

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

*На правах рукописи*

**ЛАПУК ЕКАТЕРИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА**

**ХАРАКТЕРИСТИКИ СОДЕРЖАНИЯ И ФОРМЫ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ  
НОВОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание учёной степени

кандидата филологических наук

Москва – 2024

Диссертация подготовлена на кафедре телевидения и радиовещания  
факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

**Научный руководитель:**

**Щепилова Галина Германовна**  
доктор филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:**

**Шестеркина Людмила Петровна**  
доктор филологических наук, доцент;  
заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью  
Института медиа и социально-гуманитарных наук  
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»

**Дугин Евгений Яковлевич**  
доктор социологических наук, профессор;  
заведующий кафедрой телевидения и радиовещания,  
проректор по научной работе ФГБОУ ДПО  
«Академия медиаиндустрии» («ИПК работников ТВ и РВ»)

**Ильченко Сергей Николаевич**  
доктор филологических наук, доцент;  
профессор кафедры телерадиожурналистики  
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

Защита диссертации состоится « 22 » мая 2024 года в 14:00 часов  
на заседании диссертационного совета МГУ.059.4-1 Московского  
государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 125009,  
г. Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, ауд. 103.

E-mail: dissovet.059.4-1@smi.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной  
библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект, д. 27)  
и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/2951>

Автореферат разослан « 18 » апреля 2024 года

Учёный секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат филологических наук

М.И. Макеенко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Одним из ключевых факторов наблюдаемых в начале XXI столетия масштабных социальных изменений является цифровизация, затронувшая многие сферы человеческой деятельности, в том числе медиакоммуникации и журналистику. На фоне развития информационно-коммуникационных технологий формируется единое медиапространство, в котором сосуществуют традиционные и новые медиа, профессиональная журналистика и блогосфера. Появление большого количества онлайн-платформ, позволяющих создавать и распространять сообщения, стало причиной падения тиражей и охватов печатных изданий – газет и журналов. Тем не менее выпуски новостей на телевидении остаются одним из главных источников актуальной информации для аудитории. Отчасти это связано с тем, что охват телевидения нередко почти совпадает с населением развитых и развивающихся стран, тогда как к настоящему моменту охват Интернета ещё уступает такому показателю.

Лишившись монополии на создание и распространение новостей, классические СМИ, в том числе и телевидение, столкнулись с проблемами усиления конкуренции и борьбы за аудиторию. В совокупности с технологическими изменениями, обусловившими, например, облегчение доступа журналистов к актуальным видеоматериалам, это не могло не вызвать изменений в производимых телевизионными редакциями новостных материалах. Не стоит забывать о том, что телевидение благодаря своей звукозрительной, воздействующей на чувства природе обладает высоким потенциалом формирования общественного мнения, что также определяет необходимость более пристального внимания к трансформациям телевизионных журналистских произведений.

Телевизионные новости представляют собой поликодовые медиатексты, в которых с точки зрения формы сочетаются вербальные, звуковые, визуальные и аудиовизуальные составляющие. На содержательном уровне к данному перечню добавляются жанровый и стилистический, риторический, проблемно-тематический, идеологический и культурный коды. Кроме того, телевизионные новости в контексте авторства могут быть как коллегиальными (речь идёт об информационных сообщениях, или заметках), так и авторскими (например, репортажи). Наличие автора-журналиста подразумевает возможность анализа подобных материалов на предмет использования средств художественной выразительности и выявления характеристик авторского стиля. К тому же телевизионные новости являются экранным произведением, а любому экранному произведению свойственна определённая степень художественности и субъективности. Такое количество характеристик телевизионной новости может способствовать привлечению внимания, выделению телевизионных новостей в качестве источника информации на фоне огромного разнообразия сообщений в других офлайн- и онлайн-массмедиа. Мы предполагаем, что телевизионные новости, обладающие сложной, поликодовой природой, скорее всего, подверглись влиянию технологических изменений последних лет как

минимум на каком-нибудь из перечисленных уровней. Значительная часть исследований телевизионных новостей посвящена изучению их содержательных характеристик, тогда как данная работа включает достаточно редкий анализ характеристик формы таких медиатекстов.

**Степень научной разработанности темы.** Работая над данным исследованием, мы опирались на российские и зарубежные источники различного типа: диссертации и научные статьи, отчёты и аналитические доклады соответствующих ведомств, статистические данные, интервью экспертов и данные открытых источников, включая информацию на официальных сайтах подразделений и средств массовой информации. Несмотря на наличие достаточного количества источников по теме телевизионных новостей, исследования, позволяющие проследить изменения в форме таких медиатекстов, практически отсутствуют.

Подход данного исследования базируется на идее Л. С. Выготского, согласно которой форма произведения является ключевым элементом, отличающим текст от набора фактов объективной действительности: в оригинале – форма «и есть то, что отличает искусство от неискусства»<sup>1</sup>, в случае нашей работы – медийную реальность от объективно существующей. Придавая особое значение форме медиатекстов, мы можем понять, как они устроены, совокупность каких характеристик делает телевизионные новости телевизионными новостями, так или иначе влияющими на формирование картины мира телезрителей.

Исторические и теоретические основы изучения телевидения и телевизионной журналистики изложены в работах Р. А. Борецкого, Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского, С. А. Муратова, Л. Ю. Мальковой, И. А. Полуэхтовой, С. Л. Уразовой<sup>2</sup>, технологиям создания аудиовизуального произведения посвящены книги М. М. Волынца, Н. Л. Горюновой, Л. Н. Нехорошева, А. Г. Соколова<sup>3</sup>.

Содержание телевизионных новостей является более изученной темой, тогда как форме медиатекстов в работах учёных уделяется меньше внимания. Механизм селекции играет важнейшую роль в содержательной стороне

---

<sup>1</sup> Выготский Л. С. Психология искусства. М.: АСТ, 2018. С. 34.

<sup>2</sup> Борецкий Р. А. Информационные жанры телевидения. М., 1961. 76 с. Телевизионная журналистика / Ред. колл.: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Моск. ун-та, Наука, 2005. 368 с. Муратов С. А. Документальный телефильм. Незаконченная биография. М.: ВК, 2009. 363 с. Малькова Л. Ю. Современность как история. Реализация мифа в документальном кино. М.: Материк, 2001. 188 с. Полуэхтова И. А. Телевидение и его аудитория в эпоху Интернета. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2018. 224 с. Уразова С. Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2011. 240 с.

<sup>3</sup> Волынец М. М. Профессия: оператор: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2008. 184 с. Горюнова Н. Л. Художественно-выразительные средства экрана. М., 2000. Нехорошев Л. Н. Драматургия фильма: учебник. М.: ВГИК, 2009. 183 с. Соколов А. Г. Монтаж. Телевидение, кино, видео: учебник. М.: Изд. А. Дворников, 2005. 242 с.

телевизионной новости<sup>4</sup>. Рассматривая тематику как одну из ключевых содержательных характеристик, Б. Арбауи, К. Де Сверт и В. Ван дер Брюг отмечают значимую долю сенсационной составляющей в современных теленовостях<sup>5</sup>, Р. Саволайнен характеризует понятия инфотеймента и политеймента<sup>6</sup>, Д. В. Быков фиксирует усиление развлекательного начала в телевизионных новостях<sup>7</sup>, К.-Д. Альтмеппен пишет о частичной замене теленовостей развлекательным контентом<sup>8</sup>, М. О. Руденко отмечает увеличение негативной информации на экране<sup>9</sup>.

Характеристика источников информации в телевизионных новостях является достаточно разработанной как российскими, так и зарубежными исследователями, среди которых наиболее сбалансированным мы считаем подход К. Беккерс и П. Ван Эйлта<sup>10</sup>, тем не менее предложенные классификации характеризуются недостаточной систематичностью и наличием пересекающихся типов акторов, именно поэтому нами предложена собственная типология, объединяющая сразу несколько подходов. При этом стоит отметить, что в научном дискурсе крайне редкими являются исследования, показывающие, как менялись телевизионные новости за достаточно продолжительный период времени.

