности – стремление человека не только удовлетворить свои естественные потребности, но и понять объективные связи вещей сами по себе [38].

Новость – новое сведение, известие, сообщение о важнейших событиях в стране и мире [37].

Сюжет новости – движение событий, мыслей, переживаний, в которых и раскрываются человеческие характеры, судьбы, противоречия, общественные конфликты [48].

Жанр журналистики – исторически сложившаяся модификация отображения реальной действительности, обладающая набором повторяющихся сходных содержательно-формальных (жанровых) признаков [18].

Тема новостного сюжета – предмет описания, изображения, исследования, разговора и т. д. [51].

Кадр – изображение части пространства, заключенное в рамках экрана и видимое в каждый данный момент [23].

Морфосинтаксические приемы построения новостного сюжета – приемы, которые связаны с правилами формирования языковых структур, но на разных уровнях. Морфология – это ментальная система, связанная с образованием слов, которая изучает компоненты слов; синтаксис изучает способы объединения слов во фразы и предложения.

Лексико-семантические приемы построения новостного сюжета – приемы, основанные на элементах системы лексики и семантики данного языка, находящихся в закономерных отношениях и образующих смысловую целостность.

Эмпирическая интерпретация понятий

Категории анализа:

1. Жанры журналистские:

1.1 Репортаж.

- 1.2 Интервью.
2. Виды комбинаций текста и видео в новостном сюжете:
 - 2.1 Совпадение.
 - 2.2 Смещение.
 - 2.3 Косвенная связь.
3. Виды подачи видео материала в новостном сюжете:
 - 3.1 Ведущий в кадре.
 - 3.2 Интервью, беседа.
 - 3.3 Видеоряд в сюжете или частичном закрытии.
 - 3.4 Видео комментариев в сюжете.
 - 3.5 Стэндап в сюжете.
 - 3.6 Графика.
4. Визуальная значимость кадра:
 - 4.1 «Фигура».
 - 4.2 Фон.
 - 4.3 «Ключевой кадр».
 - 4.4 «Нейтральные кадры».
5. Масштаб картинки:
 - 5.1 Общий план.
 - 5.2 1-й средний план.
 - 5.3 2-й средний план.
 - 5.4 Крупный план.
 - 5.5 Деталь.
6. Виды подачи аудиоматериала:

- 6.1 Подводка ведущего.
- 6.2 Закадровый голос автора.
- 6.3 Голос автора (журналиста) в кадре.
- 6.4 Стэндап, интервью.
- 6.5 Голос героя материала, очевидца, специалиста и так далее.
- 6.6 Лайф.
- 6.7 Фоновые шумы.
- 6.8 Музыкальное сопровождение.
- 7. Морфосинтаксические приемы:
 - 7.1 Порядок слов в конструкциях с сочинительными союзами.
 - 7.2 Факт усложненности или упрощенности синтаксиса.
 - 7.3 Использование прямой речи.
 - 7.4 Употребление восклицательных и вопросительных конструкций для выражения мнения и оценки.
 - 7.5 Повторение синтаксических конструкций, синтаксическая анафора для усиления желаемого эффекта.
- 8. Лексико-семантические приемы:
 - 8.1 Употребление слов и словосочетаний с оценочным значением.
 - 8.2 Использование идеологической лексики.
 - 8.3 Противопоставление.
 - 8.4 Подтекст, предположения, намеки.

8.5 Игра оттенками смысла с помощью синонимов и перифразов.

8.6 Использование стилистических приемов.

Метод исследования - контент-анализ. Данный метод целесообразен, если требуется высокая степень точности при сопоставлении однопорядковых данных. Далее, когда достаточно много материала, чтобы оправдать усилия, связанные с его количественной обработкой, когда текстового материала не только достаточно, но столь много, что его нельзя охватить без суммарных оценок [53]. Исходя из задач исследования, можно видеть, что для достижения цели необходим анализ формы и содержания довольно объемного массива текстов, а также частотность присутствия определенных характеристик, что возможно только в рамках контент-анализа.

Единица анализа - новостной видеосюжет, созданный одним из телеканалов.

Единица счета - признак новостного сюжета, созданного одним из телеканалов.

Характер эмпирических данных: данные представляют собой видеозаписи длиной от 35 секунд до 9 минут, расположенные на сайтах («ТВН», «10 канал», «Ново-ТВ»). В сюжетах присутствует видеоряд и голосовое сопровождение (текст новости).

Объем выборки составил 658 новостных сюжетов, новокузнецких телеканалов: «ТВН», «10 канал», «Ново-ТВ», - за период с 1.03.2020 по 20.04.2020.

Характеристики телеканалов

1. Телеканал «ТВН» представляет собой самостоятельный канал на новокузнецком телевиденье, который существует с 2008 года. Канал вещает ежедневно и круглосуточно. Контент «ТВН» представлен различными передачами: «Новости ТВН», «Судный день», «Кулинарная магия», «Квартира 50» и др.

2. Телеканал «10 канал» делит экранное время с федеральным каналом «РенТВ» и выходит в эфир только в определенное время: ежедневно 6:00 – 7:30, 12:30 – 13:00, 19:00 – 19:30. Телеканал вещает с 1995 года. Контент телеканала составляют такие программы, как «Начистоту», «Строчилка», «Самое время день», «Новости» и др.

3. Телеканал «Ново-ТВ» покупает эфирное время. Он в течение двух с половиной часов ежедневно занимает эфирное время на телеканале «ТВН». Экранное время разделено на 2 периода с 8:00 до 9:00 и с 18:30 до 20:00. «Ново-ТВ» впервые вышел в эфир в 1991 году. Контент канала состоит из программы новостей, передач «Народная погода», «Благовест», «Рецепт здоровья», «Разговор за кулисами», «Открытый совет» и др.

Временной период исследования: март-апрель 2020 года.

Инструментарий - бланк контент-анализа, классификатор, инструкция кодировщику (см. приложения В, Г, Д).

На первом этапе исследования создается общее представление о сюжете. Далее в бланк контент-анализа заносятся сведения о теме, жанре, длительности сюжета, наличии/отсутствии визуальных и аудиальных приемов отражения социальной реальности, после чего создается база

данных, содержащая все полученные наблюдения. Далее проводится статистический анализ полученных данных по приведенной ниже схеме.

Схема анализа данных

1. Рассчитать относительную долю каждого признака в общем массиве данных.(см. приложения Е)
2. Рассчитать распределение признаков по телеканалам.
3. Выявить связи между признаками с помощью критериев Хи-квадрат, и V-Крамера.

2.2 Особенности формирования смыслов в авторских программах как задача коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов города Новокузнецка

В параграфе представлены результаты исследования способов репрезентации смыслов в авторских программах журналистами новокузнецкого телевидения как деятельности по порождению речи в целях решения коммуникативной задачи в определенном акте коммуникации.

В качестве эмпирической базы исследования для качественного анализа выступили видеозаписи авторских программ новокузнецких телеканалов «Ново-ТВ», «ТВН» и «10 канал». Программы длительностью от 2 до 30 минут, с периодичностью выхода раз в день, раз в неделю, раз в две недели, раз в месяц. В ходе исследования было

проанализировано 130 видеороликов за период 1.03.2020 – 20.04.2020.

В процессе проведенного исследования были изучены средства визуального и речевого формирования смыслов в рамках авторских передач новокузнецкого телевидения, определены границы взаимодействия журналистов и аудитории и выявлены основные роли журналиста в процессе формирования смыслов в рамках авторских передач новокузнецкого телевидения.

Для анализа средств речевого формирования смыслов журналистами в авторских передачах новокузнецкого телевидения был применен этнографический анализ речи персонажей. В таком речевом событии, как телепрограмма основополагающим является определение формы сообщения, следующий элемент - структура сообщения и самая простая составляющая - отдельный речевой акт и его содержание.

По форме авторские программы можно разделить на монологические («Благовест», «Все обо всем», «Памяти героев»), диалогические («Квартира №50», «Кулинарная магия», «Строчилка», «7 дней») и полилогические («Первая студия», «Начистоту», «Самое время день»). В зависимости от выбранной журналистом формы программы изменяется структура, построение речевых актов, содержание сообщений и степень участия зрителя в коммуникации.

В программах с монологической речью, журналист сообщает зрителям разного рода информацию. Зритель же может только воспринимать транслируемое сообщение. К примеру, в программе «Все обо всем», постоянный ведущий в течение двух минут рассказывает об интересных фактах и

редких явлениях. Информация в таких программах имеет четкую структуру и носит справочный характер. Предполагаемые смыслы и знания даются зрителю в готовом виде.

В начале программы ведущий задает вопрос: слышали ли вы словосочетание «золотые волосы»? Далее он говорит, что это выражение применимо не только к блондинкам, и рассказывает о структуре человеческого волоса, в которой есть золото. Затем, ведущий говорит, что по волосам можно определить многие параметры человека. Далее ведущий говорит об особенностях роста и ухода за волосами у мужчин и женщин. В конце программы пословица: «Не гребень в волосы чешет, а время» («ТВН», «Все обо всем», 27.03.2020).

Из данного фрагмента анализа видна структура сообщения. В начале программы присутствует обращение к зрителям как анонс темы разговора. Далее описывается причина возникновения данного явления, его особенности и возможности. Завершает программу емкое высказывание в виде пословицы или поговорки.

Похожим образом построена программа «Памяти героев» на «10 канале». Приглашенный гость-новокузнецчанин кратко рассказывает о военных подвигах новокузнецких фронтовиков.

Говорящий ведет монолог о военном подвиге героя сюжета Алексея Барвинского. В начале ролика озвучивается имя героя, его звание и военные заслуги. Далее идет рассказ о военном подвиге героя. Рассказ

завершается темой смерти героя и присвоенных ему наград («10 канал», «Памяти героев», 15.03.2020).

Все сообщения в данной программе построены по подобной схеме. Несмотря на то, что говорящие имеют различные речевые и демографические различия, структура сообщения остается неизменной. Поскольку вербальная составляющая в таких программах лаконична и жестко структурирована, важная роль уделена визуальному наполнению и отображению предмета речи.

Так, в начале программы с монологической речью журналиста, ведущий озаглавливает тему своего выступления в форме вопроса или короткого предложения. Затем перечисляются характеристики и особенности предмета коммуникации, после чего образно или ритуально завершается монолог. В это же время на экране меняются зрительные образы, дополняющие монолог. Цель таких программ справочно-познавательная. Аудитория данной программы является адресатом без возможности обратной связи. Смыслы, транслируемые в программах монологического типа, наиболее просты к усвоению зрителем, так как они предполагают только запоминание информации.

Программы, в которых происходит диалог между ведущим и гостем, предусматривают в большей степени вербальную коммуникацию. В основе таких программ содержание разговора («Первая студия», «7 дней»). Часто такие программы строятся по типу интервью или беседы. В таких авторских программах так же есть определенная схема построения коммуникации, однако она не столь

формализована, как при монологическом выступлении журналиста.

В программе «Первая студия» приглашенные гости отвечают на вопросы ведущей. Содержание программы выглядит примерно так: *в начале, ведущая приветствует зрителей и представляет гостей программы, называя их имена и должности. Далее коммуникация протекает в жанре интервью. Первый вопрос ведущего касался того, насколько ново введение дистанционного обучения. Директор 99 школы ответила, что эта программа не новая, что эта программа уже давно существует во всех школах, где есть интернет. Далее, ведущая поинтересовалась о том, как цифровая система «Школа 2.0» работает в 99 школе. Директор рассказала про посещение или непосещение по определенным причинам, которые фиксируются и устраняются педагогами. Что касается школ, в которых нет возможности пользоваться онлайн ресурсами для проведения занятий, они переходят на оффлайн формы обучения, которых тоже достаточно много. Профессиональное образование таким же образом переходит на дистанционное обучение («Ново-ТВ», «Первая студия», 19.03.2020).*

Неизменным в построении такой коммуникации является вопросно-ответный комплекс, где ведущий задает вопросы, а гости отвечают. Количество и характер вопросов определяются темой разговора. Также в программах с диалогом участников можно выявить определенный перечень терминов и сочетаний слов, характерных для определенной темы или рода деятельности. В вышеупомянутой программе

использовались конструкции, характерные для тематики дистанционного школьного образования: «дистанционное обучение, «Школа 2.0», образовательные платформы, смарт-уроки, электронная школа, электронный дневник и т. д. («Ново-ТВ», «Первая студия», 19.03.2020).

В диалогических программах демонстрируется процесс получения нового знания через заготовленные заранее вопросы для компетентных лиц. Визуальное оформление таких программ достаточно скромное, так как основная цель таких программ – содержание коммуникации. На новокузнецком телевидении существуют программы в формате диалога, в котором как ведущий, так и гость могут задавать друг другу вопросы и обмениваться репликами вне определенного сценария или же с малой долей стандартизации вопросов. Примерами таких программ служат авторские программы «Квартира № 50», «Кулинарная магия», «Строчилка». Целью таких программ может быть, как развлечение зрителя, так и ознакомление с необычной информацией.

В начале программы предисловие о самоизоляции и коронавирусе и отсылка на литературных персонажей. После, ведущий представляет гостей программы и рассказывает о снятом ими видеоклипе. Далее этот клип демонстрируется. Затем, участники клипа задают вопрос ведущему, кто ему больше понравился. После, ведущий спросил о причинах возникновения клипа и распределении ролей. Далее следовал рассказ о работе над клипом. Далее, речь шла о причинах популярности клипа, о значении юмора в жизни и в данный момент. После, гость предоставил топ

шуток про самоизоляцию. Далее, ведущий предоставил подборку картинок с котиками. После, гости дали несколько советов, как бороться с хандрой во время самоизоляции. («ТВН», «Квартира №50», 10.04.2020).

В отличие от формата «Первой студии» и «7 дней», где обсуждаются в первую очередь проблемные вопросы, формат «Квартиры №50» и «Кулинарной магии» направлен на более творческий и развлекательный характер диалога. В процессе беседы обе стороны общаются с помощью бытовых форм речи. Специфические и официальные формы предложений и сочетания слов практически не используются. Также в подобных программах могут быть использованы визуальные материалы.

