

СОВРЕМЕННАЯ ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ НОВОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

А. Б. Макушин

MODERN TREATMENT OF THE CONCEPT OF NEWS IN THE CONDITIONS OF MEDIA CONVERGENCE

A. B. Makushin

Статья посвящена важному этапу развития телевизионной новостной журналистики. В данной работе анализируется ситуация, сложившаяся в современном телевизионном производстве, в связи с бурным развитием «новых» медиа, рассматриваются варианты адаптации традиционных информационных технологий в условиях борьбы за аудиторию. Один из основных трендов развития современного новостного телепроизводства – ревизия основных законов и правил тележурналистики, базирующихся, в том числе, на таком важнейшем понятии, как новость.

The paper is devoted to an important stage of development of television news journalism. In this work the situation which has developed in modern television production, in connection with rapid development of "new" media is analyzed, options of adaptation of traditional information technologies in the conditions of fight for audience are considered. One of the main trends of modern news teleproduction development is the audit of basic laws and the rules of television journalism which, among others, are based on such major concept as news.

Ключевые слова: конвергенция, новостной формат, новостной контент, интернет-журналистика, телевизионное производство.

Keywords: convergence, information format, information content, Internet journalism, television production.

В течение последних 50-ти лет телевидение справедливо считается наиболее популярным и влиятельным представителем электронных медиа. С момента открытия регулярного вещания в 1945 году оно проделало огромный путь, став важнейшим средством информации населения о событиях в стране и за рубежом, мощным средством воздействия на жизнь общества. «Телевидение является наиболее универсальным и распространенным источником информации, так как оно содержит в себе аудиовизуальное восприятие» [1, с. 44].

На протяжении многих лет основными движущими силами развития телевидения были такие, как амбиции создателей программ, конкуренция между творческими бригадами разных программ. После появления второго, третьего и т. д. телевизионных каналов добавилась конкуренция между вещательными компаниями в борьбе за аудиторию. Но, по большому счету, телевидение всегда было монополистом и непререкаемым лидером в медиасреде, что и стало, в определенные моменты времени, причиной если не застоя, то, как минимум, не максимально интенсивного его развития. Ситуация резко изменилась в середине нулевых годов нынешнего столетия, когда аудитория, имеющая возможность доступа к интернет-ресурсам, стала сопоставима по количественному показателю с телеаудиторией. интернет-СМИ стали настолько популярны, что составили реальную и серьезную конкуренцию традиционным СМИ. Это стало следствием очевидных преимуществ стремительно развивающейся интернет-журналистики, основанных на особенностях интернет-технологий. Важнейшим преимуществом Интернет-СМИ можно считать предельно высокую скорость доставки контента до аудитории. Если новость не является настолько важной, чтобы телеканал вышел в эфир со специальным информационным выпуском, то в формате традицион-

ного телевизионного эфира она появится лишь в слоте, предназначенном для выпуска новостей, в соответствии с эфирной сеткой вещания. В тоже время интернет-СМИ может выдать аналогичный контент практически сразу. Таким образом, задержка по времени может быть настолько значительной, что при прочих плюсах традиционного телевизионного производства, показ этого контента по ТВ может потерять актуальность.

Вторая важная особенность – использование доступных населению гаджетов: портативных и зачастую достаточно качественных фото, видеокамер, мобильных телефонов. Ни одна из самых богатых телекомпаний не может себе позволить содержать корреспондентскую сеть из миллионов человек, находящихся во всех точках земного шара. Поэтому, если новость возникает внепланово, первая «картинка» часто является от случайно оказавшегося на месте события любителя. В качестве ярких примеров последнего времени можно вспомнить репортажи об аварии самолета в аэропорту «Внуково», зафиксированного автомобильным видеорегистратором и о падении метеорита в Челябинской области, снятым на камеру мобильного телефона.

Осознавая все риски, связанные с появлением жесткой конкуренции, производители телевизионного контента проявляют серьезную озабоченность. По данным агентства «Gallup Media» количественные показатели телеаудитории в последние годы заметно снизились. Тот же факт косвенно подтверждает очевидное снижение объема денежных средств, выделяемых коммерческими структурами на телевизионную рекламу, и пропорциональное увеличение финансовых вливаний в рекламу интернет-СМИ. В таких условиях телевизионные каналы вынуждены каким-то образом реагировать на происходящее, чтобы удержать аудиторию.