На грани содержательной и формальной стороны телевизионной новости стоит категория жанра, подразумевающая наличие таких постоянных признаков, как мера типизации, способ отражения действительности, приёмы (техника) создания журналистского произведения и др.<sup>11</sup> Кроме того, стоит обратить внимание на вывод К. В. Чобанян о том, что тема телевизионной новости, являющаяся жанрообразующим фактором, может быть косвенно отражена в жанровых формулах, основными компонентами которых

---

<sup>4</sup> Сергеева В. К. Селекция как механизм конструирования социальной реальности в телевизионных выпусках новостей (на примере программы «Время» Первого канала) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2011. №6. С. 51.

<sup>5</sup> Arbaoui B., De Swert K., Van der Brug W. Sensationalism in news coverage: A comparative study in 14 television systems // *Communication Research*. 2020. Vol. 47. № 2. P. 313.

<sup>6</sup> Savolainen R. Infotainment as a hybrid of information and entertainment: a conceptual analysis // *Journal of documentation*. 2022. Vol. 78 № 4. P. 953–970.

<sup>7</sup> Быков Д. В. Телевизионные новости: от информации к развлечению // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2022. №3. С. 528–544.

<sup>8</sup> Altmeppen K. D. The gradual disappearance of foreign news on German television // *Journalism Studies*. 2010. Vol. 11. №4. P. 576.

<sup>9</sup> Руденко М. О. Негативная медийная информация и ее влияние на человека // *Медиаобразование*. 2014. №2. С. 108–112.

<sup>10</sup> Beckers K., Van Aelst P. Look who's talking: An analysis of actors in television news (2003–2016) // *Journalism Studies*. 2019. Vol. 20. №. 6. P. 872–890. Beckers K., Van Aelst P. Did the European migrant crisis change news coverage of immigration? A longitudinal analysis of immigration television news and the actors speaking in it // *Mass Communication and Society*. 2019. Vol. 22, №. 6. P. 733–755.

<sup>11</sup> Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика: учеб. пособие [Электронная версия]. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 20.

являются срочность, утилитарность информации и незавершенность действия<sup>12</sup>.

Аудиовизуальная составляющая формы телевизионных новостей анализировалась исследователями, например, в контексте использования вертикальных видео или пользовательского контента. Стоит выделить работу К. Рушель-Стокманс, посвященную осмыслению видеофиксации войн и иных конфликтов гражданскими журналистами: исследователь фиксирует «парадигмальный сдвиг» в визуализации и документировании исторических событий<sup>13</sup>. Рассматривая проблему адаптации теленовостей к интернет-пространству, Х. А. Гарсия-Авилес считает невозможным повторение успеха, который имеют традиционные выпуски телевизионных новостей, каким-либо онлайн-форматом доставки новостей<sup>14</sup>. На уровне кадра отмечается фрагментарное построение изобразительного ряда в телевизионном вещании в целом<sup>15</sup> и сокращение средней длины кадра в программах культурно-просветительской тематики в частности<sup>16</sup>.

Анализируя современное информационное вещание Чехии, Х. Хуртикова фиксирует разницу между содержанием выпусков новостей общественного вещателя и коммерческого телеканала TV Nova с точки зрения количества прямых включений и говорящих в кадре акторов<sup>17</sup>.

Телевидение в целом сохраняет свою значимость, во-первых, как особое массмедиа, обладающее рядом специфических характеристик, во-вторых, как донор содержания, а также жанров и форматов для интернет-среды, — донор, коим, в свою очередь, кинематограф был для самого телевидения<sup>18</sup>.

**Научная новизна** работы обусловлена тем, что в научном дискурсе отсутствуют исследования, фиксирующие изменения характеристик формы телевизионной новости с течением лет. Проблема исследования связана с недостатком сведений о характере изменения телевизионной новости как одного из ключевых офлайн-журналистских медиатекстов и необходимостью формирования критериев анализа аудиовизуальных новостных материалов, — необходимостью, очевиднее проявившейся со

---

<sup>12</sup> Чобанян К. В. Жанровые приоритеты и языковая модель современного информационного телеканала : на примере каналов Си-эн-эн и «Россия 24» : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. С. 11.

<sup>13</sup> Ruchel-Stockmans K. From Amateur Video to New Documentary Formats: Citizen Journalism and a Reconfiguring of Historical Knowledge // *Media and Mapping Practices in the Middle East and North Africa: Producing Space*. 2021. P. 140–141.

<sup>14</sup> García-Avilés J. A. Reinventing television news: Innovative formats in a social media environment. // *Journalistic Metamorphosis*. Springer, Cham. 2020. №. 70. P. 154.

<sup>15</sup> Советкина Э. В. Экранная клип-культура: взгляд в историю // *Вестн. МГУКИ*. 2012. №3 (47). С. 84.

<sup>16</sup> Оганесова Ю. А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2014. С. 93–94.

<sup>17</sup> Hurtíková H. The Importance of Valence-Framing in the Process of Political Communication: Effects on the Formation of Political Attitudes among Viewers of Television News in the Czech Republic // *Media Studies*. 2017. Vol. 8. № 15. P. 77.

<sup>18</sup> Коломиец В. П. Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020. С. 194.

стремительным увеличением объёмов медиаконтента, усиливающего конкуренцию между его производителями.

Нами разработана и апробирована комплексная методология анализа аудиовизуального журналистского произведения, которая может применяться не только к телевизионным новостям, но и к другим типам содержания – документальным фильмам, сложносоставным телепрограммам, видеорекламе.

Выявлено, что медиаконвергенция повлияла на форму телевизионной новости: значительно увеличилось количество пользовательского контента, инфографики и статичных изображений, появились кадры автопортретной съёмки и цитаты. Как следствие, определено, что телевизионные новости постепенно адаптируются к мультимедийной онлайн-среде, в которой медиатексты создают как профессиональные журналисты, так и представители аудитории. Однако установлено, что телевизионные новости обладают и некоторыми стабильными, не меняющимися с годами характеристиками (например, в аспекте крупности планов или минимизации кадров вертикальной съёмки), что характеризует телевизионные новости как медиатексты самостоятельного, особого массмедиа – телевидения. Впрочем, обнаружено сокращение средней продолжительности кадра при одновременном увеличении среднего количества кадров в одном медиатексте, что может быть связано не столько с встраиванием в единое онлайн-пространство, сколько с желанием удержать аудиторию за счёт динамичной смены кадров. Выявлен стабильный функциональный состав акторов в телевизионных новостях с преобладанием представителей политической сферы. Зафиксировано усиление развлекательного начала на уровне формы медиатекста при одновременном отсутствии увеличения количества развлекательных новостей с точки зрения тематики как содержательной категории.

**Объектом** исследования стали телевизионные новости Чешской Республики 1989, 2005 и 2021 гг. **Предмет** исследования – трансформация характеристик формы и содержания телевизионных новостей.

Чешское телевидение в качестве примера для рассмотрения трансформации формы и содержания телевизионных новостей было выбрано неслучайно. Во-первых, выбор медиасистемы Чешской Республики, члена Европейского союза, позволяет проанализировать специфику выпусков новостей типичного малого европейского теле вещателя. Телевизионные новости Чехии можно рассматривать как типовые, как достаточно распространённый в мире вариант данного вида медиатекстов, поскольку Чешская Республика в глобальном масштабе не принадлежит к числу флагманов развития телевизионной отрасли, к каким, например, относится телевидение России, США и Великобритании. Несмотря на это именно крупные страны с развитыми медиасистемами чаще привлекают внимание исследователей, из-за чего характеристики телевизионных новостей, которые транслируются в относительно небольших государствах (которых, однако, в мире больше), разрабатываются в научном сообществе реже. Кроме того,

Чешская Республика расположена в самом центре Европы, культура страны подвержена как западному, так и восточному влиянию, что отчасти находит отражение и в содержании телевизионных программ.