Так, авторские программы новокузнецкого телевидения, построенные на диалоге ведущего и гостя передачи, представляют собой вопросно-ответный комплекс высказываний. Уровень свободы участников коммуникации зависит от назначения программы. В программах аналитического характера предполагается закрытый перечень вопросов от ведущего и развернутые ответы гостя. Отклонения от данной схемы минимальны.

В программах развлекательного характера структура коммуникации между ведущим и гостем может быть гибкой и изменчивой. В связи с этими различиями у зрителей меняется восприятие транслируемых сообщений, появляется возможность классификации диалога по степени пользы или интереса. Процесс формирования смыслов частично демонстрируется зрителю, так как он происходит во время коммуникации журналиста и гостя программы. В данной

коммуникации зритель также не может принимать активное участие, однако здесь зритель должен не просто воспринять сообщение, но уже обработать полученную информацию и сформировать к ней определенное отношение.

Полилогические программы встречаются на новокузнецком телевидении значительно реже, чем монологические и диалогические. Полилогические программы представляют собой диалог между ведущим и гостем, в который могут вступить зрители путем звонков и сообщений. Такие программы ведутся в прямом эфире, и зрители, которые смотрят данную программу, могут задать вопрос гостю программы или дать комментарий. Присоединение зрителей к коммуникации происходит, как правило, в программах аналитического характера, где обсуждаются важные и проблемные для определенных групп населения вопросы.

В качестве примера такой программы можно привести следующий фрагмент программы «Начистоту»: *в начале программы ведущая представляет гостя и анонсирует тему встречи. Далее, напоминает, что программа выходит в прямом эфире и дает номера телефонов для звонков и СМС-сообщений. (...) После, ведущая зачитала вопрос от зрителя, касательно температурного режима. Гость дал комментарий. Следующий вопрос зрителя касался температуры воды в кране. Следующий вопрос о теплосбережении. Гость ответил на все присланные вопросы. (...). В конце программы, ведущая читает сообщения от зрителя, посвящённое похолоданию в квартире. После чего гость ещё раз проговаривает*

алгоритм устранения проблемы. После этого ведущая благодарит гостя за беседу, программа заканчивается («10 канал», «Начистоту», 13.03.2020).

Форма общения остается такой же, как при двухстороннем диалоге в соответствии с назначением программы. Прием звонков в эфир осуществляется так: ведущий приветствует звонящего, просит представиться и озвучить вопрос. Как только звонящий выполняет инструкцию, звонок отключается.

Так, программы, в которых предусмотрен полилог между ведущим, гостем программы и зрителями, имеют отличие от простого диалога ведущего и гостя, которое заключается в активной роли зрителя в коммуникации. Наличие третьего участника не влияет на порядок действий, структуру коммуникации и процесс формирования смыслов в программе. Основное отличие в том, что зрителю предоставляется возможность принять участие в данном процессе, задав свой вопрос.

Таким образом, средства речевого формирования смыслов в рамках авторских программ новокузнецких телеканалов представлены в форме монолога журналиста, диалога журналиста и гостя программы, а также полилога гостя, журналиста и зрителей.

С формой сообщения изменяется его структура. Для монолога характерен стандартизованный легко заметный план рассказа. Диалоги и полилоги схожи в вопросно-ответной структуре, однако, на новокузнецком телевидении присутствуют программы в формате диалога, где взаимодействие участников менее формализовано. По мере

возрастания количества участников коммуникации, изменяется коммуникативная роль зрителя от простого восприятия до активного участия.

Смыслы, формируемые в программах разного типа, преподносятся зрителю в разной форме: в монологических программах дан готовый шаблон с первичной информацией; в программах с диалогом, смыслы формируются в процессе коммуникации телегероев; полилогические же передачи позволяют зрителю принять опосредованное участие в такой коммуникации, а, следовательно, в формировании смыслов. Исследовательское предположение о том, что речевое формирование смыслов происходит за счет типа речевого акта, формы, содержания и структуры сообщения, подтвердилось.

Вторая исследовательская задача состояла в изучении средств визуального формирования смыслов в рамках авторских передач журналистами новокузнецкого телевидения. Визуальная репрезентация реальности выполняется при помощи декораций на съемочной площадке, костюмов персонажей, а также различных вставок в виде картинок и видеокадров. Для анализа средств визуального отображения предмета коммуникации в рамках авторских передач журналистов новокузнецкого телевидения был применен драматургический анализ.

Декорации съемочной площадки одни из первых привлекают взгляд зрителя. Они участвуют в создании первого впечатления о программе. Организация пространства в различных по назначению программах отличается. К примеру, место, где снимают программу

«Диалоги о войне» выглядит так: в центре стоят два узких длинных стола, соприкасаясь и образуя прямой угол, по одной стороне которого сидит ведущий, а по другой - постоянный гость. Видимая часть стола под столешницей обтянута красной тканью, скрывающей небольшой столик, на котором стоит плазменный телевизор с заставкой программы. Позади ведущего стоит серый шкаф - этажерка, на полках которого стоят книги в разных переплетах с пожелтевшими страницами. Позади обоих участников стоит большая ширма с красным полотном, на котором изображены солдаты. С обеих сторон ширмы висят плотные темно-синие шторы. На столе, рядом с гостем стоит подставка для бумаг, на которую он, по мере продвижения рассказа, ставит картинки - иллюстрации (карта военных действий, карта местности, картина художника, икона, изображение награды)» («Ново-ТВ», «Диалоги о войне», 3.04.2020).

Декорации программы «Вперед, товарищи на дачу!» представляют собой следующее: дом с деревянными стенами и деревянным полом. В левом углу стоит деревянная этажерка с растениями на полках. Впереди стоит деревянный стол, за которым в течение всей программы находится ведущий («ТВН», «Вперед, товарищи на дачу!», 10.03.2020).

Приведенные примеры показывают наличие первичной информации, которую дает внешний образ пространства программы. Благодаря окружающей журналиста обстановке зритель может догадаться о жанре программы и характере действий, которые исполняют ее герои. Так же декорации

закрепляют стереотипные образы действий и предметов, необходимых для их совершения. Так, декорации на съемочной площадке создают атмосферу и настраивают зрителя на восприятие разной информации. Цветовое оформление, количество предметов мебели и мелких деталей помогают зрителю определить назначение программы, узнать ее среди прочих, понять, о чем пойдет речь.

Внешний вид журналиста и героев программы также формирует и поддерживает внешние стереотипы и паттерны поведения разных людей. Костюмы участников коммуникации могут дать зрителю информацию о назначении программы, положении говорящего и тоне разговора. К примеру, в программе «Благовест»: *ведущий одет в черную рясу. На шее до груди толстая золотая цепь с иконой. У него есть длинная седая борода. на голове черная шапка* («Ново-ТВ», «Благовест», 30.03.2020). Исходя из внешнего вида человека на экране, зритель сможет определить род его деятельности и судить о его праве на общения на определенные темы и уровне компетенций в различных вопросах.

Также стиль одежды участников коммуникации (повседневный, официальный, вечерний) может говорить и о характере общения, происходящего в программе. Как правило, в программах, где предусмотрено обыденное общение героев, все участники одеты в простую повседневную одежду (джинсы, кофты). Программы с более серьезным и проблемным содержанием требуют более строгого внешнего вида участников. Это одежда в темных тонах, как правило, брючные костюмы, рубашки, платья. В

тематически ориентированных программах, таких, как «Кулинарная магия», участники одеты в соответствии с предполагаемой деятельностью (фартуки, собранные волосы, поднятые рукава и т. д.). Для представления песен о войне, часто применяют парадный стиль одежды и дополнительные аксессуары, такие как береты, галстуки, георгиевские ленты и т.д.

Так костюмы актеров создают у зрителя первое впечатление о говорящих: их статус, род деятельности, профессиональный уровень и т.д. Также внешний вид героев помогает определить характер коммуникации и закрепить стереотип внешности людей разных видов деятельности.

Вставки видеоматериалов и картинок определенных предметов являются прямым средством репрезентации реальности и формирования смыслов. Они дают четкое представление о том, как выглядит то или иное явление. К примеру, в программах, посвященных подвигам ветеранов Великой Отечественной войны, часто присутствуют черно-белые фотографии солдат и кадры военных действий. В познавательных программах изображается описываемое явление или предмет. В программах, где визуальная часть не играет доминирующей роли, вставки помогают более четко структурировать и более наглядно представить информацию.

Таким образом, сочетание декораций, внешнего вида героев программы и дополнительных визуальных вставок дает зрителю возможность узнать о цели программы, характере действий, которые производят герои, а также создать впечатление об участниках коммуникации и их характеристиках. В связке с речью журналиста, организация

пространства, подбор костюмов персонажей и визуальные материалы помогают зрителю включиться в контекст и воспринимать сообщение как типичное для определенной темы и определенного жанра сообщения. Исследовательское предположение о том, что в визуальном отображении телевизионной реальности помогают обстановка, внешний вид участников, дополнительные материалы (фото, видео), подтвердилось.

Следующий исследовательский вопрос касался границ взаимодействия журналиста и аудитории в рамках авторских программ. Их можно разделить на временные и пространственные. Временные границы коммуникации журналиста и зрителя определяются хронометражем программы или временем просмотра зрителем данного ролика. Сужение временных границ взаимодействия со стороны зрителя не может быть проанализировано в данном исследовании. Журналист, в свою очередь не может прервать коммуникацию со зрителем раньше окончания программы. Это касается и коммуникации в рамках передачи. Как правило, взаимодействие участников коммуникации на экране происходит от начала и до конца эфира. Однако, бывают случаи, когда гость появляется только к середине программы, ведущий тем временем, развлекает зрителя: *в начале программы ведущая приветствует зрителей, анонсирует блюдо, которое будет готовить. Первое блюдо готовит сама ведущая. (...) Гости программы появились через 10 минут после начала эфира. Когда пришли гости, ведущая представила их, поблагодарила за посещение программы. сотрудники библиотеки принесли детскую*

книгу, на которой и написан рецепт блюда, которые они будут готовить («ТВН», «Кулинарная магия», 11.03.2020). В программах с диалогическим типом коммуникации, ведущий часто вынужден прерывать гостя программы, предупреждая о скором окончании эфирного времени.

Временные границы коммуникативной деятельности журналистов с разной степенью эффективности могут быть изменены разными участниками коммуникации. Журналист вынужден поддерживать коммуникацию на протяжении всего эфира и контролировать гостя. В это же время, гостю предоставлена большая свобода, так как он может присутствовать на экране не все время. Зритель же имеет полную власть над временной границей взаимодействия с журналистом, благодаря контролю выбора телеканала.

Что касается пространственных границ коммуникации журналиста и зрителя, то она, как правило, происходит внутри одной локации (чаще всего, в студии), где изменяются только планы и ракурсы съемки. Но есть такие программы, где спектакль разворачивается в нескольких пространствах. Они могут сменять друг друга или же одно может плавно перетекать в другое. В качестве примера первых программ служит программа «Дети. RU», в которой действия переходя из одной локации в другую: *в одной программе несколько спектаклей и несколько сцен. Спортзал, студия для съемок, класс рисования, кабинет для занятий робототехникой. Программа начинается с подводки на месте действия первого сюжета. Далее идет приветствие и материалы сюжета, включающие закадровое пояснение и комментарии героев о том, как они пришли в гимнастику,*

что делали и каково жить с мамой-тренером. Далее сюжет о домашних развлечениях – пазлы, книги, растяжка с помощью подручных материалов, ведение дневника. (...) После идет сюжет о юной художнице, которая готовится к своей выставке. (...) Следующий сюжет о том, чем занимаются роботостроители в Новокузнецке» («Ново-ТВ», «Дети.RU», 20.03.2020).

В качестве примера непоследовательной смены локаций в программе выступает выпуск передачи «Самое время день», в которой гости общались с журналистом через «Skype». Внимание зрителя переключается от студии и журналиста к герою, сидящему дома перед веб-камерой. Расширение пространственных границ за счет увеличения количества локаций дополняет динамику в восприятии происходящего в программе. Поскольку локации неоднородны и в каждой из них актуальны определенные визуальные и речевые атрибуты, увеличение числа локаций расширяет возможности журналистов по формированию и поддержке эталонных действий, уместных в привычных и новых ситуациях. Пространственные границы взаимодействия журналиста и зрителя определяются местом съемки передачи. Чем больше локаций задействовано в программе, тем шире пространство программы и больше формируемых ею смыслов.

Таким образом, ограничение взаимодействия журналистов и их аудитории во времени и пространстве напрямую зависит от технических возможностей телеканала, таких, как эфирное время и возможности съемок в одном или нескольких местах. В рамках самой программы журналист

практически не имеет влияния на границы своей коммуникативной деятельности. Работа журналиста по взаимодействию со зрителями начинается и заканчивается вместе с программой. Пространственные же границы программ поддаются контролю журналиста, когда он переключает внимание зрителя на объект или действие, расположенные в другой локации. Исследовательское предположение о том, что взаимодействия журналиста и зрителя связаны со временем выхода, продолжительностью передачи и показанным пространством, подтвердилось частично, так как время выхода данной программы не представляет собой серьезного ограничения взаимодействия журналиста и зрителя по причине доступа к просмотру программ в сети интернет в любое время.

Анализ авторских программ новокузнецкого телевидения позволил выявить основные роли журналиста в процессе формирования смыслов. Роль журналиста определяется рядом условий, таких как форма сообщения, количество участников и назначение программы.

В зависимости от формы сообщения: монолог, диалог, полилог, - журналисты могут в разной степени контролировать формирование смыслов. Наибольшая степень контроля предоставлена журналисту в монологических программах, так как именно в них журналист самостоятельно определяет информационное наполнение, структуру сообщения, подкрепление этого сообщения визуальными образами и прочей невербальной информацией. Другими словами, в монологических программах, таких как «Все обо всем», «Благовест», «Вперед, товарищи на дачу!», «Памяти

героев», журналисты создают смыслы и управляют этим процессом от начала и до конца программы.