Во-вторых, телевизионный сегмент медиасистемы Чехии по многим показателям пересекается с телеиндустрией европейских стран, причём как государств бывшего социалистического блока, так и стран Западной Европы, что позволяет экстраполировать полученные результаты на информационное вещание как минимум европейских государств. Так, телевизионный сегмент рекламного рынка Чехии соотносится со среднеевропейскими показателями, похожей структурой доходов обладают общественные медиакомпании многих европейских стран, то же можно сказать и о показателях доверия телевизионным новостям, которые практически идентичны у анализируемого в работе общественного вещателя Чехии и таких телекомпаний, как BBC (Великобритания), RAI (Италия), ORF (Австрия) и др. Кроме того, в работе рассматриваются телевизионные новости, транслируемые на первом канале чешского телевидения, а именно выпуски новостей на главных телеканалах являются основным источником информации для существенной части населения, что можно сказать, например, в отношении BBC One в Великобритании, Das Erste (ARD) в Германии и др.

**Цель** исследования заключается в том, чтобы на основе чешских новостных материалов выявить изменения в форме и содержании телевизионных новостей за тридцатидвухлетний период. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

- определить черты трансформации формы чешских телевизионных новостей в 1989–2021 гг. в аспекте аудиовизуальных, технических, визуальных, аудиальных и монтажных характеристик;

- выделить черты трансформации содержания чешских телевизионных новостей в 1989–2021 гг. в аспекте жанровой и тематической специфики, а также типологии акторов;

- выявить тенденции, а также сформулировать отличия, характерные для телевизионных новостей каждого из периодов в контексте наличия пользовательского контента, автопортретной и вертикальной съёмки, статичных изображений, цитат и инфографики, выбора крупности планов, количества и продолжительности кадров, количества лайфов, музыкального сопровождения, монтажных переходов;

- определить стабильные и меняющиеся характеристики телевизионных новостей.

**Методика работы.** Основным методом является контент-анализ. Эмпирическим объектом исследования стали ежедневные итоговые выпуски новостей на первом канале телевидения Чехии. Был проведён анализ 63 информационных программ, включающих 1608 телевизионных новостей, которые сформированы 2755 выступлениями акторов и 19700 кадрами.

Контент-анализ формы телевизионных новостей включает четыре группы категорий: аудиовизуальные и технические характеристики (категории: хронометраж, тип съёмки, тип трансляции, структурные особенности, архивные кадры, длина кадра, количество кадров), визуальные характеристики (крупность планов, инфографика, цвет, анимация, визуальная метафора, фотографии, цитата), аудиальные (музыка) и монтажные характеристики (вид монтажных переходов).

Контент-анализ содержания телевизионных новостей также включает четыре группы категорий: тематика (политика, общество и социальные проблемы, здравоохранение, экономика, стихийные бедствия/катастрофы/аварии, криминал/судебные разбирательства, история, культура, наука, военная тематика, погода, спорт, стиль жизни, природа, космос, другое) и география материалов (новости национальные и международные – 7 групп и 2 подгруппы), источники информации (участники – 6 групп и 16 подгрупп, очевидцы, эксперты), а также жанры (информационные сообщения, выступление (монолог), репортаж, интервью, анонс и зарисовка).

**Хронологические рамки исследования.** В работе рассмотрены материалы, вышедшие в эфир в три периода – конца 1980-х гг., середины 2000-х гг., а также наиболее современный к моменту написания текста этап. Так, нами рассматривались три года – 1989, 2005 и 2021, – иллюстрирующие соответствующие тенденции каждого из периодов. Для каждого года анализировалось по три недели (по 21 выпуску ежедневной передачи за год: по 7 выпусков за март, 7 – за июль, 7 – за ноябрь). Подробнее формирование выборки описано в параграфе 1.4.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Процессы цифровизации и медиаконвергенции оказали очевидное и статистически фиксируемое влияние на форму телевизионных новостей, которые к настоящему времени характеризуются регулярным включением пользовательского контента, кадров автопортретной съёмки, статичных изображений (фотографий и цитат), инфографики. Данные факты свидетельствуют о постепенном встраивании телевизионных новостей в единую мультимедийную онлайн-среду, в которой сосуществуют профессиональные и пользовательские виды контента, что говорит о частичном изменении роли аудитории, которая всё чаще становится источником медиаконтента. Несмотря на игнорирование редакциями нестандартной вертикальной съёмки, телевизионные новости содержат кадры автопортретной съёмки. Появление в современных телевизионных новостях такого типа контента, как цитата, говорит об усилении в данных медиатекстах конвергентного начала, – о сочетании аудиовизуального сопровождения, визуального и звукового ряда, устного и письменного текста в рамках одного кадра. Тенденция подтверждается и количеством используемых статичных фотографий и кадров, содержащих инфографику.

2. Телевизионные новости характеризуются устойчивым набором используемых планов: несмотря на то что имеет место переход аудитории на

дополнительное (а для кого-то и основное) потребление теленовостей посредством смартфона, обладающего небольшим (по сравнению с телевизионным) экраном, увеличение использования крупных планов скорее отсутствует, что характеризует телевизионные новости как контент, предназначенный для горизонтальной трансляции на относительно больших экранах. Данный факт иллюстрирует невозможность некоторых изменений в угоду запросу новых медиа, а также наличие ряда устойчивых свойств, характеризующих телевизионные новости именно как контент телевидения – отдельного, особого массмедиа. Тем не менее продолжительность и количество кадров в телевизионной новости претерпели существенные изменения: сократилась средняя длина кадра при одновременном увеличении среднего числа кадров в одном медиатексте. Производители современных новостных передач наполняют эфир выпусками с более динамичной сменой кадров, что может быть связано с борьбой редакций за внимание телезрителей и попытками удерживать его за счёт высокой скорости смены кадров, которая первоначально была характерна для музыкальных клипов, коротких по хронометражу и подразумевающих сосредоточенный просмотр со стороны зрителей.

3. Телевизионные новости обладают стабильным функциональным составом акторов. Чаще других в качестве источников информации выступают представители политической сферы. Существенная разница между количеством интервьюируемых лиц из сферы политики и власти в периоды функционирования государственного и общественного вещания отсутствует. Вместе с тем наблюдается частичная демократизация статусов представленных в кадре лиц: всё чаще в синхронах место руководителей организаций и предпринимателей занимают специалисты и наёмные работники. В целом в современных телевизионных новостях зафиксировано существенное увеличение количества акторов, что говорит о тенденции передачи части заложенных в новости смыслов говорящим в кадре интервьюируемым лицам, тогда как в новостях конца прошлого века основной формой словесного донесения смыслов был закадровый текст журналиста или монолог ведущего информационной программы.

4. На современном этапе телевизионные новости чаще содержат развлекательные приёмы, что проявляется в увеличении использования лайфов, музыкального сопровождения и монтажных переходов. На уровне формы подтверждается тенденция проникновения развлекательного начала в информационное вещание: лайфы скорее «создают настроение», чем информируют, музыка интенсивно воздействует, что представляется излишним в выпусках новостей, монтажные переходы не несут смысловой нагрузки, а лишь приукрашивают склейки кадров. Стремление производителей современных телевизионных новостей разнообразить контент проявляется и на уровне выбора жанров: так, с течением лет увеличивается вариативность жанровой палитры, возвращаются жанры классического интервью и выступления (монолога), появляется и к настоящему моменту усиливает позиции жанр анонса, функция которого

находится на грани информационной и рекламной, что иллюстрирует усиление в современном информационном вещании не только развлекательного, но и продвигающего начала. Кроме того, в современных новостных выпусках увеличивается количество медиатекстов, выходящих в прямом эфире, что может говорить о стремлении производителей телевизионных новостей сообщать новости «здесь и сейчас», увеличивать скорость подачи материалов в эфир, чтобы, с одной стороны, успевать за более быстрыми онлайн-новостями, а, с другой стороны, благодаря совершенствующимся техническим возможностям эффективнее реализовывать свойства непосредственности и simultaneity телевидения.

**Теоретическая значимость** работы заключается в восполнении пробелов в характеристике тележурналистики Чешской Республики, а также в формировании критериев для эмпирического изучения телевизионных новостей и апробации предложенной методологии, которая может быть применена в дальнейшем исследовании как теленовостей, так и документальных фильмов, телепрограмм, аудиовизуальной рекламы. **Практическая значимость** исследования связана с возможностью использования его результатов в образовательном процессе на факультетах и кафедрах журналистики.

**Структура работы** представлена введением, двумя главами, в которых рассматриваются теоретические аспекты изучения телевизионных новостей и анализируется трансформация формы и содержания теленовостей в 1989–2021 гг., заключением, списком литературы и приложениями.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Введение** содержит обоснование актуальности темы исследования, цели и задачи, объект и предмет исследования, описание степени разработанности рассматриваемой темы, формулировку научной новизны, положений, вносимых на защиту, а также изложение теоретической и практической значимости работы.

В первой главе «**Теоретические аспекты изучения телевизионных новостей в контексте технологического развития**» представлен анализ научных работ, посвящённых исследованию особенностей формы и содержания телевизионных новостей, а также систематизация данных из отчётов, аналитических докладов и других источников, в которых содержится информация о медиасистеме Чешской Республики в целом и её телевизионном сегменте в частности.

Первый параграф первой главы «**Форма телевизионных новостей в оценках исследователей**» содержит информацию о том, что с точки зрения формы телевизионные новости сформированы звукозрительной, т.е. воздействующей на зрение и слух, информацией. В отличие от вербальной информации, воздействующей в основном на разум, аудиовизуальная информация, составляющая сущность телевидения, является более чувственной. Наблюдается стремление производителей журналистского содержания к сокращению размера публикаций, исследователи даже пишут о

«журналистике заголовков». Одновременно с этим аудитория в Сети реже досматривает видеозаписи до конца, быстро переходя к другому содержанию. Важной характеристикой современного телевизионного вещания является учащение смены кадров, наиболее часто встречающимся планом называют средний план. Использование вертикальных видео в телевизионных новостях считается неэстетичным, хотя аудитория социальных медиа хотела бы видеть аудиовизуальные новости исключительно вертикальными, сопровождаемыми закадровым голосом, музыкой, титрами и картинками. Музыкальное сопровождение в видеоматериалах может рассматриваться как приём манипуляции.

Второй параграф первой главы **«Содержание телевизионных новостей в оценках исследователей»** содержит информацию о том, что на основании сопоставления ряда жанровых типологий с проанализированным эмпирическим материалом мы предлагаем следующую классификацию жанров телевизионных новостей: краткое и полное информационное сообщение, выступление (монолог), репортаж, интервью, анонс и зарисовка. В контексте тематики теленовостей отмечаются тенденции усиления развлекательного начала, а также увеличения освещения негативных, трагических, жестоких событий в эфире телевизионных новостей. Зрители реже переключают телеканал во время трансляции «жестких» новостей по сравнению с «мягкими». «Жесткие» новости чаще транслируются общественными телеканалами, тогда как «мягкие» – коммерческими. Исследователи европейских теленовостей пришли к выводам о доминировании в информационных выпусках политических и иных элитарных акторов и о незначительном присутствии в эфире теленовостей «аутсайдеров общества». Телевизионные новости называют одним из ключевых источников информации о событиях, происходящих за рубежом.

Третий параграф первой главы **«Телеканалы и телевизионные новости Чешской Республики в конце XX – начале XXI вв.»** приводит к выводам о том, что современная медиасистема Чехии приближена к западноевропейским стандартам. Ключевыми тенденциями периода 1989-2021 гг. можно считать ликвидацию государственной монополии на услуги вещания, коммерциализацию частных массмедиа, интернационализацию и глобализацию собственников медиакомпаний, сменённую ренационализацией чешского медиарынка в 2010-х гг. (владельцами изданий стали представители национальных экономических элит), высокую скорость технологических изменений, особенно в аспекте цифровизации электронных СМИ. Несмотря на то что общественное вещание теоретически направлено на формирование гражданского общества, в реальности скорее имеет место слияние общественной и коммерческой моделей и переход к смешанной модели организации телеиндустрии, что отмечается благодаря стремлению общественных каналов максимизировать количество телезрителей, например, благодаря увеличению объёмов развлекательного контента.

Трансформация формы и содержания телевизионных новостей анализируется на материале телевидения Чешской Республики. Чешскую

телевизионную систему можно рассматривать как типовую, отражающую характеристики телевидения многих европейских стран. Так, вещание данной страны было выбрано по ряду причин. Во-первых, чешское телевидение отражает тенденции вещания постсоциалистических государств Центральной и Восточной Европы. Во-вторых, чешское телевидение столкнулось с появлением частных коммерческих телекомпаний одновременно со странами Западной и Северной Европы. В-третьих, интересующая нас общественная телекомпания Чехии также обладает достаточно распространёнными характеристиками европейских общественных вещателей (с точки зрения источников доходов, доли абонентской платы в среднем доходе домохозяйства, доверия аудитории телевизионным новостям).

Цифровизация, появление новых медиа, нелинейное телепотребление, фрагментация аудитории, усиление конкурентной борьбы за зрителей с приходом неинституционализированных производителей видеоконтента, медиаконвергенция являются ключевыми процессами, иллюстрирующими изменение аудиовизуального сегмента медиaprостранства в целом и медиасистемы Чешской Республики в частности. До появления Интернета телевидение (в том числе и информационное) представляло собой наиболее конвергентное массмедиа (эфир предлагает аудитории помимо видеосодержания фотографии, графические элементы, возможности радио и пр.). Так, можно предположить, что информационное телевизионное содержание должно относительно просто адаптироваться к новой мультимедийной онлайн-среде.

В четвёртом параграфе первой главы описана **методика исследования**. Нами были выбраны три периода – конец 1980-х гг., середина 2000-х гг., а также наиболее современный к моменту написания работы этап. В соответствии с целью проследить изменения в форме и содержании теленовостей неоднородный массив был разделен на три подгруппы (страты) по годам, принятым за условные точки отсчёта очередного этапа в истории телевизионных новостей. Поскольку выборка из небольшой и относительно однородной группы даёт более достоверные результаты, для анализа выбраны три иллюстрирующих основные тенденции года – 1989, 2005 и 2021, которые в исследовании образуют три периода (между периодами механически выбран равновеликий шаг в 16 лет).

На втором этапе проводился отбор ежедневных выпусков телевизионных новостей внутри периодов. Использовался следующий алгоритм: месяцы для анализа были выбраны на основании деления года, состоящего из 12 месяцев, на три части; при таком делении март, июль и ноябрь оказываются третьими месяцами каждой трети года. В каждом месяце была выбрана третья по счету неделя. Итак, анализировались выпуски новостей за третью неделю марта, третью неделю июля и третью неделю ноября 1989 г., 2005 г. и 2021 г. (всего девять недель).

Стоит подробнее охарактеризовать периоды и годы, на которых сосредоточено внимание в работе. Мы остановили выбор на 1989 г., потому что данный год является последним в государственном вещании первого

канала чешского телевидения и отражающим соответствующие тенденции. Спустя два года Федеральным собранием принимается закон № 468/1991, согласно которому телеканалы были разделены на два типа: «вещателей по закону» (*provozovatel ze zákona*), или общественных, и лицензированных/зарегистрированных вещателей (*provozovatel s licenci/provozovatel s registrací*), т.е. частных коммерческих. Помимо этого, 1989 г. является последним годом существования Чехии как социалистической республики, что представляется существенным при сравнении тематики медиатекстов.