В программах, где предусмотрен диалог или полилог, контроль журналиста над процессом производства смыслов сокращается, и добавляются новые функции. В процессе диалога с гостем, журналист должен не только следить за четким соблюдением регламента программы, но и выполнять роль модератора при наличии нескольких гостей, давать каждому право слова и регулировать речевые акты присутствующих: *у нас остается буквально 2 минуты до конца эфира. Давайте, каждый из вас буквально по 30 секунд выскажется, почему нужно голосовать за вас, ну и Ольга Валерьевна подведет итоги, зачем вообще голосовать* («ТВН», «7 дней», 2.03.2020).

В случае полилогов, журналист должен обеспечить связь между гостем программы и зрителем и добиться наиболее информативного ответа: *вначале программы ведущая представила гостя и напомнила, что передача выходит в прямом эфире, указала телефоны для звонков и СМС. (...) Далее, речь шла о симптоматике вируса. Далее, последовал зрительский вопрос об ограждении людей и отмене массовых мероприятий. Гость подтвердила необходимость таких мер. (...) После, пришёл вопрос от зрителей о переносе коронавируса бродячими животными. Далее, в эфир поступил звонок с вопросом о заболевших коронавирусом в Новокузнецке. Гость отрицала данную информацию* («10 канал», «Самое время день», 19.03.2020).

Так, в монологических программах, журналист полностью контролирует процесс формирования смыслов и

несет ответственность только за собственные действия. Его роль ограничивается только управлением процессом. Действия журналиста по поддержанию естественного порядка в диалогических и полилогических программах можно представить, как роли модератора, интервьюера, контролера и переводчика. При этом, уровень ответственности журналиста повышается, а уровень контроля над ситуацией коммуникации снижается за счет рисков нарушения гостями правил программы (в проанализированных роликах такие нарушения касались временных рамок).

Что касается назначения программы, то здесь имеет место быть не только степень ответственности журналиста и его контроль над созданием смыслов, но и творческое видение, умение находить и делать актуальной определенную тему. В информационно-аналитических программах основной обязанностью журналиста являются контроль за соблюдением регламента и повышение уровня информативности программы. Это проявляется в строгом вопросно-ответном комплексе без лишних реплик, тоном речи и употреблением специфических конструкций.

В программах разговорного и познавательного типа задача журналиста – увлечь и развлечь зрителя, поэтому в таких программах, журналист контролирует не столько структуру сообщения, сколько временные рамки и креативность происходящего на экране.

В связи с этим, в программах разговорного характера часто присутствуют шутки, обыденное общение, простые и понятные пошаговые инструкции к разным действиям

(приготовление блюд, пошив масок и т.д.), коммуникативные роли участников не ограничены: *ведущая рассказывает, что и как будут шить. После чего ведущая и героиня рассказывают и показывают, как сшить маски. В процессе изготовления масок женщины смеются, шутят, также дают инструкцию по изготовлению антисептика в домашних условиях. После чего рассказываются основные ошибки, допущенные героиней передачи, затем их исправляют, далее женщины показывают результаты своей работы, программа заканчивается («10 канал», «Строчилка», 30.03.2020).*

Так, перечень ролей журналиста в процессе формирования смыслов расширяется в зависимости от жанра программы. В информационно-аналитических программах важно соблюдать строгий формат общения и формальные правила информативности. В разговорных и познавательных программах важнее подавать информацию максимально интересно и живо. Помимо основных контрольных функций у журналиста появляются дополнительные творческие или прагматические задачи.

Таким образом, в процессе формирования смыслов журналисты выполняют различные роли и функции. Управление коммуникацией и формированием смыслов является основной задачей журналиста и, в зависимости от формы программы, количества ее участников и цели этой программы, к этой роли добавляются ряд дополнительных функций. Исходя из формы сообщения и количества участников, журналист выполняет роли: интервьюера, модератора, собеседника, инструктора. В зависимости от

цели программы, журналист регулирует способы преподнесения информации и степень контроля над коммуникацией внутри программы. Частично подтвердилось предположение о том, что в процессе формирования смыслов, журналист управляет коммуникацией как с героями программы, так и со зрителями, так как журналист выполняет не только управленческие функции, но и ряд вышеперечисленных.

В ходе анализа способов репрезентации смыслов в авторских программах новокузнецкого телевидения были рассмотрены средства речевого и визуального формирования смыслов журналистами новокузнецкого телевидения, определены границы взаимодействия журналистов и аудитории и выявлены основные роли журналиста в процессе формирования смыслов.

Средства речевого формирования смыслов в авторских программах новокузнецкого телевидения представляют собой изменения формы подачи сообщения: монолог журналиста, диалог журналиста и гостя программы, а также полилог гостя, журналиста и зрителей. С формой сообщения изменяется его структура. От типа программы также зависят и создаваемые в ней смыслы: в монологических программах дан готовый шаблон с первичной информацией; в программах с диалогом, смыслы формируются в процессе коммуникации телегероев; полилогические же передачи позволяют зрителю принять опосредованное участие в такой коммуникации, а, следовательно, в формировании смыслов.

Визуальные средства формирования смыслов на телеэкране предстают в виде сочетания декораций, внешнего

вида героев программы и дополнительных визуальных вставок. Оно дает зрителю возможность узнать о цели программы, характере действий, которые производят герои, а также создать впечатление об участниках коммуникации и их характеристиках, помогают зрителю включиться в контекст и воспринимать сообщение как типичное для определенной темы и определенного жанра сообщения.

Взаимодействие журналиста и зрителя ограничено временем и пространством телепрограммы и зависит от количества эфирного времени и места съемки. В рамках самой программы, журналист практически не имеет влияния на границы своей коммуникативной деятельности. Работа журналиста по взаимодействию со зрителями начинается и заканчивается вместе с программой. Больше власти имеют гости программы, которые могут изменять время начала своего взаимодействия с ведущим, зритель же полностью контролирует время контакта с программой. Пространственные же границы программ поддаются контролю журналиста, когда он переключает внимание зрителя на объект или действие, расположенные в другой локации.

В процессе формирования смыслов основная роль журналистов – управление. В зависимости от формы программы, количества ее участников и цели этой программы, к этой роли добавляются функции интервьюера, модератора, собеседника, инструктора.

Подтверждение получили следующие исследовательские предположения о том, что:

- речевое формирование смыслов происходит за счет типа речевого акта, формы, содержания и структуры сообщения;

- в визуальном отображении телевизионной реальности помогают обстановка, внешний вид участников, дополнительные материалы (фото, видео).

Частично подтвердились следующие предположения:

- границы взаимодействия журналиста и зрителя связаны со временем выхода, продолжительностью передачи и показанным пространством;

- в процессе формирования смыслов, журналист управляет коммуникацией как с героями программы, так и со зрителями.

Итак, способы репрезентации смыслов в авторских программах новокузнецкого телевидения представляют собой речь героев на экране и картинку, сопровождающую эту речь. Поскольку именно информация является ядром репрезентации реальности и смыслов, именно ее форма и содержание, структура и ограничения, определяют наличие и характер визуальных приемов ее отображения, степени участия коммуникантов в процессе формирования смыслов и перечень функций журналиста в данном процессе.

2.3 Особенности отражения реальности в новостных сюжетах как задача коммуникативной деятельности журналистов телевизионных каналов города Новокузнецка

В качестве объекта анализа в проведенном исследовании выступили сюжеты трех новокузнецких телеканалов: «ТВН», «10 канал», «Ново-ТВ». Сюжеты новостных передач всех перечисленных телеканалов составили массив эмпирических данных для проведенного исследования. В результате было проанализировано 658 новостных сюжетов всех новостных телепередач города Новокузнецка за период с 01.03.2020 по 20.04.2020. В день каждая новостная телепрограмма выпускает от 10 до 18 новостных сюжетов на различную тематику. Сами сюжеты представляют собой видеоролики со звуковым сопровождением и видеорядом длиной от 35 секунд до 9 минут.

Отражение городских событий в новостных сюжетах может осуществляться через выбор общего изложения материала (жанр, тема, соотношение звука и видео), визуальных и аудиальных способов отражения. Сочетание этих трех составляющих в сюжете позволяет сформировать в общественном сознании горожан определенный образ города и всего, что в нем происходит.

Доминирующие темы новостных сюжетов городских телеканалов

Рассмотрение тем новостных сюжетов городских телеканалов позволило составить представление о том, какие события попадают в поле зрения телезрителей, а какие остаются за его пределами, в какой форме чаще всего передают важную для горожан информацию. Новостные сюжеты на городских телеканалах посвящены различным темам, однако, за период анализа городские новости освещали в целом события социальной направленности.

Наименее освещаемые в городских СМИ темы – экологии и ЖКХ (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Темы новостных сюжетов телеканалов г. Новокузнецка

Тема	Относительная частота, %
Действия / работы	19,0
Происшествия	7,0
Культурно-массовые мероприятия	10,9
Наука / образование	8,5
Спорт	7,3
Политика	5,8
Экономика / промышленность	6,5
Экология	2,0
ЖКХ	2,0
Социальная тематика	31,0

Из таблицы 1 видно, что тематическое поле новостей за период исследования сосредоточено на социальной тематике (31,0 %) и действиях, происходящих в городе (19,0 %), в то время как актуальные проблемы экологии (2,0 %), политики (5,8 %) и ЖКХ (2,0 %) освещаются городскими новостными программами не очень активно. Также не часто можно встретить сюжеты о происшествиях и преступлениях, совершенных горожанами. Такие сюжеты составили всего 7,0 % от всех проанализированных роликов. Что касается тематического разнообразия новостных сюжетов на разных телеканалах города, то от канала к каналу наблюдаются некоторые незначительные различия. Перечень тем новостных сюжетов остается прежним, однако, позиции в нем изменяются.

Таким образом, в результате анализа новостных сюжетов были выделены 3 доминирующие темы новостей: социальная тематика, действия, культурно-массовые мероприятия. Так гипотеза о том, что новостной контент новокузнецких СМИ представлен, в большей степени, обзором действий /работ, происходящих в городе, подтвердилась частично, так как эта тематика является одной из главных, но встречается реже, чем социально значимые события.

Меньше всего новокузнецкие телеканалы транслируют информацию об экологической обстановке, политической и экономической жизни региона и города, а также проблемах в сфере ЖКХ. Отражение только позитивной информации в виде активной работы и успехов горожан в различных сферах деятельности может создавать в общественном сознании новокузнецчан впечатление о стабильной обстановке в других сферах жизни, о которых не снимают сюжеты, а также вызывать чувство гордости за земляков и способствовать сплоченности горожан.

Доминирующие жанры новостных сюжетов городских телеканалов

Жанр новостного сюжета определяет форму повествования и подачи информации в новости. Для новостей новокузнецких телеканалов наиболее распространенный жанр – репортаж. Интервью так же присутствует, но в гораздо меньшем количестве (см. рисунок 1).

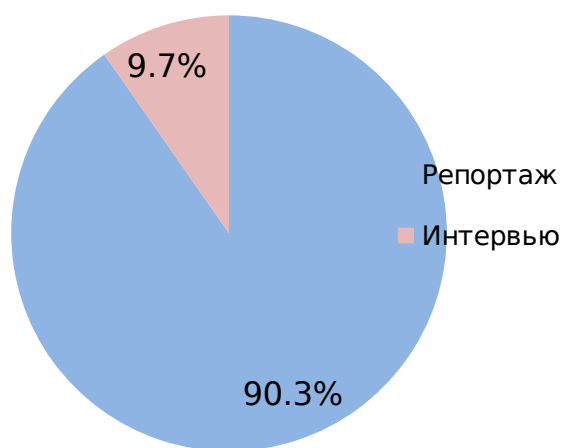


Рисунок 1 – Распределение жанров в новостных сюжетах телевидения Новокузнецка

Рисунок 1 показывает, что количество новостей в жанре репортажа (90,3 %) значительно превышает количество сюжетов-интервью (9,7 %). Поскольку основными темами новостей являются действия, мероприятия и события социальной направленности, форматом отражения таких событий чаще всего выступает репортаж с обилием различных кадров и закадрового текста.

Таким образом, доминирующим жанром отражения городских событий стал репортаж. Интервью не представлено в достаточном количестве. Так, гипотеза о том, что доминирующим жанром новостей на новокузнецком телевидении является репортаж, получила статистическое подтверждение. Репортаж, как наиболее богатая в плане визуальной составляющей, по сравнению с интервью, намного лучше подходит для отражения доминирующих тематик городских новостей.

Доминирующие визуальные способы отражения реальности

Основными визуальными способами отражения реальности в новостных сюжетах являются тип подачи видеоматериала, фигура, фон, ключевой и нейтральные кадры, масштаб изображения. Все эти способы создают зрительное представление общества о происходящих событиях и позволяют убедиться в фактичности этих событий, запечатленных на видео.

Подача видеоматериала является основой для построения видеоряда, а значит, именно он определяет, какие визуальные приемы отражения реальности будут использованы в сюжете. Исходя из типа подачи видеоматериала, работники телеканала подбирают наиболее подходящие масштабы изображений, фигуры, фон и последовательность кадров. Для новокузнецкого телевиденья характерны следующие типы подачи видеоматериала (см. рисунок 2).

Как видно из рисунка 2, наиболее распространенный тип подачи видеоматериала в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов это видеоряд в сюжете (45,9 %). Треть всех проанализированных сюжетов представляют собой видео комментарий в сюжете. Интервью в перечне проанализированных сюжетов составляют около 10,0 %. Реже всего новокузнецкие телеканалы используют новости с ведущим в кадре (озвучивание новости в студии) и графику – ряды из таблиц и фотографий, иллюстрирующих новость. На телеканалах города Новокузнецка применение типов подачи видео различается. Данное утверждение было статистически подтверждено значениями критериев связи между признаками равными 0,01.

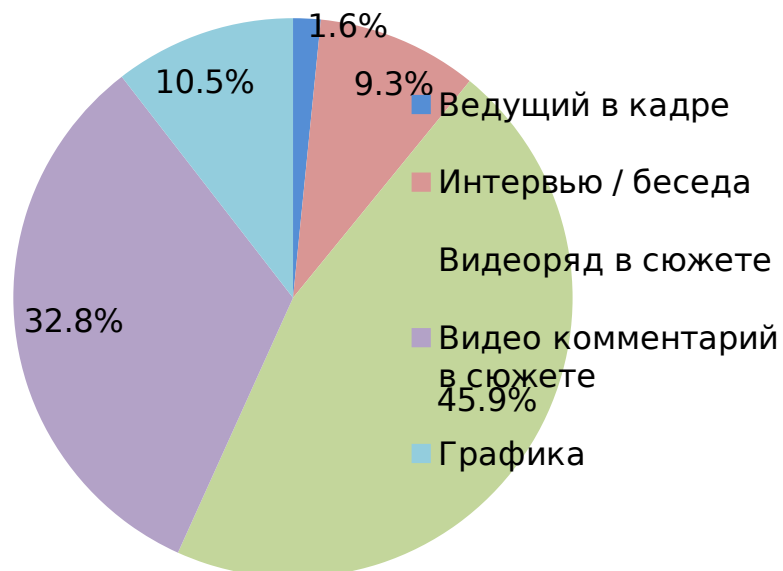


Рисунок 2 – Распределение типов подачи видеоматериала в новокузнецких новостных сюжетах

Данные таблицы 2 подтверждают, среди новокузнецких телеканалов «ТВН» лидирует по частоте применения типа интервью, где в качестве основы сюжета выступает отрывок интервью с героем. От видео комментария его отличает отсутствие каких бы то ни было других кадров, кроме героя. Также 15,5 % от всех сюжетов «ТВН» составляет графический материал, а именно таблицы, графики, слайд-шоу из фотографий.

«10 канал» помимо видеоряда, составившего 50,4 % всех сюжетов этого канала, за период исследования использовал тип видео комментария (38,2 %) в сюжете, т. е. сменяющие друг друга кадры с закадровым комментарием автора-журналиста. Незначительно представлены интервью и графика. Для «Ново-ТВ», как и для 10 канала после видеоряда характерен видео комментарий (30,0 %). Типы

интервью и графики составляют почти по 10,0 % сюжетов данного телеканала.

Таблица 2- Типы подачи видеоматериала в новостных сюжетах на новокузнецких телеканалах¹

Тип подачи видеоматериала	Относительная частота, %от суммы по столбцу		
	ТВН	10 канал	Ново-ТВ
Ведущий в кадре	2,9	0,0	0,4
Интервью	9,4	8,9	9,3
Видеоряд	39,2	50,4	51,0
Видео комментариев	33,1	38,2	30,0
Графика	15,5	2,4	9,3

В качестве фигуры в сюжетах чаще всего выступают их герои: представители администрации, специалисты в различных областях, школьники, работники предприятий и т.д. В сюжетах типа "видеоряд" фигурой может стать техника, автомобили или фигуры может не быть.

Фоном для сюжетов служит окружающая обстановка. Как правило, это всевозможные концертные или конференц-залы, спортивные арены или же просто открытые пространства (парки, дворы, дороги), где происходит основное действие сюжета, и даются видео комментарии.

Ключевой кадр - это часть видеоряда, в которой заключена основная мысль сюжета. Ключевой кадр для каждого сюжета свой, однако, чаще всего, в новостных сюжетах новокузнецких телекомпаний используют речь героя сюжета, кадры с мероприятий (выступление на сцене и зрительный зал) и различные действия/работы.

¹ Значимость критерия связи Хи-квадрат равна 0,00, число валидных наблюдений N = 658.

В некоторых новостных сюжетах используются части видеоматериала, не несущие смысловой нагрузки и не всегда имеющие прямое отношение к освещаемому объекту (см. рисунок 3).

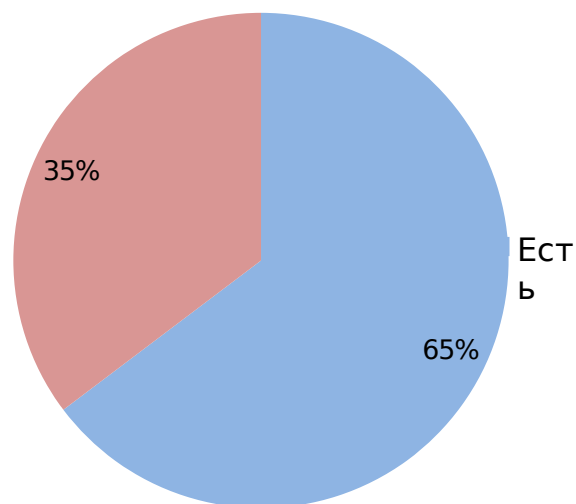


Рисунок 3 – Наличие нейтральных кадров в новостных сюжетах Новокузнецка

Рисунок 3 показывает, что нейтральные кадры, не несущие в себе большой смысловой нагрузки в сюжете, присутствуют практически в 65 % новостных сюжетах новокузнецких телекомпаний. Это может свидетельствовать о том, что в части новостных сюжетов присутствует информация, которую трудно перевести в зрительные образы, или же у новокузнецких журналистов нет возможности для съемки определенных материалов (к примеру, совершение краж).

Важным способом отражения события является работа с масштабом объектов в кадре. Подбор удачного плана позволяет сконцентрировать внимание зрителя на определенных предметах в нужный момент. Бывают такие

сюжеты, которые используют только один тип масштабирования материала (интервью, графика), но в большинстве случаев, в сюжетах задействованы различные ракурсы и планы съемки (см. таблицу 3).

Из таблицы 3 видно, что чаще всего (83,0 %) новокузнецкие телекомпании используют общий план для показа действий, большого количества людей, городских улиц и т.д. и 1-й средний план (79,3 %) для съемки интервью с героями сюжетов. Также практически в 62 % новостных сюжетов используют изображение мелких деталей наград, названий, логотипов компаний и т.д., 43,6 % сюжетов содержат кадры 2-го среднего плана, показывающие чаще всего нескольких героев или действия одного героя новости.

Таблица 3 - Масштабы изображения, используемые в новостных сюжетах на телеканалах Новокузнецка²

Масштаб изображения	Относительная частота, %
Общий план	83,7
1-й средний план	79,3
2-й средний план	43,6
Крупный план	28,4
Деталь	62,3

Таким образом, визуальные способы отражения реальных городских событий на новокузнецком телевидении представляют собой перечень следующих приемов: тип подачи видеоматериала, Фигура, фон, ключевой и нейтральные кадры и масштаб изображения. Все эти приемы необходимы для формирования визуального образа события в

²Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения.

глазах общества. В новостных сюжетах новокузнецкого телевиденья доминируют видеоряд и видео комментариев, фигурой становятся герои, в качестве фона выступает помещение, для съемки чаще всего используются общий, 1-й средний планы и изображение мелких деталей. Так, гипотеза о том, что в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов доминирующим типом является видео комментариев, снятый средним и общим планом, полностью подтвердилась.

Доминирующие аудиальные способы отражения реальности

Звуковое сопровождение видеоряда дополняет и раскрывает новые смыслы сюжета. Звуковые способы отражения реальности являются первостепенными инструментами контроля над новостным дискурсом. Форма и содержание аудиокomentarиев позволяют уловить суть новости и выработать к ней определенное отношение, поэтому важно, как именно подана не только картинка, но и аудиоряд. Соотношение типов подачи аудиоматериала показано в таблице 4.

Таблица 4 - Типы подачи аудиоматериала, используемые в новостных сюжетах на телеканалах Новокузнецка³

Тип подачи аудиоматериала	Относительная частота, %
Подводка ведущего	100,0
Закадровый голос автора	72,9
Голос автора (журналиста) в кадре	4,1
Стендап, интервью	11,1

³Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения.

Голос героя материала	73,7
Лайф	5,8
Фоновые шумы	20,8
Музыкальное сопровождение	9,4

Таблица 4 подтверждает, что подводка ведущего присутствует перед каждым сюжетом во всех выпусках новостей. Также, в новостных сюжетах чаще прочего (73,7 %) используется речь героя сюжета с фоновым шумом, мешающим восприятию слов героя и закадровый голос журналиста (72,9 %), знакомящего зрителя с содержанием новости. Фоновые помехи присутствуют в 20,8 % всех новостных сюжетов за период исследования. Наименее распространенные типы подачи аудиоматериала на новокузнецких телеканалах стали стендап и лайф. За период исследования зафиксированы 3 случая живой речи журналиста в кадре. Структура подачи аудиоматериала отличается от канала к каналу, чему было получено статистическое подтверждение и отклонение гипотезы об отсутствии связи между признаками с ошибкой менее 5 %.

Таблица 5 – Распределение типов подачи аудиоматериала в новостных сюжетах на новокузнецких телеканалах⁴

Тип подачи аудиоматериала	Относительная частота, - % от суммы по столбцу		
	ТВН	10 канал	Ново-ТВ
Подводка ведущего	100,0	100,0	100,0
Голос за кадром	75,9	86,2	63,4
Голос журналиста в кадре	4,0	8,1	2,3

⁴Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения. Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,00, число валидных наблюдений N = 658.

Тип подачи аудиоматериала	Относительная частота, - % от суммы по столбцу		
	ТВН	10 канал	Ново-ТВ
Стендап	10,1	13,8	10,9
Голос героя сюжета	66,5	85,2	75,5
Лайф	7,6	8,9	2,3
Фоновый шум	20,1	36,6	14,0
Музыка	10,4	22,0	2,3

Из таблицы 5 видно, что большинство новостных сюжетов на канале «ТВН» построено следующим образом: подводка ведущего, голос журналиста за кадром, голос героя сюжета с фоновыми шумами или музыкальным сопровождением. В большинстве проанализированных сюжетов «10 канала» встречаются такие типы подачи аудиоматериала, как подводка ведущего, закадровый голос журналиста и голос героя сюжета. В 36,6 % новостных сюжетов телеканала встречаются посторонние шумы, часто в сюжетах играет музыка (22 %). На «Ново-ТВ» в 100 % сюжетов присутствует подводка ведущего, которая становится закадровым комментарием (на других каналах закадровый текст новости читают другие журналисты, а не ведущий). Только в 63,4 % сюжетов закадровый текст читает автор ролика. 75,5 % новостных сюжетов «Ново-ТВ» содержат речь героя и в половине сюжетов присутствуют фоновые шумы, в некоторых сюжетах (2,3 %) встречается музыка.

Громкость и темп речи, как журналиста, так и героя сюжета играют важную роль в восприятии новости (см. рисунок 4). Громкость звукового сопровождения сюжета может зависеть от происходящих действий и тембра голоса героя.

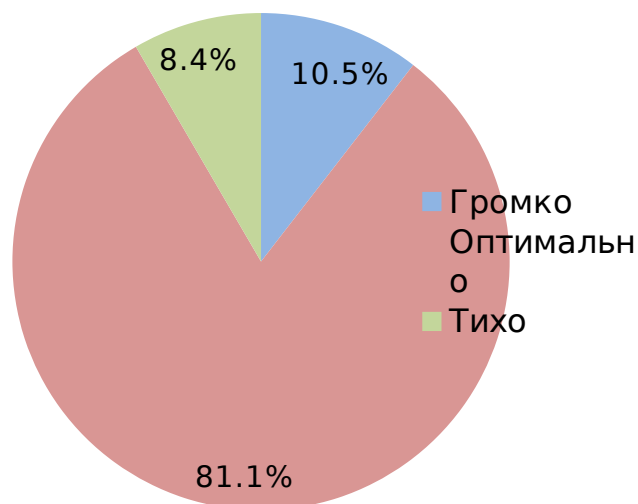


Рисунок 4 – Громкость речи героев новостных сюжетов

Рисунок 4 подтверждает, что 81,2 % всех проанализированных новостных сюжетов новокузнецких телеканалов оптимальны по громкости, 10,5 % - громкие и в 8,4 % сюжетов голос героя значительно тише голоса журналиста и фоновых шумов, что затрудняет восприятие и понимание новости.

Примерно так же распределены показатели темпа речи героев (см. рисунок 5).

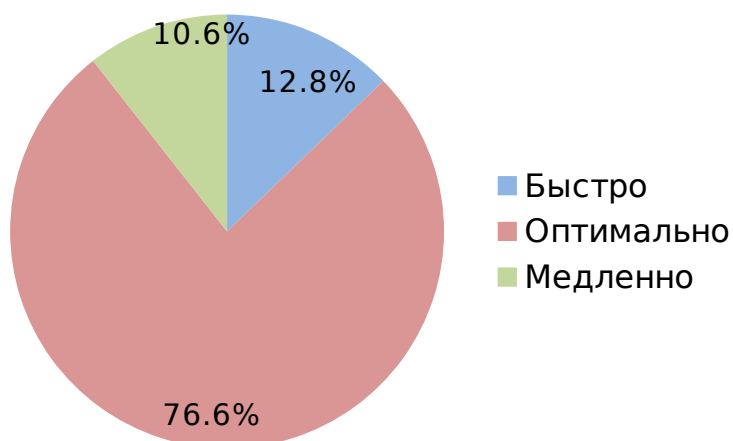


Рисунок 5 – Темп речи героев новостных сюжетов новокузнецких телеканалов

На восприятие информации влияют оговорки и запинки всех участников сюжета, они могут создать эффект живости общения журналиста и героя, свидетельствовать о том, что сюжет действительно отражает реальное событие, а не постановку. Оговорки и запинки встречаются в 24,6 % всех проанализированных сюжетов.

Говоря о содержательных речевых приемах отражения городских событий, используемых в аудиокomentarиях новостных сюжетов, можно выделить морфосинтаксические и лексико-семантические. Как было выяснено из обзора литературы, первые указывают на определенный тип построения предложений (см. таблицу 6), а вторые – на смысл высказывания (см. таблицу 7).

По данным таблицы 6, использование прямой речи является наиболее распространенным морфосинтаксическим приемом для всех новостных сюжетов. В более, чем 40 % проанализированных сюжетов применяется усложнение синтаксиса. 33,7 % сюжетов содержат предложения с измененным порядком слов. В 44,0 % новостей используется повторение синтаксических конструкций.