2005 г. является значимым, потому что с 2005 г. в Чехии начинали активнее появляться специализированные каналы, что поспособствовало изменению привычек телесмотра и стало предвестником сегментации телеаудитории, тогда как известно, что телевидение до распространения Интернета являлось тем массмедиа, которое, напротив, спланивало зрителей. Кроме того, стоит подчеркнуть, что в 2005 г. телекомпания «Ческа телевизе» запустила круглосуточный информационный телеканал «Ческа телевизе 24», то есть данный период стал завершающим, когда *универсальные* чешские телеканалы были исключительными поставщиками телевизионных новостей.

**Таблица 1. Категории анализа содержания и формы телевизионных новостей**

Анализ содержания	
Тематика	Политика, Общество и социальные проблемы, Здравоохранение, Экономика, Стихийные бедствия/катастрофы/аварии, Криминал и судебные разбирательства, История, Культура, Наука, Военная тематика, Погода, Спорт, Стиль жизни, Природа, Космос, Другое
География новостей	Внутренние и зарубежные (7 групп и 2 подгруппы)
Источники информации	Участники (6 групп и 16 подгрупп), Очевидцы, Эксперты
Жанры	Информационные сообщения (краткие и полные), Выступление (монолог), Репортаж, Интервью, Анонс и Зарисовка
Анализ формы	
Аудиовизуальные и технические характеристики	Хронометраж (3), Тип съёмки (5), Тип трансляции, Структурные особенности (2), Архивные кадры, Длина кадра, Количество кадров
Визуальные характеристики	Крупность планов (6), Инфографика, Цвет, Анимация, Визуальные метафоры, Фотографии, Цитата
Аудиальные характеристики	Музыка
Монтажные характеристики	Виды монтажных переходов (3)

2021 г. является наиболее актуальным с точки зрения влияния цифровизации на форму и содержание теленовостей. Помимо этого, 2021 г. является вторым годом пандемии COVID-19, когда обсуждение эпидемиологической ситуации стало постепенно отходить на второй план.

В работе представлены результаты анализа 63 выпусков ежедневных итоговых новостей первого канала чешского телевидения (21 выпуск за каждый период). Различные категории контент-анализа, о которых будет сказано далее, требуют различных единиц анализа, поэтому в работе выделены три вида единиц анализа: собственно телевизионные новости, синхроны (фрагменты интервью, являющиеся структурным элементом телевизионных новостей) и кадры. В исследовании проведён анализ 1608 телевизионных новостей, 2755 синхронов и 19700 кадров. Категории анализа представлены в Таблице 1.

Во второй главе **«Трансформация характеристик телевизионных новостей в 1989–2021 гг.»** представлены результаты эмпирического исследования выпусков теленовостей первого канала телевидения Чешской Республики «Ческа телевизе 1» (Česká televize 1, ČT 1). Во-первых, телеканал является одним из главных для чешского зрителя. Так, среднесуточные доли аудитории аудитории телеканала составляли от 15 до 28% в 1997-2022 гг.

Во-вторых, «Ческа телевизе 1» является универсальным каналом, имеет наиболее неоднородную и широкую аудиторию, тогда как, например, специализированный информационный телеканал «Ческа телевизе 24» (Česká televize 24) появился только в 2005 г. и на протяжении 2005-2022 гг. имеет аудиторию, которая в 3-20 раз ниже аудитории универсального «Ческа телевизе 1».

В-третьих, именно анализируемая информационная программа на протяжении десятилетия с 2013 по 2022 гг. является наиболее авторитетной новостной программой у чешского зрителя по сравнению с выпусками новостей на коммерческих телеканалах TV Prima (Hlavní zprávy), TV Nova (Televizní noviny) и TV Barrandov (Moje zprávy). В 2022 г. телевизионным новостям общественного вещателя доверяли 59% зрителей, новостям телеканала TV Prima – 24%, TV Nova – 15%, TV Barrandov – 2%.

В первом параграфе второй главы **«Тематика и география материалов»** мы выяснили, что в проанализированных выпусках политическая тематика занимает наиболее важное место, хотя и наблюдается некоторое сужение политической повестки с течением лет (с 29% в 1989 г. до 18% в 2021 г.). Из выпусков новостей практически ушла спортивная тематика, к которой принадлежали около четверти медиатекстов в 1989 г. и только около 1% в 2005 и 2021 гг. Так, несмотря на развиваемую медиаисследователями идею об увеличении развлекательного начала в телевизионных новостях данная мысль не нашла подтверждения в контексте содержания медиатекстов: количество чисто развлекательных материалов тематики стиля жизни остаётся ничтожно малым, важно отметить и уход из новостных выпусков спортивной (тоже в некоторой степени развлекательной)

тематики. Наиболее представленными в каждый из периодов являются медиатексты о политике.

Мы выяснили, что наибольшее внимание зарубежной повестке уделялось в 1989 г. (около половины телевизионных новостей были посвящены событиям, происходившим за пределами ЧССР, притом что словацкая повестка относилась к внутренним новостям). Кроме того, больше всего внимания новостям Словакии также уделялось в 1989 г. (в среднем 5%), тогда как в 2005 и 2021 гг. показатель упал до 2%. В целом новости современных периодов сосредоточены на событиях, происходящих внутри Чехии: их было выявлено в среднем 60% для 2005 г. и 70% для 2021 г. Мы утверждаем, что пандемия COVID-19 скорее не повлияла на усиление замкнутости телеканала на внутренней повестке, поскольку похожие показатели характерны для 2017, 2018 и 2019 гг.

При делении зарубежных новостей по частям света, в которых происходили освещаемые события, мы получили, что в среднем шесть из десяти заграничных медиатекстов каждого периода посвящены Европе. Среди зарубежных стран, освещаемых в новостях, лидерами за три периода являются США, которым посвящено 7% зарубежных новостей в 1989 г., 10% – в 2005 г., 10% – в 2021 г. Также стоит отметить СССР и Россию, которым отведено 19% зарубежных новостей в 1989 г., 8% – в 2005 г., 4% – в 2021 г. Поскольку Европа наиболее представлена в иностранной повестке, необходимо указать, что среди государств Западной и Северной Европы в наибольшей мере освещаются новости Германии (ГДР и ФРГ – 7% в 1989 г., объединённая Германия – 4% в 2005 г. и 6% в 2021 г.), Франции (6% в 1989 г., 3% в 2005 г., 6% в 2021 г.), Великобритании (2% в 1989 г., 7% в 2005 г., 4% в 2021 г.), также стоит отметить восточноевропейскую Польшу (3% в 1989 г., 5% в 2005 г., 4% в 2021 г.).

Представляется важным отметить, что как в 2005 г., так и в 2021 г., при освещении событий, связанных с Россией, встречались материалы, в которых говорилось о регионах РФ без упоминания названия нашей страны: так, например, были выпущены новости об экстренной посадке самолёта в *Сибири* и об обрушении части конструкций на складе в *«сибирском Красноярске»*. Также отмечено формирование негативного образа России посредством отбора освещаемых событий – например, сообщения об ухудшении условий существования бездомных людей в Москве в связи с началом заморозков – сообщения, которое имеет достаточно спорное отношение к повестке главного телеканала Чехии.

Таким образом, телевизионные новости Чешской Республики с течением лет замыкаются на освещении внутренней повестки, наибольшее внимание зарубежным событиям уделялось в 1989 г. Европейские государства чаще других присутствуют в новостных выпусках.

Во втором параграфе второй главы **«Источники информации»** было выявлено, что с годами присутствие в кадре высказывающих свою точку зрения лиц значительно возросло: если в 1989 г. 77% медиатекстов не имели ни одного актора, то в 2005 г. и 2021 г. семь из десяти материалов содержат

хотя бы один синхрон. Кроме того, количество стендапов, знаменующих собой присутствие в кадре автора-корреспондента, в современные периоды выросло в пять раз по сравнению с 1989 г. Нам представляется значимым вывод о стабильном функциональном составе акторов во все девять недель исследования: примерно 70% из них относятся к группе участников, около 20% – к группе очевидцев, примерно 10% – к группе экспертов.