Таблица 6 – Морфосинтаксические приемы, используемые в новостных сюжетах на телеканалах Новокузнецка⁵

Морфосинтаксические приемы	Относительная частота, %
Порядок слов в синтаксических	33,7

⁵Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения.

Морфосинтаксические приемы	Относительная частота, %
конструкциях	
Усложненности или упрощенности синтаксиса	45,5
Использование прямой речи	85,4
Употребление восклицательных и вопросительных конструкций	25,5
Повторение синтаксических конструкций	43,8

Таблица 7 – Лексико-семантические приемы, используемые в новостных сюжетах на телеканалах Новокузнецка⁶

Лексико-семантические приемы	Относительная частота, %
Употребление слов и словосочетаний с оценочным значением	31,0
Использование идеологической лексики	37,4
Противопоставление	42,2
Подтекст, предположения, намеки	42,9
Игра оттенками смысла с помощью синонимов и перифразов	47,7
Использование стилистических приемов	26,3

Наименее популярный морфосинтаксический прием, который встречается в 25,5 % новостных сюжетов, – это употребление вопросительных и восклицательных предложений. Статистическая значимость критериев связи признаков показала, что применение морфосинтаксических

⁶Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения.

приемов отражения реальности не зависит от телеканала, на котором был создан сюжет.

Из таблицы 7 видно, что наиболее распространенными лексико-семантическими приемами являются игра оттенками смысла с помощью синонимов (47,2 %) и применение подтекстов, намеков, догадок (42,9 %). Также, довольно часто используются противопоставления (42,2 %) и идеологическая лексика (37,4 %). Менее всего на новокузнецких телеканалах распространено употребление слов с оценочным значением (31,0 %) и стилистические приемы (26,3 %).

Новокузнецкие телеканалы применяют различные лексико-семантические приемы отражения действительности. Зависимость использования тех или иных приемов была подтверждена статистически. Приблизительная значимость критерия Хи-квадрат равное менее 0,05 предполагает отклонение гипотезы об отсутствии связи между признаками (см. таблицу 8).

Таблица 8 - Распределение лексико-семантических приемов, используемых в новостных сюжетах на новокузнецких телеканалах⁷

Лексико-семантические приемы	Относительная частота, % от суммы по столбцу		
	ТВН	10 канал	Ново-ТВ
Употребление слов с оценочным значением	29,4	41,2	32,9
Использование идеологической лексики	38,4	36,1	42,9
Противопоставление - усиление	42,4	42,0	49,2
Подтекст, предположения, намеки	44,1	37,0	51,6
Игра оттенками смысла с помощью синонимов	51,0	47,1	52,8
Использование стилистических приемов	26,5	38,7	24,6

Исходя из данных таблицы 8, использование идеологической лексики (42,9 %) и подтекстов (51,6 %) наиболее характерно для «Ново-ТВ». Реже всего, в сравнении с другими телеканалами, на «Ново-ТВ» применяются стилистические приемы (24,6 %). «10 канал» характеризует более частое, по сравнению с другими, использование стилистических приемов (38,7 %) и наименьший процент применения идеологической лексики (36,1 %) и подтекстов

⁷Пояснение к таблице: общее число значений превышает 100 %, так как данная переменная предполагает несколько признаков для одного наблюдения. Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,02, число валидных наблюдений N = 658.

(42,0 %). «ТВН» часто использует синонимы для изменения смысла высказываний (51,0 %). Меньше всего на «ТВН» в сравнении с другими телекомпаниями используют слова с оценочными смыслами (29,4 %).

Таким образом, аудиальные способы отражения городских событий позволяют телеканалам контролировать новостной дискурс посредством применения различных комбинаций подачи материала, громкости, темпа, морфосинтаксических и лексико-семантических приемов. Новокузнецкие телекомпании создают сюжеты, в которых можно слышать ведущего, журналиста и героя сюжета, а также фоновые шумы, пересказывая события, журналисты используют прямую речь, усложненный синтаксис и синонимы. Так гипотеза о том, что наиболее распространенными аудиальными способами отражения городских событий являются синтаксически усложненный пересказ новости журналистом и использование прямой речи героя сюжета, подтвердилась.

Применение различных способов отражения действительности в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов невозможно рассматривать по отдельности. Только во взаимодействии общие, визуальные и аудиальные способы отражения действительности могут создать завершённый образ события и способствовать формированию впечатлений, мнений, оценок в общественном сознании.

Как правило, выбор жанра и тематики новостного сюжета определяют визуальный образ и аудиальную наполненность этого сюжета. В ходе статистического

анализа данных на основе критериев связи Хи-квадрат Пирсона, и VКрамера были выявлены зависимости визуальных и аудиальных способов отражения действительности от основополагающих элементов новостного сюжета – жанра и темы.

Наличие связи жанра и визуальных способов отражения реальности

Соотношение звука и картинки изменяется с изменением жанра новости (см. таблицу 9).

Таблица 9 – Таблица сопряженности соотношения звука и картинки и жанра новостного сюжета⁸

Соотношение звука и картинки	Относительная частота, % от суммы по столбцу	
	репортаж	интервью
Совпадение	60,1	7,9
Смещение	21,4	36,5
Косвенная связь	18,5	28,6

Из таблицы 9 видно, что для интервью более характерен смещенный тип соотношения звука и картинки (36,5 %). Тип косвенной связи также более характерен для интервью, нежели для репортажа и составляет 28,6 % сюжетов, снятых в жанре интервью. Тем временем, для репортажа более приемлем тип совпадения текста и видеоряда (60,1 %).

Такое же влияние жанра новостного сюжета было обнаружено и на тип подачи видеоматериала (см. таблицу 10).

⁸ Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,01, число валидных наблюдений N = 658.

Таблица 10 - Таблица сопряженности типа подачи видеоматериала и жанра новостного сюжета⁹

Тип подачи видеоматериала	Относительная частота, % от суммы по столбцу	
	репортаж	интервью
Ведущий в кадре	1,3	0,3
Интервью	0,3	93,7
Видеоряд	50,4	4,8
Видео комментариев	36,4	1,6
Графика	11,6	0,0

Таблица 10 показывает, что в репортажах чаще всего показывают видеоряд (50,4 %) или же видео комментариев (36,4 %). За период исследования было обнаружено несколько случаев репортажа с ведущим в кадре. Практически отсутствуют репортажи со вставкой интервью. Графика встречается только в 11,6 % новостных сюжетов, снятых в жанре репортажа. Интервью же демонстрирует беседу журналиста и героя сюжета (93,7 %) и видео комментариев (1,6 %). Интервью с видеорядом составляют 4,8 % всех сюжетов в этом жанре. Интервью с ведущим в кадре и графикой практически не было.

Применение различных масштабов изображения так же может меняться в зависимости от жанра (см. таблицу 11).

Из таблицы 11 видно, что использование общего (90,2 %), крупного планов (31,2 %) и деталей (65,8 %) более

⁹Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,02, число валидных наблюдений N = 658.

характерно для репортажей. Первый средний план используются в репортажах (78,6 %) реже, чем в интервью (87,3 %). Применение 2-го среднего плана используется в обоих жанрах похожим образом.

Таблица 11 – Таблица сопряженности масштаба изображения и жанра новостного сюжета¹⁰

Масштаб изображения		Относительная частота, % от суммы по столбцу	
		репортаж	интервью
Общий план	нет	9,8	77,8
	есть	90,2	22,2
1-й средний план	нет	21,4	12,7
	есть	78,6	87,3
2-й средний план	нет	56,7	54,0
	есть	43,3	46,0
Крупный план	нет	98,8	96,8
	есть	31,2	3,2
Деталь	нет	34,2	69,8
	есть	65,8	30,2

Таким образом, репортажи в визуальном плане представляют собой видеоряд или комментарий, снятый при помощи общего, крупного планов и деталей, с совпадением звука и картинки. Интервью же является беседой, снятой 1-м и 2-м средними планами, где видеоряд, если и появляется, то имеет косвенное или смещенное отношение с текстом новости. Так, гипотеза о том, что в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные визуальные способы отражения реальности в зависимости от изменения жанра сюжетов, полностью подтвердилась.

¹⁰Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,00, число валидных наблюдений N = 658.

Наличие связи темы и аудиальных способов отражения реальности

Влияние темы сюжета на состав аудиальных приемов в сюжетах было статистически подтверждено. Типы подачи аудиоинформации практически не изменяются с изменением темы, так как все они в равной степени встречаются в новостных сюжетах городского телевидения.

Что касается морфосинтаксических способов отражения реальности, то здесь зависимость применения тех или иных приемов от темы видна отчетливо (см. таблицу 12).

Таблица 12 - Таблица сопряженности морфосинтаксических приемов и темы новостного сюжета¹¹

	Морфосинтаксические приемы									
	порядок слов в слож-ных предло-жениях		Упрощен-ность синтаксиса		Используй-вание прямой речи		Употребл е-ние воскли-цаний и вопросов		Повторе-ние кон-струкци й	
	нет	есть	нет	есть	нет	есть	нет	есть	нет	есть
Действия	61,6	38,4	42,4	57,6	9,4	93,6	80,0	20,0	50,4	49,6
Происшестви-я	67,4	32,6	41,3	58,7	43,5	56,5	87,0	13,0	63,0	37,0
Культура	72,2	27,8	70,8	29,2	4,2	95,8	44,4	55,6	56,9	43,1
Наука	60,7	39,3	58,9	41,1	1,8	98,2	76,8	23,2	66,1	33,9
Спорт	85,4	14,6	75,0	25,0	39,6	60,4	72,9	27,1	58,3	41,7
Политика	65,8	34,2	26,3	73,7	7,9	92,1	76,3	23,7	39,5	60,5
Экономика	60,5	39,5	55,8	44,2	2,3	97,7	88,4	11,6	55,8	44,2
Экология	69,2	30,8	30,8	69,2	23,1	76,9	76,9	23,1	46,2	53,8
ЖКХ	69,2	39,8	91,5	8,5	0,0	100,0	76,9	23,1	38,5	61,5
Социальная	64,0	35,2	59,3	40,7	18,6	81,4	75,0	25,0	59,0	40,0

¹¹ Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,03, число валидных наблюдений N = 658.

	Морфосинтаксические приемы									
	порядок слов в сложных предложениях		Упрощенность синтаксиса		Использование прямой речи		Употребление восклицаний и вопросов		Повторение конструкций	
тематика	7						0	0	8	2

Таблица 12 показывает, что использование прямой речи (комментария), как было сказано выше, изменяется со сменой темы от 56,5 % в сюжетах о происшествиях до 100,0 % в сюжетах о ЖКХ. Употребление вопросительных и восклицательных предложений характерно для отражения политических мероприятий (73,7 %), и почти не используется при освещении проблем ЖКХ, политических событий и тем экономики и ЖКХ. Изменение порядка слов в сложных предложениях и повторение синтаксических конструкций используются во всех сюжетах вне зависимости от темы. Лексико-семантические способы отражения реальности не показали однозначной зависимости от изменения темы (см. таблицу 13).

Таблица 13 – Таблица сопряженности лексико-семантических приемов

и темы новостного сюжета¹²

	Лексико-семантические приемы					
	употребление слов с оценочным значением		использование идеологической лексики		противопоставление-усиление	
	нет	есть	нет	есть	нет	есть
Действия	76,8	23,2	66,4	33,6	53,6	46,4
Происшествия	71,7	28,3	73,9	26,1	56,5	43,5
Культура	38,9	61,1	58,3	41,7	65,3	34,7
Наука	58,9	41,1	64,3	35,7	58,9	41,1
Спорт	75,0	25,0	77,1	22,9	56,3	43,7
Политика	65,8	34,2	28,9	71,1	42,1	57,9

¹²Значимость критерия связи признаков Хи-квадрат равна 0,02, число валидных наблюдений N = 658.

Экономика	76,7	23,3	48,8	51,2	53,5	46,5
Экология	92,3	7,7	76,9	23,1	91,5	38,5
ЖКХ	53,8	46,2	61,5	38,5	38,5	61,5
Социальная тематика	74,0	26,0	63,7	36,3	62,7	37,3
	Лексико-семантические приемы					
	подтекст, предположение		игра оттенками смысла с помощью синонимов		использование стилистических приемов	
	нет	есть	нет	есть	нет	есть
Действия	47,2	52,8	47,2	52,8	91,2	8,8
Происшествия	47,8	52,2	60,9	39,1	91,3	8,7
Культура	72,2	27,8	43,1	56,9	16,7	83,3
Наука	60,7	39,3	46,4	53,6	71,4	28,6
Спорт	68,8	31,3	72,9	27,1	64,6	35,4
Политика	44,7	55,3	39,5	60,5	78,9	21,1
Экономика	48,8	51,2	60,5	39,5	88,4	11,6
Экология	38,5	61,5	30,8	69,2	84,6	15,4
ЖКХ	61,5	38,5	46,2	35,8	76,9	23,1
Социальная тематика	61,3	38,7	55,9	44,1	77,0	23,0

По данным таблицы 13 заметно, что вместе с темой сюжета меняются наличие слов и словосочетаний с оценочным значением от 7,7 % в теме экологии до 61,1 % в теме культурно-массовых мероприятий. Использование дополнительных смыслов и подтекстов чаще всего применяется в теме политики (55,3 %), и менее всего применяется при описании культурной жизни города (27,8 %), спорта (31,3 %) и ЖКХ (38,5 %). Использование стилистических приемов чаще всего применяются при описании мероприятий (8,3 %) и спортивных событий (35,4 %). Во всех новостных сюжетах не зависимо от темы используются в разной мере применение идеологической лексики, противопоставление и игра смыслами сообщения с помощью синонимов. Из всего вышесказанного можно сделать вывод о частичной связи темы сюжета и аудиальных приемах отражения событий социальной реальности.

Таким образом, тип подачи аудиоматериала частично зависит от темы сюжета. Морфосинтаксические приемы отражения действительности заметно изменяются в зависимости от темы новости. Лексико-семантические приемы отражения зависят от темы новостного сюжета частично, так как некоторые приемы применяются во всех новостных сюжетах или же редко встречаются в проанализированных сюжетах. Так, гипотеза о том, что в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные аудиальные способы отражения реальности в зависимости от изменения темы сюжетов, подтвердилась частично, так как некоторые аудиальные приемы используются во всех новостных сюжетах независимо от темы.

В результате данного исследования было выяснено, что новокузнецкие телеканалы: «ТВН», «10 канал» и «Ново-ТВ», - отражают городские события посредством создания новостных сюжетов, в которых соотношение звука и видео, формы и содержания составляют представление новокузнецчан о событиях, происходящих в городе.

Так, новостной сюжет на новокузнецком телевидении представляет собой репортаж на тему действий/работ, проходящих в городе, событий социальной направленности или культурно-массовых мероприятий, снятых общим и 1-м средним планом с участием одного-двух горожан - героев сюжета. С самой новостью зрителя знакомит журналист или ведущий, который в своей речи применяет усложненный синтаксис, различные оценочные суждения и стилистические приемы. Далее герой комментирует данное

событие на фоне посторонних шумов или музыки. Значимых различий в применении способов отражения реальности разными телекомпаниями города Новокузнецка не было выявлено.

В результате исследования получили подтверждение следующие гипотезы:

- доминирующим жанром для новостных сюжетов городских телеканалов является репортаж;

- в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов доминирующим визуальным представлением является видео комментариев, снятый средним и общим планом;

- наиболее распространенными аудиальными способами отражения городских событий являются синтаксически усложненный пересказ новости журналистом и использование прямой речи героя сюжета;

- в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные визуальные способы отражения реальности в зависимости от изменения жанра сюжетов.

Частично подтвердились гипотезы:

- новостной контент новокузнецких СМИ представлен, в большей степени, обзором городских и областных культурно-массовых мероприятий;

- в новостных сюжетах новокузнецких телеканалов применяются различные аудиальные способы отражения реальности в зависимости от изменения темы сюжетов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе были изучены теоретические основы коммуникативной деятельности журналистов средств массовой информации. Согласно концепции Н. Лумана средства массовой информации представляют собой аутопойезисную самовоспроизводящуюся систему, основным структурным элементом воспроизводства которой является коммуникация с внешней средой. СМИ выполняют информативную, рекреативную функцию, функции социальной связи и преемственности.

Анализ работ П. Бурдые и М. Маклюэна показал, что основная цель коммуникативной деятельности телевизионных средств массовой информации - удовлетворение информационных потребностей зрителей и взаимодействие с аудиторией. СМИ достигают данной цели через выполнение следующих задач: 1) отражение реальности и 2) формирование смыслов. В качестве инструмента достижения целей и задач СМИ используют основные коммуникативные элементы - медиасообщения. На основе идей Б. А. Грушина и Т. ван Дейка сделаны выводы о сущности и элементах общественного сознания, механизмах осуществления контроля СМИ над процессами познания и отражения окружающей действительности общественным сознанием.

Обзор научной периодики показал, что проблема отражения событий посредством создания новостных

сюжетов изучена достаточно хорошо, однако и здесь находятся области, в которых заметен недостаток эмпирических исследований. К таким областям относятся: особенности отражения событий в новостных сюжетах городских телеканалов и способы формирования смыслов в сознании горожан в процессе журналисткой деятельности посредством авторских программ.

Изучение подходов к созданию медиасообщений в качестве инструмента коммуникативной деятельности журналистов телевизионного канала показало, что как составная часть медиадискурса, новость представляет собой созданное с определенной целью сообщение, адресованное массовой аудитории. Такое сообщение должно удовлетворять критериям новостной ценности, быть информативным, объективным, понятным зрителю и поддерживать авторитет создателей сообщения. Посредством отбора новостных материалов и семиотических систем их представления, СМИ формируют повестку дня и воздействуют на зрителя, вкладывая определенные смыслы в новостные сюжеты.

Процесс создания новости представляет собой творческий процесс по интерпретации реального события и адаптации его содержания для восприятия большого числа зрителей. Такая интерпретация возможна благодаря правильному подбору жанра освещения новости, последовательности новостных рубрик с учетом специфики аудитории. Творческая работа журналистов регионального телевидения предполагает набор разнообразных компетенций таких, как умение найти проблему, адаптировать ее под потребности аудитории, нетривиально

продемонстрировать ее и предложить вариант развития или решения. При малом жанровом разнообразии программ у журналистов есть довольно большой перечень инструментов формирования смыслов и отображения реальности.

Методом исследования в выпускной квалификационной работе стал контент-анализ, благодаря которому представляется возможность проанализировать большой массив текстов (новостных сюжетов), описать основные способы отражения реальности, использованные в новостных сюжетах телекомпаний города Новокузнецка и выявить наиболее распространенные из них. В качестве второго метода исследования был выбран качественный анализ драматургии телевизионной программы и этнографии речи телевизионных персонажей. Данный метод подходит для анализа процессов, происходящих на экране во время трансляции авторских программ. На основе обзора источников научной литературы по выбранной теме был составлен инструментарий контент-анализа новостных сюжетов, а также бланк качественного анализа авторских программ новокузнецких телекомпаний.

В ходе первого (качественного) этапа исследования были рассмотрены средства речевого и визуального формирования смыслов журналистами новокузнецкого телевидения, определены границы взаимодействия журналистов и аудитории и выявлены основные роли журналиста в процессе формирования смыслов.

Средства речевого формирования смыслов в авторских программах новокузнецкого телевидения представляют собой изменения формы подачи сообщения: монолог журналиста,

диалог журналиста и гостя программы, а также полилог гостя, журналиста и зрителей. С формой сообщения изменяется его структура. От типа программы также зависят и создаваемые в ней смыслы: в монологических программах дан готовый шаблон с первичной информацией; в программах с диалогом, смыслы формируются в процессе коммуникации телегероев; полилогические же передачи позволяют зрителю принять опосредованное участие в такой коммуникации, а, следовательно, в формировании смыслов.

Визуальные средства формирования смыслов на телеэкране предстают в виде сочетания декораций, внешнего вида героев программы и дополнительных визуальных вставок. Оно дает зрителю возможность узнать о цели программы, характере действий, которые производят герои, а также создать впечатление об участниках коммуникации и их характеристиках, помогают зрителю включиться в контекст и воспринимать сообщение как типичное для определенной темы и определенного жанра.

Взаимодействие журналиста и зрителя ограничено временем и пространством телепрограммы и зависит от количества эфирного времени и места съемки. В рамках самой программы, журналист практически не имеет влияния на границы своей коммуникативной деятельности. В процессе формирования смыслов основная роль журналистов – управление. В зависимости от формы программы, количества ее участников и цели этой программы, к этой роли добавляются функции интервьюера, модератора, собеседника, инструктора.

Так, способы репрезентации смыслов в авторских программах новокузнецкого телевидения представляют собой речь героев на экране и картинку, сопровождающую эту речь. Поскольку именно информация является ядром репрезентации реальности и смыслов, именно ее форма и содержание, структура и ограничения, определяют наличие и характер визуальных приемов ее отображения, степени участия коммуникантов в процессе формирования смыслов и перечень функций журналиста в данном процессе.

В ходе второго (количественного) этапа исследования было выяснено, что в новостных сюжетах новокузнецких телекомпаний доминирующими темами являются действия/работы городских служб и социальная тематика. Доминирующий жанр новостных сюжетов на новокузнецком телевидении – репортаж.

В новостных сюжетах новокузнецкого телевидения доминирующими типами подачи видеоматериала стали видеоряд и видео комментариев, фигурой становятся герои, в качестве фона выступает помещение, для съемки чаще всего используются общий, 1-й средний планы и изображение мелких деталей. Среди аудиальных способов отражения реальности доминирующими типами подачи аудиоинформации стали подводка ведущего, рассказ журналиста и героя сюжета, а также фоновые шумы. Пересказывая события, журналисты используют прямую речь, усложненный синтаксис и синонимы.

Связь между жанром новости и визуальными способами отражения действительности подтверждена статистически и выражена в том, что репортажи в визуальном плане

представляют собой видеоряд с комментарием, снятый при помощи общего, крупного планов, деталей с совпадением звука и картинки. Интервью же является беседой, снятой 1-м и 2-м средними планами, где видеоряд, если и появляется, то косвенно связан с текстом новости.

Связь между темой новости и аудиальными способами отражения действительности также нашла статистическое подтверждение и проявляется в том, что морфосинтаксические приемы отражения действительности заметно изменяются в зависимости от темы новости. Лексико-семантические приемы отражения зависят от темы новостного сюжета частично, так как некоторые приемы применяются во всех новостных сюжетах или же редко встречаются в них.

Так, новостной сюжет на новокузнецком телевидении чаще всего представляет собой репортаж на социальную тему или тему действий/работ, проходящих в городе, снятых общим и 1-м средним планом с участием одного-двух горожан - героев сюжета. С самой новостью зрителя знакомит журналист или ведущий, который в своей речи применяет усложненный синтаксис, различные намеки и стилистические приемы. Далее герой комментирует данное событие на фоне посторонних шумов.

Данное исследование проводилось для того, чтобы выяснить, что и как показывают журналисты на городском телевидении, какие они используют приемы для отражения реальности и формирования смыслов и поддержания паттернов социального взаимодействия. Наиболее важной, по мнению автора работы, является информация о визуальных и

аудиальных способах отражения реальности и формирования смыслов. Такая информация имеет ценность и для журналистов, создающих телевизионный контент на городском телевидении. Результаты проведенного в рамках выпускной квалификационной работы исследования могут быть применены редакторами телепрограмм на телеканалах г. Новокузнецка для обсуждения на редакционном совещании по формированию тематического наполнения контента, выдвижения предложений по разнообразию жанров и аудиовизуального содержания новостей и авторских программ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акт коммуникации. - Текст: электронный // Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. — 3-е изд., перераб. — М.: Флинта: Наука, 2003. URL: [https://gufo.me/dict/translatology/ %D0 %B0 %D0 %BA %D1 %82_ %D0 %BA %D0 %BE %D0 %BC %D0 %BC %D1 %83 %D0 %BD %D0 %B8 %D0 %BA %D0 %B0 %D1 %86 %D0 %B8 %D0 %B8](https://gufo.me/dict/translatology/%D0%B0%D0%BA%D1%82_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8). - Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

2. «Акулы пера»: уровень доверия и положение в обществе. - Текст: электронный //ВЦИОМ. URL:<https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/mass-media-policy/article/akuly-pera-uroven-doverija-i-polozhenie-v-obshchestve.html>.- Режим доступа- свободный. (Дата обращения 27.04.20).

3. Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В. Ахмадулин. – 2-е изд. испр, и доп. –М.: Издательство Юрайт, 2019. –358 с.ISBN 978-5-534-00930-9.– Текст: непосредственный.

4. Ачкасова, В. А. Принцип «повестки дня» какдоминанта медийного пространства /В. А. Ачкасова. – Текст: непосредственный // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 7-9.

5. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции/ Г. П. Бакулев. –М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.–Текст: непосредственный.

6. Блинова.Э.В. Шаги к пониманию: творческие поиски регионального ТВ / Э.В. Блинова.–Текст: непосредственный // Журналистский ежегодник. – 2013. – №2-2.– С. 12-15.

7. Блинова, Э.В.Социальная ответственность регионального ТВ /Э. В. Блинова.–Текст: непосредственный // Журналистский ежегодник. – 2014. –№3.– С. 11-13.

8. Бурдые, П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. – Пер. с фр. Т. В. Анисимовой и Ю. В. Марковой. Отв.ред. и предисл. Н. А. Шматко – М.; Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160с. ISBN:5-7333-0041-8.–Текст: непосредственный.

9. Быков, Д.В. Структура новостных блоков на региональном телевидении в США (на примере станции KNQ города Спокан)/ Д. В. Быков. –Текст: непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия

2: Филология и искусствоведение. -2013. - №2 (121). -С.217-225.

10. Вакку, Г. В. Типы новостей на региональном телевиденье (на примере телеканалов«Москва 24» и ГТРК «Тверь») / Г. В.Вакку, С. Е. Степанова, А. А. Бакова.-Текст: непосредственный // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. - 2018. - №3(99). - С. 32-41.

11. Вартанова, Е. Л. Современная медиаструктура /Е. Л. Вартанова. - Текст: электронный //URL: https://nashaucheba.ru/v35781/засурский_я.н._средства_массовой_информации_постсоветской_россии?page=2. - Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

12. Верховская, А. И.Общественные связи журналистики в условиях преобразования общества /А. И. Верховская.-Текст: непосредственный // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / Сост. М.Е. Аникина.Часть 1.- М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, - 2010. - С. 37-60.

13. Грачева, М. О. Телерепортаж как вид журналистского дискурса. / М. О. Грачева.-Текст: непосредственный //Преподаватель XXI века. - 2003. - №.2. - С.325-331.

14. Грачева,М. О. Прагматический аспект телевизионного репортажа как жанра журналистского дискурса / М. О. Грачева.-Текст:непосредственный // Наука и школа. - 2013. - №4. - С. 106-109.

15. Гриндстафф, Л. «Реальное телевидение» и политика социального контроля/ Л. Гриндстафф. -Текст: непосредственный // Массовая культура: современные

западные исследования / Сборник статей Фонд научных исследований М.: 2005. – С. 76–87.

16. Грушин, Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования./ Б. А. Грушин. — Москва: Политиздат. -1987.— 368 с. -ISBN0302020200—302. -Текст: непосредственный.

17. Дейк, Т. А. ван Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации/ Т. А. ван Дейк. – Пер. с англ. — Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 344 с. -ISBN 978-5-397-03766-2. -Текст: непосредственный.

18. Жанр. – Текст: электронный // Энциклопедический словарь. URL: [http://evartist.narod.ru/text16/069.htm# %D0%B7_001_07/](http://evartist.narod.ru/text16/069.htm#%D0%B7_001_07/).- Режим доступа- свободный. (Дата обращения 10.03.20).