Акторы из сферы политики и власти чаще всего выступают в качестве источников информации (от 46,5 до 61%). С годами был отмечен рост числа зарубежных политиков в новостных выпусках, причём политики Запада минимум в 2,5 раза чаще появляются в эфире чешских теленовостей, чем политики из группы «Восточная Европа», к которой относились страны СНГ, включая Украину, республики бывшей Югославии и государства, входившие в Организацию Варшавского договора. Заметим, что в 1989 г. количество акторов-политиков западных стран в пять раз выше политических акторов бывшего восточного блока. Отмечена демократизация статусов акторов из экономической сферы. Так, количество руководителей и бизнесменов в качестве источников информации сократилось с 20% в 1989 г. до 5% в 2005 г. и 10% в 2021 г., тогда как число синхронов со специалистами-производственниками выросло в шесть раз, с наёмными работниками – минимум вдвое. Результаты соответствуют данным об увеличении числа акторов-граждан и акторов, представляющих гражданское общество, в телевизионных новостях 1990-2014 гг.

Итак, к современному периоду значительно возросло количество синхронов и стендапов в медиатекстах. Несмотря на показательные различия в количестве интервьюируемых лиц с точки зрения их статуса, профессиональной принадлежности, было выяснено, что стабильным для всех периодов является функциональное соотношение акторов. Телевизионные новости продемонстрировали, что наибольшая доля экспертов характерна для периода государственного вещания, в среднем количество экспертов в чешских теленовостях соотносятся с аналогичными показателями Италии, Индии и Колумбии. Абсолютное большинство участников представляют сферу политики и власти, данные результаты вписываются в контекст ряда аналогичных исследований телевизионных новостей. Среди зарубежных политиков представители западных стран минимум вдвое чаще политиков бывшего социалистического блока выступают в качестве источников информации. Кроме того, выявлена демократизация статусов экономических акторов: в разы выросло количество интервьюируемых специалистов и наёмных работников.

В третьем параграфе второй главы **«Жанры материалов»** было зафиксировано, что в 2021 г. помимо репортажей и кратких информационных сообщений на первый план выходят полные информационные сообщения, вовсе отсутствовавшие в 1989 г. и незначительно представленные в 2005 г. В целом с течением времени заметен переход от господства репортажа и краткого информационного сообщения к большему разнообразию жанров. В 2021 г. значительно усиливается роль анонсов в новостном выпуске (7%

против 0,5% в 1989 г. и 2% в 2005 г.). Помимо этого, в 2005 и 2021 гг. не встречается художественный жанр зарисовка, что говорит о преобладании медиатекстов информационной группы жанров в современных выпусках новостей.

В результате анализа медиатекстов было отмечено не столько видоизменение жанров информационной тележурналистики, сколько более сбалансированное наполнение выпуска новостями разных жанров. Так, нежурналистская репортажная форма «Без комментариев» была и остаётся крайне незначительной в каждый из периодов исследования. Наибольшее жанровое разнообразие характерно для современности, тогда как ранее господствовали краткие информационные сообщения и репортажи. Мы делаем вывод о том, что процесс медиаконвергенции оказал определённое влияние на жанровый аспект теленовостей: интервью как отдельная единица выпуска постепенно уходит и становится, например, частью информационного сообщения, превращая его из «краткого» в «полное». То есть отчасти имеет место не только постепенное увеличение жанрового разнообразия, наблюдаемое с годами, но и «сплавнение», сращивание жанров и превращение их в новые.

Четвёртый параграф второй главы «**Аудиовизуальные и технические характеристики**» включает следующие выводы. Средняя продолжительность одного медиатекста к современному периоду выросла на 20% с 64 сек в 1989 г. до 77 сек в 2021 г. Было выявлено увеличение использования подводок ведущих к журналистским медиатекстам с течением лет, отводки, напротив, почти полностью исчезли из новостных выпусков. Предположение о снижении применения панорам в телевизионных новостях с течением лет не подтвердилось. Напротив, к 2005 и 2021 гг. почти в два раза выросло количество панорам в медиатекстах. Однако количество трансфокаций в телевизионных новостях с годами уменьшилось почти на треть.

Вертикальные видео крайне незначительно представлены в эфире теленовостей Чехии: из 11401 кадра 2021 г. только 50 кадров были сняты для просмотра в портретном режиме. В 1989 и 2005 гг. вертикальная съёмка полностью отсутствовала. То же касается и автоматической съёмки, которая тем не менее встречалась и в 2005 г. В среднем на десять медиатекстов 2021 г. приходится один, содержащий кадры селфи-съёмки. Отмечено усиление тенденций гражданской журналистики (к 2021 г. число медиатекстов с UGC увеличилось в 4,5 раза) при крайне незначительном количестве пользовательского контента на чешском экране в 2005 г. К 2021 г. возросло использование лайфов в теленовостях: почти треть медиатекстов содержат хотя бы один лайф, тогда как в 2005 г. только в 7% материалов встречались лайфы, в 1989 г. – в 1%.

Существенно сокращается средняя длина кадра: в одном материале 1989 г. она составляет 13,54 сек, тогда как в 2005 г. – в два раза меньше – 6,34 сек. Несмотря на продолжающееся увеличение количества информации в медиапространстве в период с 2005 по 2021 гг., которое, казалось бы, должно

было побудить производителей видеосодержания и далее сокращать длину кадра, – средняя продолжительность кадра в телевизионной новости 2021 г. несколько увеличилась и составила 8,1 сек. Вдвое увеличилось среднее количество кадров в одной телевизионной новости за период с 1989 г. по 2021 г. Так, среднее количество кадров в материале 1989 г. насчитывает 7,7 кадра, в 2005 г. показатель вырастает до 13,3 и к 2021 г. – до 15,1, что в совокупности с сокращением средней продолжительности кадра в телевизионной новости говорит о достаточно значительном увеличении «мелькания» на экране телевизора во время трансляции информационных программ.

Таким образом, отсутствие вертикальной съёмки в эфире телевизионных новостей говорит об избирательности редакции, ведь, например, количество пользовательского контента в анализируемых медиатекстах (который в действительности – до отбора – нередко является вертикальным) увеличилось в четыре раза к современному периоду. Усиление позиций пользовательского контента и селфи-съёмки в эфире отчасти свидетельствует о постепенном встраивании телевизионных новостей в единое мультимедийное пространство, где сосуществуют медиатексты профессиональных и непрофессиональных производителей медиаконтента.

Пятый параграф второй главы **«Визуальные характеристики»** посвящён рассмотрению особенностей визуальных средств экранной выразительности в теленовостях 1989-2021 гг. Предположение об увеличении числа крупных планов в эфире телевизионных новостей в связи с увеличением использования смартфонов в качестве носителей медиасодержания не подтвердилось. Имеет место лишь незначительное увеличение использования крупных планов с 16% в 1989 г. до 19% в 2021 г. К современным периодам отмечено уменьшение использования среднего коленного плана в полтора раза, а также незначительное увеличение использования среднего поясного плана. Тем не менее разительные отличия в крупности планов между периодами не зафиксированы. Количество теленовостей с инфографикой значительно увеличивается с годами: в 2005 г. материалов с инфографикой выявлено в пять раз больше, чем в 1989 г., в 2021 г. – в семь раз больше, чем в 1989 г. Анимация отсутствует в новостях 1989 г., незначительно выражена в периоды 2005 и 2021 гг.

Работа с цветом и использование визуальных метафор встречаются нечасто в новостях чешского телевидения. В среднем два из 100 медиатекстов содержат работу с цветом в 1989 г., пять из 100 – в 2005 г. и четыре из 100 – в 2021 г. Включение в телевизионную новость визуальных метафор, которых за все периоды было выявлено всего девять, является наиболее редко встретившимся средством экранной выразительности, причём визуальные метафоры 2021 г. повторяли друг друга, изображая людей за заборами, перегородками и др., символизирующими ограничения в передвижении, вызванные периодами самоизоляции из-за пандемии COVID-19. Из двух типов статичных изображений – фотографий и цитат – первые встречаются минимум в пять раз чаще, причём в медиатекстах 1989 г. цитаты полностью

отсутствуют. В среднем 6% медиатекстов 1989 г. содержат хотя бы одну статичную фотографию, к 2005 г. показатель вырастает до 21% теленовостей, в 2021 г. составляет 19%.

Таким образом, технологическое развитие оказало влияние на визуальные характеристики телевизионной новости: с годами существенно увеличивается количество медиатекстов с инфографикой, увеличивается количество новостей с анимацией. Свидетельством влияния медиаконвергенции отчасти может служить появление в телевизионных новостях такого структурного элемента, как цитата, а также более активное включение в материалы статичных фотографий. Укрупнение с течением лет планов для удобства потребления теленовостей посредством экрана смартфона скорее отсутствует.

В шестом параграфе второй главы «**Аудиальные и монтажные характеристики**» мы пришли к выводу о том, что реже всего музыка использовалась в телевизионных новостях 2005 г.: в среднем только 1% материалов имел музыкальное сопровождение, тогда как в 1989 г. было выявлено около 5% новостей с наложенной музыкой. Чаще всего музыка использовалась в 2021 г. – в среднем в 7% теленовостей. В монтажной группе средств экранной выразительности единственным рассматривавшимся приёмом является категория монтажных переходов. Только наплыв присутствовал в теленовостях всех трёх периодов (в 2% материалов 2005 г., в 3% – 1989 г., в 4% – 2021 г.). Вытеснение было задействовано только в 1989 г. и реже всего – в среднем в 1% медиатекстов. Напротив, вспышка, присутствовавшая только в новостях 2021 г., является самым частотным монтажным переходом для одного периода: она отмечена в 7% материалов. Именно о вспышке исследователи писали как о наиболее отталкивающем и неэстетичном монтажном переходе.

Так, современный период характеризуется наиболее частым включением в медиатексты лайфов, музыкального сопровождения и монтажных переходов, что расценивается нами как выражение развлекательного начала на уровне формы телевизионной новости.

В **Заключении** приведены общие итоги исследования. В результате анализа эмпирических данных было выяснено, что процесс цифровизации оказал влияние на форму телевизионной новости. С одной стороны, количество пользовательского контента в телевизионных новостях выросло в четыре с половиной раза к 2021 г. по сравнению с 2005 г., что говорит о процессе перехода традиционных теленовостей в мультимедийную эру конвергентной медиасреды. С другой стороны, такие типы съёмки, как автоматическая и вертикальная, практически отсутствуют в эфире новостей, что свидетельствует об избирательности новостных редакций, которые достаточно редко пропускают в эфир нестандартные видео. Частичные изменения, вероятно, внесла пандемия COVID-19, поскольку в 2021 г. автопортретная (селфи-) съёмка, полностью отсутствовавшая в другие периоды, встречалась достаточно часто – в среднем в одном из десяти медиатекстов. Так, мы делаем вывод о консервативности телевизионных

новостей с точки зрения выбора типов съёмки при одновременной восприимчивости информационных телевизионных медиатекстов к встраиванию пользовательского контента, знаменующему постепенное вхождение теленовостей в цифровую мультимедийную среду, в которой меняется роль представителей аудитории с пассивной на активную, что способствует формированию «партиципаторной культуры», или «культуры участия».

С течением лет форма телевизионных новостей усложняется: в разы увеличивается количество медиатекстов с инфографикой, чаще используется анимация, около 20% теленовостей 2005 и 2021 гг. содержат статичные фотографии, появляются цитаты. Включение параметров работы с цветом, использования архивных кадров и визуальных метафор, связанных с проявлением авторского начала журналиста посредством работы с визуальной образностью, несущественно, что подтверждает принадлежность теленовостей к строгой информационной группе медиатекстов, в которых использование визуальных средств экранной выразительности сводится практически к нулю.

Несмотря на постепенный переход аудитории на дополнительное (а для кого-то и основное) медиапотребление посредством смартфона увеличение использования крупных планов с течением лет не зафиксировано. Исследователями отмечен постепенный переход производителей телевизионного содержания 1960-х гг. от предпочтительного использования крупных планов в связи с увеличением размера телевизионных экранов. Мы предполагали, что производители теленовостей могут увеличить использование крупных планов в связи с переходом аудитории на небольшие экраны смартфонов, однако предположение не подтвердилось. Тем не менее мы выявили единый для всех периодов пропорциональный состав телевизионной новости в аспекте крупности планов: около четверти планов являются дальними, пятая часть – общими, примерно треть – средние, и шестую часть составляют крупные планы.

В контексте трансформации формы телевизионной новости за период 1989–2021 гг. нами зафиксировано существенное увеличение частоты смены кадров, достигаемое за счёт двух факторов: во-первых, сокращения средней продолжительности кадра, во-вторых, увеличения среднего количества кадров в одной новости вдвое за 32-летний период. Кроме того, зафиксировано увеличение использования такого типа съёмки, как панорамирование, которое также способствует созданию дополнительного движения в кадре. Выявленные факты говорят о стремлении производителей теленовостей захватить и удержать внимание зрителя на уровне формы. Мы считаем, что перспективными являются аналогичные исследования в отношении видео в социальных медиа, хронометраж которых нередко ограничен одной минутой; такой небольшой временной промежуток скорее всего потребует ещё большего увеличения частоты смены кадров.

Вопреки становлению «журналистики заголовков» выявленное на всех уровнях увеличение хронометража (целого выпуска, отдельного медиатекста,

поводок и отводок) свидетельствует о возможности универсального телеканала уделять больше эфирного времени новостным программам, вероятно, из-за увеличения числа специализированных каналов, которые вбирают в себя телепередачи нишевой тематики, освобождая время для наполнения эфира (в числе прочего) информационными медиатекстами.

Нами выявлен стабильный функциональный состав акторов, характерный для всех периодов: семь из десяти акторов относятся к группе участников, двое из десяти – к группе очевидцев, один из десяти – к группе экспертов, что подтверждает мысль о шаблонности теленовостей и слабо выраженном творческом начале автора-журналиста.

Подробнее нами рассмотрены наиболее многочисленные акторы-участники (их было 2078 от общих 2755 акторов). Выяснено, что минимум половина акторов-участников в каждый из периодов относятся к сфере политики и власти, причём, во-первых, отмечен рост количества зарубежных акторов-политиков при движении к 2021 г., во-вторых, мы выяснили, что даже в период ЧССР количество политиков из стран Запада минимум в два с половиной раза превышает число политиков из стран восточного блока. Единое как для периода государственного, так и для периодов общественного вещания абсолютное преобладание акторов-политиков свидетельствует об отсутствии существенных отличий между ключевыми акторами в теленовостях сразу при двух отличающихся системах: во-первых, при разных моделях вещания, во-вторых, при разных формах правления в стране (однопартийной социалистической республики в 1989 г. и парламентской – в 2005/2021 гг.). Кроме того, обратим внимание на выявленное противоречие: так, число зарубежных политиков в телевизионных новостях растёт к 2021 г., тогда как с точки зрения представления зарубежных стран, напротив, 2021 г. является наиболее сосредоточенным на внутренних новостях.

В экономической группе акторов-участников мы отмечаем демократизацию статусов представленных в кадре лиц. Так, число руководителей организаций и бизнесменов с 1989 г. сократилось минимум вдвое к 2005/2021 гг., притом что количество специалистов-производственников увеличилось в шесть раз, наёмных работников – минимум в два раза. Итоговый вывод по изменениям в данной содержательной категории заключается в выявлении разительного увеличения количества акторов в кадре телевизионных новостей к 2005/2021 гг. по сравнению с 1989 г. Одним из следствий кратного увеличения числа говорящих в кадре людей можно считать перекладывание ответственности за сказанное на них, движение в сторону журналистики мнений.