19. Журналисты и СМИ: доверие и роль в обществе. – Текст: электронный // ФОМ. URL:<https://fom.ru/SMI-i-internet/14138>. – Режим доступа- свободный. (Дата обращения 27.04.20).

20. Иванова, А. Н. Специфика формирования регионального телевиденья России и Франции (на примере компаний Краснодарского края и региона Прованс) / А. Н. Иванова. –Текст: непосредственный // Вестник Московского университета Сер. 10. Журналистика. – 2017. – №2. – С. 19–39.

21. Ильин, В.И. Драматургия качественного полевого исследования.— СПб.: Интерсоцис, 2006. — 256 с. («Социополис»: Библиотека современного социогуманитарного знания) ISBN 5-94348-043-9.-Текст: непосредственный.

22. Интернет против телевидения: битвапродолжается.- Текст: электронный //ВЦИОМ.

URL:<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116190>.-Режим доступа- свободный. (Дата обращения 27.04.20).

23. Кадр. - Текст: электронный // Энциклопедический словарь.URL: [http://evartist.narod.ru/text16/069.htm# %D0 %B7_001_07](http://evartist.narod.ru/text16/069.htm#%D0%B7_001_07).-Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

24. Квашина, Т. А. Западные парадигмы телевизионной коммуникации: от массового воздействия - к индивидуальному восприятию/Т. А. Квашина. -Текст: непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского Университета. - Сер. 9. -Вып. 3. - 2009. -С. 417-424.

25. Киреева, А. В. Средства идеологического конструирования телевизионного информационного дискурса / А. В. Киреева. -Текст: непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. - 2015. - № 10 (365). - С. 89-95.

26. Колодий, Н.А. Социология массовой коммуникации (Электронные лекции) / Н. А. Колодий - Текст: электронный // Федеральное агентство по образованию Государственное учреждение «Томский политехнический университет» Часть 1 2009. -URL: <http://lib.7480040.ru/images/books/978-5-98079-836-9.pdf>.-Режим доступа- свободный. (Дата обращения 23.03.20).

27. Кольцова, О. Ю. Кто и как влияет на производство новостей в современной России / О. Ю. Кольцова.-Текст: непосредственный // Pro et Contra. - Том 5. - № 4, - 2000. - С. 82-108.

28. Коммуникативная деятельность. - Текст: электронный // Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика

тикаобученияязыкам). — М.:ИздательствоИКАР. Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. 2009.URL: https://methodological_terms.academic.ru/656/КОММУНИКАТИВНАЯ_ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.- Режим доступа - свободный. (Дата обращения 11.03.20).

29. Курилов, А.Е. Генезис новости в новостном поле / А.Е. Курилов. -Текст: непосредственный // Преподаватель XXI века. -.2015. - № 2. - С. 391-398.

30. Луман, Н. Общество как социальная система / Н. Луман. - Пер. с нем.А. Антоновский. М: Издательство "Логос". 2004. - 232 с. ISBN 5-8163-0061-х. -Текст: непосредственный.

31. Луман, Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации/ Н. Луман. — М.: Логос, 2005. — 280 с ISBN 5-8163-0061-х. -Текст: непосредственный.

32. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М.Г. Маклюэн. - Пер. с англ. В. Николева; Закл. ст. М. Вавилова.- М.; Жуковский: "КАНОН-пресс-Ц" "Кучково поле",2003. - 464с. ISBN 5-86090-102-Х. - Текст: непосредственный.

33. Маркелова, И. С. Модель управления качеством новостных программ как единая система в международном стандарте ИСО 9001-2000 / И. С. Маркелова, В. Ф. Шуршев. - Текст: непосредственный // Вестник АГТУ Сер. Управление, вычислительная техника и информатика. - 2009. - №1. - С. 48-54.

34. Методы анализа текста и дискурса: учеб. пособие / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Бетгер. -Пер. с англ.- Харьков Гуманитарный Центр, 2009.-356 с. ISBN 978-966-8324-61-1 -Текст: непосредственный.

35. Михалкович, В.И. О сущности телевидения / В. И. Михалкович. – М., 1996 – Текст: электронный // URL:http://ispu.ru/files/Mihalkovich_VI_O_sushchnosti_TV.doc.– Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

36. Новикова, А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности / А. А. Новикова. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. — 236 с. ISBN 978-5-7598-1037-7.–Текст: непосредственный.

37. Новость. – Текст: электронный // Энциклопедический словарь. URL: http://evartist.narod.ru/text16/069.htm#%D0%B7_001_13.– Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

38. Отражение действительности. – Текст: электронный // Большая советская энциклопедия. URL: <https://gufo.me/dict/bse/%D0%9E%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>.–Режим доступа- свободный. (Дата обращения 11.03.20).

39. Платонова, Д. В. Информационное участие и формы его реализации в СМИ / Д. В. Платонова. – Текст: непосредственный // Теория и социология СМИ. Ежегодник 2010 / Сост. М.Е. Аникина. Часть 1.– М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, – 2010. – С.113-127.

40. Репрезентации реальности. – Текст: электронный // Энциклопедия эпистемологии и философии науки. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация». И.Т.Касавин. 2009. URL: https://epistemology_of_science.academic.ru/695/репрезентации.–Режим доступа – свободный.(Дата обращения 11.03.20).

41. Ритцер, Дж. Современные социологические теории. / Дж. Ритцер. - 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с. ISBN 5-318-00687-6. -Текст: непосредственный.

42. Россошанский, А. В. «Новостные ценности» российских СМИ / А. В. Россошанский. -Текст: непосредственный // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. - 2013. - Т. 13, вып. 4. - С. 89-92.

43. Рыжов, А. Тележурналистика в развитии малых городов России/ А.Рыжов -Текст:электронный // Аналитика культурологии. - 2008. -№12. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telezhurnalistika-v-razviti-malyh-gorodov-rossii/viewer>. - Режим доступа - свободный. (Дата обращения 08.03.20).

44. Рыжов, А. Доминантные жанры творчества журналистов малых городов России / А. Рыжов - Текст:электронный // Аналитика культурологии. - 2008. - №11. - URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/dominantnye-zhanry-tvorchestva-zhurnalistovmalyh-gorodov-rossii/viewer>. - Режим доступа - свободный.(Дата обращения 08.03.20).

45. Сарафанникова, Е. В. Авторитарность в телевизионном новостном сообщении / Е. В. Сарафанникова.- Текст: непосредственный // Вестник ВГУ. серия: лингвистика и международная коммуникация. - 2016. - № 4. - С. 31-34.

46. Сафонов, И. Е. Милитаризация информационного пространства на примере телевизионных новостных выпусков / И. Е. Сафонов -Текст: непосредственный // Русская политология — Russianpoliticalscience. - 2018. - № 4 (9). - С. 83-88.

47. Струкова, Е. В. Телевизионный новостной сюжет как разновидность медиатекста / Е. В. Струкова. –Текст: непосредственный // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. – № 56. – С. 143–149.

48. Сюжет. – Текст: электронный // Энциклопедический словарь. URL: http://evartist.narod.ru/text16/069.htm#%D0%B7_001_13.– Режим доступа– свободный. (Дата обращения 11.03.20).

49. ТВ: режим просмотра и предпочтения.– Текст: электронный //ФОМ <https://fom.ru/tag/Televidenie>.–Режим доступа– свободный. (Дата обращения 27.04.20).

50. Телевиденье остается основным источником новостей. – Текст: электронный // Левада-центр. URL:<https://www.levada.ru/2016/08/12/televidenie-ostaetsya-tem-istochnikom-novostej/>.–Режим доступа– свободный. (Дата обращения 27.04.20).

51. Тема. – Текст: электронный // социологический словарь. URL: <https://gufo.me/dict/social/%D0%A2%D0%95%D0%9C%D0%90>.–Режим доступа– свободный. (Дата обращения 27.04.20).

52. Фиск, Дж.Постмодернизм и телевидение // Дж. Фиск. – М.М.Назаров. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2002. – Текст: электронный / URL:<https://lilacland.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0011/11236.ao4tiqs05l.pdf>.–Режим доступа– свободный. (Дата обращения 11.03.20).

53. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов -Москва: Наука, 1972. — 240 с.-Текст: непосредственный.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бланк качественного анализа авторских программ новокузнецкого телевидения

Телеканал

Название

Дата выпуска

Журналист - ведущий

Тема

Гость/герой

Драматургический анализ

1. Название спектакля.
2. Определение жанра.
3. Анализ декораций спектакля.
4. Анализ костюмов актеров.
5. Анализ временных границ спектакля.
6. Анализ его пространственных границ.
7. Анализ зрительской аудитории спектакля и ее структуры.

Этнографический анализ:

Этап 1. Определение речевых событий

1. Каковы примеры речевых событий?
2. Какие классы речевых событий можно распознать или вывести?
3. Каков паттерн их встречаемости, их распределения друг по отношению к другу и во внешнем проявлении (в терминах некоторого общего поведения или выбранного аспекта)?

Этап 2. Речевая решетка

1. Регулирование, сцена - Физические обстоятельства, субъективное определение случая.
2. Участники - Говорящие, отправитель, адресант, слушатель, получатель, аудитория, адресат.
3. Итоги - Предназначение, цели, результаты.

4. Последовательность действий - Форма и содержание сообщения

5. Тональность - Тон, манера.

6. Инструменты - Канал (вербальный, невербальный, физический), формы речи, заимствованные из репертуара сообщества.

7. Нормы - Нормы интеракции и интерпретации, специфические особенности речи, интерпретация норм внутри системы культурных убеждений.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Пример качественного анализа авторских программ телеканалов города Новокузнецка

Телеканал – Ново-ТВ.

Название – Первая студия.

Дата выпуска – 15.04.2020.

Журналист – ведущий – Татьяна Яковлева.

Тема – Рабочие отношения во время карантина.

Гость/герой – Начальник службы занятости и начальник отдела инспекции труда.

Драматургический анализ

1. *Название спектакля* – Обсуждение городских проблем.

2. *Определение жанра* – беседа.

3. *Анализ декораций спектакля.* Декорации – это стоящие позади несколько голубых баннеров с полупрозрачным изображением города. На переднем плане расположены два полукруглых стола, один из которых занимает ведущая, а второй – гости программы. Стол ведущей расположен концами круга к нему, а стол гостей – наоборот. Цвет стола серый с синей горизонтальной полоской посередине. На столах перед каждым лежит раскрытая тетрадь формата А4. В правом нижнем углу экрана расположен квадрат с дополнительной съемкой сурдоперевода речи героев программы, сделанная в той же студии.

4. *Анализ костюмов актеров.* Мужчина одет в светло-серый костюм и голубую рубашку, женщины в кофтах.

5. *Анализ временных границ спектакля.* Спектакль длится в течение всей программы, 22 минуты.

6. *Анализ пространственных границ.* Спектакль остается в пределах одной локации – телестудии, в пределах которой герои не перемещаются. Они редко делают жестовые движения.

7. *Анализ зрительской аудитории спектакля и ее структуры.* Аудитория спектакля – горожане, которые увидят эту программу. Любой случайный зритель может стать адресатом данного спектакля, так как программа нацелена на широкую аудиторию.

Этнографический анализ:

Этап 1. Определение речевых событий

1. *Каковы примеры речевых событий?* – Диалог между героями программы

2. *Какие классы речевых событий можно распознать или вывести?* – Беседы между ведущей программы и гостями-героями.

3. *Каков паттерн их встречаемости, их распределения друг по отношению к другу и во внешнем проявлении?* 2 раза в неделю, в определенное время транслируются подобные видеоролики, где приглашенные участники поднимают значимые для города вопросы.

Этап 2. Речевая решетка

1. *Регулирование, сцена* – Студия для съемок телепрограмм.

2. *Участники* – Говорящие – ведущая программы Татьяна Яковлева и приглашенные гости программы. Слушающие – горожане, которые смотрят данную программу.

3. *Итоги* – пояснение для горожан проблемных ситуаций и ответы на актуальные вопросы.

4. *Последовательность действий* – В начале, ведущая приветствует зрителей и представляет гостей программы, называя их имена и должности. Далее коммуникация протекает в жанре интервью. Ведущая задает вопрос, а гости программы на него отвечают. Первый вопрос касался того, чем должны руководствоваться работодатели во время карантина, а также о том, как происходит самоизоляция работников? Представитель инспекции труда пояснила, что все должны руководствоваться Федеральными и региональными нормативными документами, в которых прописано по роду деятельности, кто уходит на изоляцию, а кто продолжает работать. Порядок и условия оплаты труда и прочие нюансы – по трудовому договору. Далее прозвучал вопрос о взятии оплачиваемого отпуска во время карантина, на что последовал ответ – все эти условия должны быть прописаны в договоре, если отпуск утвержден, то он не отменится, а если нет – то по договоренности с работодателем. На вопрос об увольнениях сотрудников ответили оба гостя, женщина из инспекции труда говорила, что предприятие не имеет право увольнять по причине карантина. А по инициативе сотрудника – может. При этом, много обращений в центр занятости с просьбами о выплате пособий по безработице. Были рассказаны условия выплат и способы постановки разных категорий граждан на учет по безработице. В конце программы рассказано про выплаты мамам с детьми и даны рекомендации к ознакомлению с приказами президента и губернатора о рабочем положении в стране и

области, о отмечено, что нормативные акты затрагивают не все случаи, по этой причине некоторые выплаты невозможны.

5. *Тональность* - Спокойный размеренный тон беседы, интеллигентный разговор.

6. *Инструменты* - Используется в большей степени вербальный канал передачи информации. Так же частотное использование специфических для конкретной темы и деятельности речевых приемов и конструкций, например, «Минимальное пособие по безработице, максимальное пособие по безработице, уволенные по статье, впервые вышедшие на рынок труда и т.д.»

7. *Нормы* - Явная интеракция в данном видеоролике представлена в виде вербальной коммуникации телегероев. Неявная интеракция в восприятии транслируемого сообщения и обсуждении актуальных тем и вопросов.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Инструкция кодировщику

Необходимо посмотреть видеосюжет (или фрагмент выпуска новостей).
Зафиксировать в бланке дату выхода сюжета.

В часть бланка "Общее описание сюжета" вписать следующее.

1. Телеканалы города Новокузнецка:

1.1 ТВН, 1.2 10 канал, 1.3 Ново-ТВ.

2. Длительность сюжета (м:сс)

3. Жанр:

3.1 Репортаж - вид монологической речи, направленной на массовую аудиторию в устном дистантном общении и осуществляемой при помощи технических средств.

3.2 Интервью- жанр в СМИ, в котором наиболее концентрировано реализуются базовые признаки процесса межличностного общения. В первоначальном своем значении интервью - это беседа журналиста (репортера, ведущего) с известной личностью, ученым, специалистом и т.п. В телевизионной журналистике употребляется также термин синхрон.

4. Тему сюжета: 4.1. Действия / работы, 4.2. Происшествия, 4.3. Культурно-массовые мероприятия, 4.4. Наука / образование, 4.5. Спорт, 4.6. Политика, 4.7. Экономика / промышленность, 4.8. Экология, 4.9. ЖКХ, 4.10 Социальная тематика.

5. Вида комбинации текста и видео:

5.1 Совпадение - где видео является знаком иконой по отношению к тексту. Изображение на экране полностью дублирует текст.

5.2 Смещение - видео является знаком индексом по отношению к тексту. Изображение на экране может показывать то же событие, но не являться отображением сказанного - оно будет связано с текстом по расположенности во времени или пространстве.

5.3 Косвенная связь - видео является знаком символом по отношению к тексту. Подобные смещения соотношений видео и текста могут быть обусловлены объективными факторами.

Далее, кодировщику следует еще раз пересмотреть сюжет (фрагмент новостного выпуска), обращая внимания на визуальные особенности подачи новостного материала.

В части бланка "Визуальный ряд" зафиксировать следующее.

6. Виды подачи видео материала:

6.1 Ведущий в кадре (приветствие, прощание, анонс, подводки и отводки сюжетов, информации, объявления)

6.2 Интервью, беседа (ведущий и специалист, ведущий и прямое включение со специалистом, спецкором и так далее);

6.3 Видеоряд в сюжете;

6.4 Видео комментариев в сюжете (В кадре - герой материала, очевидец, специалист и т. п.);

6.5 Стэндап в сюжете (в кадре - журналист на месте событий);

6.6. Графика (бегущая строка, заставки, цитаты, карты, графики, таблицы и прочие разновидности графического материала)

Записать с помощью 1-2 слов следующие категории:

7. «Фигура» представляет собой объект, который можно сразу увидеть в кадре,

8. Фон определяет этот объект, представляет его в данной среде.

9. «Ключевой кадр» - резюмирует или кратко излагает смысл данного отрывка произведения.

Фиксировать в бланк наличие / отсутствие следующих признаков:

10. «Нейтральные кадры», которые воссоздают атмосферу события и не нагружаются смыслами. 10.1. Есть, 10.2. Нет

В вопросе 11 кодировщику необходимо напротив наименования плана съемки отметить 1 в случае, если данный план присутствует в сюжете, и 0, если такого плана в сюжете нет.

11. Масштаб картинки:

11.1. Общий план – это изображение человека во весь рост вместе с окружающей его обстановкой. Это характеристика среды, где происходит действие определенного эпизода: место действия, время года, время суток, атмосферные условия.

11.2. 1-й средний план – это изображение человека чуть выше пояса вместе с окружающей его обстановкой.

Окончание приложения В

11.3. 2-й средний план – это изображение человека по колени. Человек на средних планах – это главное, это сюжетный центр композиции; среда – второстепенное.

11.4. Крупный план является сильнейшим средством воздействия на зрителя, представляющий собой изображение лица человека,

11.5. Деталь – это изображение предмета в обстановке, часто косвенная психологическая характеристика и самого героя, и среды его обитания.

После заполнения части бланка "Визуальный ряд", кодировщику необходимо еще раз пересмотреть/ переслушать сюжет (фрагмент новостного выпуска).

После просмотра видео, необходимо внести в часть бланка "Аудиальный ряд" информацию о наличии или отсутствии признака по аналогии с вопросом 11, где 1 -наличие признака, а 0 - его отсутствие.

12. Виды подачи аудио материала:

12.1.Подводка ведущего;

12.2.Закадровый голос автора;

12.3. Голос автора (журналиста) в кадре

12.4. Стэндап, интервью;

12.5. Голос героя материала, очевидца, специалиста и так далее;

12.6. Лайф;

12.7. Фоновые шумы;

12.8. Музыкальное сопровождение – в виде редчайшего исключения.

Следующие вопросы требуют цифровой кодировки ответов.

13. Громкость говорящих: 13.1 Громко, 13.2 Оптимально, 13.3 Тихо.

14. Наложение звуков друг на друга (посторонние шумы, мешающие восприятию речи говорящих): 14.1 Есть, 14.2 Нет.

15. Наличие оговорок, запинок, пауз у говорящих: 15.1 Есть, 15.2 Нет.

16. Темп речи говорящих: 16.1 Быстро, 16.2 Оптимально, 16.3 Медленно.

Два последних вопроса в бланке так же с множественным выбором наличия признака (1-есть, 0- нет)

17. Морфосинтаксический уровень обнаруживает имплицитно выраженную идеологическую направленность дискурса в виде субъективных категорий, очевидных для автора и аудитории (а потому автоматически подразумевающихся в дискурсе).

17.1. Порядок слов в конструкциях с сочинительными союзами может оказаться не случайным: строиться по принципу субъективной релевантности.

17.2. Игра активно-пассивными конструкциями позволяет снять ответственность с определенных действующих лиц и вывести на первый план другие.

17.3. Факт усложненности или упрощенности синтаксиса текста в целом – с целью сужения или, напротив, расширения адресата.

17.4. Использование прямой речи добавляет фактам, описанным в медийном продукте, достоверности.

17.5. Употребление восклицательных и вопросительных конструкций для выражения мнения и оценки.

17.6. Повторение синтаксических конструкций, синтаксическая анафора для усиления желаемого эффекта.

18. Лексико-семантический – эксплицитный, активный и эффективный уровень идеологического воздействия. На этой ступени автор работает с богатейшей палитрой средств.

18.1. «Употребление слов и словосочетаний с оценочным значением, а также с отрицательными или положительными коннотациями», в том числе – использование сниженной, просторечной лексики.

18.2. Использование идеологической лексики;

18.3. Противопоставление – усиление контраста между хорошими *нами* и плохими *ними*.

18.4. Подтекст, предположения, намеки, использование ассоциаций.

18.5. Игра оттенками смысла с помощью синонимов и перифразов.

18.6. Использование стилистических приемов: метафор, анафор, аллюзий, сравнений, иронии, каламбуров и так далее.

ПРИЛОДЕНИЕ Г

Классификатор контент-анализа

Общее описание сюжета	
1. Телеканал	1.1 ТВН
	1.2 10 канал
	1.3 Ново-ТВ
3. Жанр	3.1. Репортаж
	3.2. Интервью
4. Тема	4.1 Действия / работы
	4.2 Происшествия
	4.3 Культурно-массовые мероприятия
	4.4 Наука / образование
	4.5 Спорт
	4.6 Политика
	4.7 Экономика / промышленность
	4.8 Экология
	4.9 ЖКХ
	4.10 Социальная тематика
5. Тип соотношения звука и картинки	5.1 Совпадение
	5.2 Смещение
	5.3 Косвенная связь
Визуальный ряд	
6. Тип подачи видеоматериала	6.1 Ведущий в кадре
	6.2 Интервью / беседа
	6.3 Видеоряд в сюжете
	6.4 Видео комментариев в сюжете
	6.5 Стэндап в сюжете
	6.6 Графика
7. Фигура	Качественный показатель
8. Фон	Качественный показатель
9. Ключевой кадр	Качественный показатель
10. Наличие нейтральных кадров	10.1 Есть
	10.2 Нет
11. Масштаб изображения	11.1 Общий план
	11.2 1-й средний план
	11.3 2-й средний план
	11.4 Крупный план
	11.5 Деталь
Аудиальный ряд	
12. Тип подачи аудиоматериала	12.1 Подводка ведущего
	12.2 Закадровый голос автора
	12.3 Голос автора (журналиста) в кадре
	12.4 Стендап, интервью
	12.5 Голос героя материала, очевидца, специалиста и т.д.
	12.6 Лайф

	12.7 Фоновые шумы
	12.8 Музыкальное сопровождение
Окончание приложения Г	
13. Громкость	13.1 Громко
	13.2 Оптимально
	13.3 Тихо
14. Наложение звуков друг на друга	14.1 Есть
	14.2 Нет
15. Наличие оговорок, запинок, пауз	15.1 Есть
	15.2 Нет
16. Темп	16.1 Быстро
	16.2 Оптимально
	16.3 Медленно
17. Морфосинтаксические приемы	17.1 Порядок слов в синтаксических конструкциях
	17.2 Усложненности или упрощенности синтаксиса
	17.3 Использование прямой речи
	17.4 Использование восклицательных и вопросительных конструкций
	17.5 Повторение синтаксических конструкций
18. Лексико-семантические приемы	18.1 Использование слов и словосочетаний с оценочным значением
	18.1 Использование идеологической лексики
	18.2 Противопоставление
	18.3 Подтекст, предположения, намеки
	18.4 Игра оттенками смысла с помощью синонимов и перифразов
	18.5 Использование стилистических приемов

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Бланк контент-анализа

Дата: _____

Общее описание сюжета	
1. Телеканал	
2. Длительность	
3. Жанр	
4. Тема	
5. Тип соотношения звука и картинки	
Визуальный ряд	
6. Тип подачи видеоматериала	
7. Фигура	
8. Фон	
9. Ключевой кадр	
10. Наличие нейтральных кадров	
11. Масштаб изображения	
11.1 Общий план	
11.2 1-й средний план	
11.3 2-й средний план	
11.4 Крупный план	
11.5 Деталь	
Аудиальный ряд	
12. Тип подачи аудиоматериала	
12.1 Подводка ведущего	
12.2 Закадровый голос автора	
12.3 Голос автора (журналиста) в кадре	
12.4 Стендап, интервью	
12.5 Голос героя материала	
12.6 Лайф	
12.7 Фоновые шумы	
12.8 Музыкальное сопровождение	
13. Громкость	
14. Наложение звуков друг на друга	
15. Наличие оговорок, запинок, пауз	
16. Темп	
17. Морфосинтаксические приемы	
17.1 Порядок слов в синтаксических конструкциях	
17.2 Усложненности или упрощенности синтаксиса	
17.3 Использование прямой речи	
17.4 Употребление восклицательных и вопросительных конструкций	
17.5 Повторение синтаксических конструкций	
18. Лексико-семантические приемы	
18.1 Употребление слов с оценочным значением	
18.1 Использование идеологической лексики	
18.2 Противопоставление	
18.3 Подтекст, предположения, намеки	
18.4 Игра оттенками смысла	
18.5 Использование стилистических приемов	

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Сводная таблица результатов статистического анализа

Таблица Е.1 - Сводная таблица результатов статистического анализа

Общее описание сюжета		Относительные частоты
1. Телеканал	1.1 ТВН	42,2
	1.2 10 канал	18,7
	1.3 Ново-ТВ	39,1
3. Жанр	3.1. Репортаж	90,3
	3.2. Интервью	9,7
4. Тема	4.1 Действия / работы	19
	4.2 Происшествия	7
	4.3 Культурно-массовые мероприятия	10,9
	4.4 Наука / образование	8,5
	4.5 Спорт	7,3
	4.6 Политика	5,8
	4.7 Экономика / промышленность	6,5
	4.8 Экология	2
	4.9 ЖКХ	2
	4.10 Социальная тематика	31
5. Тип соотношения звука и картинки	5.1 Совпадение	55,2
	5.2 Смещение	25,4
	5.3 Косвенная связь	19,5
Визуальный ряд		
6. Тип подачи видеоматериала	6.1 Ведущий в кадре	1,6
	6.2 Интервью / беседа	9,3
	6.3 Видеоряд в сюжете	45,9
	6.4 Видео комментариев в сюжете	32,8
	6.5 Графика	10,5
10. Наличие нейтральных кадров	10.1 Есть	64,7
	10.2 Нет	35,3
11. Масштаб изображения	11.1 Общий план	83,7
	11.2 1-й средний план	79,3
	11.3 2-й средний план	43,6
	11.4 Крупный план	28,4
	11.5 Деталь	62,3
Аудиальный ряд		
12. Тип подачи аудиоматериала	12.1 Подводка ведущего	100
	12.2 Закадровый голос автора	72,9
	12.3 Голос автора (журналиста) в кадре	4,1

	12.4 Стендап, интервью	11,1
	12.5 Голос героя материала, очевидца, специалиста и т.д.	73,7
	12.6 Лайф	5,8
	12.7 Фоновые шумы	20,8
	12.8 Музыкальное сопровождение	9,4

Окончание приложения Е

Аудиальный ряд		Относительные частоты
13. Громкость	13.1 Громко	10,5
	13.2 Оптимально	81,2
	13.3 Тихо	8,4
14. Наложение звуков друг на друга	14.1 Есть	31,6
	14.2 Нет	68,4
15. Наличие оговорок, запинок, пауз	15.1 Есть	24,6
	15.2 Нет	75,4
16. Темп	16.1 Быстро	12,8
	16.2 Оптимально	76,6
	16.3 Медленно	10,6
17. Морфосинтаксические приемы	17.1 Порядок слов в синтаксических конструкциях	33,7
	17.2 Усложненности или упрощенности синтаксиса	45,5
	17.3 Использование прямой речи	85,4
	17.4 Использование восклицательных и вопросительных конструкций	25,5
	17.5 Повторение синтаксических конструкций	43,8
18. Лексико-семантические приемы	18.1 Использование слов и словосочетаний с оценочным значением	31
	18.2 Использование идеологической лексики	37,4
	18.3 Противопоставление	42,2
	18.4 Подтекст, предположения, намеки	42,9
	18.5 Игра оттенками смысла с помощью синонимов и перифразов	47,7
	18.6 Использование стилистических приемов	26,3