Итак, трансформации содержания телевизионной новости в 1989–2021 гг. рассматривались нами на четырёх уровнях – уже упоминавшихся источников информации, жанровых и тематических приоритетов, а также представления зарубежных стран. В работе уточнена жанровая классификация теленовостей на основании анализа эмпирического материала разных этапов технологического развития. Было выяснено, что современные

телевизионные новости полностью сформированы информационной группой жанров (информационным сообщением, выступлением (монологом), репортажем и интервью) в отличие от периода 1989 г., когда, пусть крайне редко, но художественный жанр зарисовка встречался в выпусках новостей. Так, минимум с 2005 г. можно говорить о чистоте представления информационных жанров в телевизионных новостях главного универсального канала Чехии. Кроме того, нами выявлено частичное влияние медиаконвергенции на жанры теленовостей: типом, появившимся на основе усреднения жанров репортажа и краткого информационного сообщения (БЗ), мы считаем полное информационное сообщение (БЗСНХ), которое отсутствовало в 1989 г., к 2005 г. насчитывало 2% от общего числа медиатекстов за период, к 2021 г. выросло до 10%. Однако уничтожения традиционного жанрового деления к современному периоду не зафиксировано. Напротив, в 2021 г. нежурналистская репортажная форма «Без комментариев» практически не встречается, классические жанры интервью и выступление (монолог), отсутствовавшие в недели 2005 г., возвращаются в эфир, что позволяет нам констатировать наибольшее жанровое разнообразие и сбалансированность наполнения выпуска медиатекстами разных жанров в период 2021 г. К тому же именно в 2021 г. наиболее представлен анонс, функция которого находится на грани информационной (журналистской) и увещательной, отчасти манипулятивной (рекламной).

В исследовании не нашла подтверждения мысль учёных об усилении развлекательного начала в телевизионных новостях, по крайней мере на уровне содержания. Так, количество медиатекстов, относимых к развлекательной тематике стиля жизни, ничтожно мало в каждый период. Помимо этого, зафиксирован практически полный уход из выпусков 2005 и 2021 гг. материалов спортивной тематики, которые в 1989 г. составляли около трети от всех новостей. Некоторое усиление развлекательного начала отмечено на уровне формы телевизионной новости. К маркерам его проявления мы относим включение в медиатекст лайфов, монтажных переходов и музыки. Было зафиксировано значительное увеличение числа медиатекстов, включающих хотя бы один лайф (с 1% в 1989 г. до трети материалов в 2021 г.), назначение которого в большей степени связано с «созданием настроения», чем с выполнением непосредственно информационной функции. Неэстетичный, формирующий эффект псевдосенсационности монтажный переход «вспышка» встречался чаще других переходов; использование монтажных переходов вместо прямой склейки характерно в основном для 2021 г. Музыка чаще всего использовалась также в 2021 г., причём нередко её накладывали не на развлекательные «мягкие» новости, а на требующие немедленного обнародования «жёсткие» новости. Включение музыкального сопровождения в медиатексты, сообщающие о чрезвычайных ситуациях с трагическими последствиями, реализует стратегию десакрализации в своём переходе от информационной к социально ориентирующей, идеологической функции,

мобилизующей и сплывающей зрителей через усиленную музыкой эмоциональное воздействие на основе апелляции к философским основам – проблемам жизни и смерти, семьи, выбора. Включение музыки в подобные новости, впрочем, характерно для каждого из периодов. Итак, в целом развлекательное начало в большей степени свойственно для формы телевизионных новостей 2021 г., чем для содержания медиатекстов всех периодов.

Второй проверяемой нами была идея теоретиков об увеличении негативной информации на телевизионном экране. Данное предположение отчасти подтвердилось: действительно, в 2005 г. четверть медиатекстов посвящены тематике стихийных бедствий, катастроф, аварий и криминала по сравнению с 1989 г., когда данные события освещались значительно реже. По аналогии с жанровой спецификой мы констатируем, что недели 2021 г. в аспекте тематического наполнения являются наиболее сбалансированными (снижается количество медиатекстов о происшествиях, возвращается внимание к культурной тематике, утраченное в 2005 г.).

С точки зрения географии теленовостей мы выявили, что наибольшее внимание зарубежной повестке уделялось в 1989 г., когда соотношение внутренних/зарубежных новостей было примерно 50 на 50, тогда как недели 2005/2021 гг. сосредоточены на освещении внутренних событий, причём в 2021 г., равно как и в допандемийный 2019 г., число внутрочешских новостей составило около 70%. Среди зарубежных материалов шесть из десяти рассказывают о событиях в Европе, однако государством-лидером по числу посвящённых ему новостей являются США, среди европейских стран главенствующее положение занимают Россия, Германия, Франция, Великобритания и Польша, словацкие новости в чешском эфире значительно менее представлены.

Таким образом, эфирные телевизионные новости в подавляющем большинстве представляют собой консервативный и конвейерный медиапродукт, в котором авторское начало журналиста практически не выражено. Необходимо подчеркнуть, что данное исследование ограничено 2021 г. и не включает в себя анализа теленовостей в онлайн-пространстве (главным образом на платформах видеохостингов и социальных медиа). Вследствие этого изучение трансформации телевизионных новостей предполагает продолжение исследования на материале медиатекстов, опубликованных редакциями теленовостей в интернет-среде.

**Список литературы** содержит 211 наименований.

**Апробация работы.** Результаты данного исследования были представлены на международных научно-практических конференциях: «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия» (доклад «Освещение российско-чешских отношений в эфире общественного телевидения Чешской Республики»), «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия» (доклад «Телевизионный контент в соцсетях: опыт канала Česká televize 24»), «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (доклад «Телевизионные новости и новые медиа в Чехии:

особенности взаимодействия»), «Ломоносов–2023» (доклад «Соотношение акторов в телевизионных новостях Чешской Республики в 1989–2021 гг.»), «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (доклад «Трансформация визуальных (изобразительных) средств создания телевизионной новости в 1989–2021 гг.»).

По теме диссертационного исследования опубликованы 5 научных работ, общим объемом 4,2 а.л. **Публикации, необходимые для защиты:**

одна статья опубликована в издании, входящем в базы Scopus и Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index):

1. Лапук Е. В., Соколова Д. В. Место России в повестке дня телеканала «Česká Televize 1» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 90-109 (0,8 а.л. – авторский вклад 0,6 а.л.). [Импакт-фактор JCI 2022 – 0,12; импакт-фактор SJR 2022 – 0,21]

одна статья опубликована в издании, входящем в базу Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index):

2. Лапук Е. В. Российско-чешские отношения на телевидении Чешской Республики // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. № 2. С. 372-389 (1,1 а.л.). [Импакт-фактор JCI 2022 – 0,2]

одна статья опубликована в издании, входящем в базу Scopus:

3. Лапук Е. В. Czech Republic television: genre and thematic features of TV news in 1989-2021 // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 2. С. 306–317 (0,7 а.л.). [Двухлетний импакт-фактор РИНЦ 2022 – 0,248]

и две статьи опубликованы в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ и входящих в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденных решением Ученого совета Московского университета:

4. Лапук Е. В. Телевизионные новости в 1989–2021 гг.: хронометраж, кадр, план, движение камеры (на материале чешского информационного вещания) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2023. Т. 29. № 2. С. 108–119 (0,8 а.л.). [Двухлетний импакт-фактор РИНЦ 2022 – 0,247]

5. Лапук Е. В. Типология акторов в чешских телевизионных новостях 1989–2021 гг. // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. Т. 24, № 1. С. 90-98 (0,8 а.л.). [Двухлетний импакт-фактор РИНЦ – 0,218]