Эксперты в области массмедиа выделяют несколько трендов развития российского телевидения, среди которых: переформатирование каналов для получения возможности оперативного размещения информационного контента, переформатирование информационных программ в первую очередь за счет интеграции новостных технологий интернет-журналистики в телевизионное производство. Но важнейшим шагом для повышения конкурентоспособности современного телевидения должна стать ревизия теоретических и практических наработок в области телевизионного новостного производства, как результата богатейшего опыта нескольких поколений специалистов в этой области, и адаптации традиционных принципов и законов тележурналистики к современным реалиям.

Основная задача, которую ставит перед собой автор статьи, дать современную характеристику такому ключевому понятию тележурналистики, как новость. Ведь правильное, системное понимание журналистом уровня события позволяет ему грамотно осуществлять планирование мероприятий по освещению информационной картины дня (недели, месяца), затем верстку новостного выпуска, качество которой, в значительной степени, определяет качество самого выпуска.

Исследователи применяют разные подходы при определении новости, общий смысл которых сводится к характеристике ее как творческого преобразования факта, рассчитанного на восприятие аудитории. Согласно словарю С. И. Ожегова, «новость – это нечто новое» [4, с. 141]. Ещё одно простое определение: «Новость – недавно полученное известие» [2, с. 13].

Американские специалисты в области масс-медиа Эверетт Деннис и Джон Мэрилл считают, что «Новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новости прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного. Новость оформляется с учетом консенсуса относительно того, что интересует аудиторию, а также внутренних и внешних ограничений, с которыми приходится сталкиваться соответствующей редакции. Она – результат ежедневно возобновляемой игры по достижению коллективного договора внутри редакций, сортирующих происходящие за конкретный промежуток времени события с тем, чтобы создать скоропортящийся продукт. Новость – это несовершенный результат принятия скороспелых решений в ситуации давления извне и изнутри» [3, с. 35].

Существует также подход, где новость определяется как то, что интересно большей части общества и что было неизвестно ей прежде. «Новостью может стать только интересное, необычное и значимое событие, происшедшее за последние двадцать четыре часа» [3, с. 78]. То есть, на первое место выносятся своевременность событий или их оценок, близость к аудитории, драматизм.

Используя свой практический опыт в разработке телевизионных новостных форматов, автор статьи предлагает следующее определение понятию новости:

«Новость – это информация об изменении статуса ситуации во времени, которая в силу своей значимости попадает в топ определенного формата».

В данном определении присутствуют, в том числе, признаки драматургического подхода к описанию ситуации, поскольку «изменение статуса события» есть ничто иное, как одна из позиций классической драматургии, а именно конфликт. Такой подход может использоваться в практической журналистике для более точного понимания, как самого факта новости, так и уровня ее значимости. Например, представим, что спортсмен выиграл олимпийский забег на дистанции сто метров. В данном случае можно предположить наличие одного, двух и более конфликтов статусов ситуаций во времени, позволяющих говорить о событии, как о новости: еще 20 секунд назад это был малоизвестный бегун – сейчас он олимпийский чемпион, или, до этого страна не имела наград – сейчас в активе золотая медаль, или, рекорд на дистанции был 10 секунд, стал 9 и т. д.

В соответствии с таким определением алгоритм регистрации новости достаточно прост. Во-первых, любое изменение ситуации во времени дает формальный, так называемый информационный повод для попадания в новостной формат. Любой же телевизионный информационный формат имеет свою эксклюзивную типовую форму, с достаточно жесткими параметрами, среди которых такие, как хронометраж, схема верстки, предполагающая определенное количество новостей по тематике, жанру.

Сам новостной материал, в свою очередь, «спирит» за место в топе по совокупности показателей. Не смотря на то, что многие специалисты в области тележурналистики обращают внимание на некоторое смещение в оценках новостных форматов, основными критериями остаются те, которые были сформулированы на этапах зарождения телевидения:

- техническое качество «картинки»;
- информативность;
- актуальность;
- социальная значимость;
- оперативность;
- эксклюзивность;
- уровень драматургии;
- степень близости к аудитории;
- максимальное количество деталей.

Требования качеству контента в области телевидения принято применять «по умолчанию». Они подразумевают соответствие нормам всех, прежде всего, технических параметров изображения. Это относится к таким позициям, как правильная цветопередача, фокус, яркость, контрастность, стабилизация и т. д. Чтобы изображение было «в норме» специалист, в данном случае оператор, отвечающий за эти параметры, должен произвести ряд предупреждающих действий. Среди них такие, как сведение камеры при любом изменении характера освещения, работа исключительно с использованием штатива и т. д.

Одно из важнейших требований к новости, передаваемой с помощью визуального ряда, «картинка» должна быть информативной. Она должна включать в себя такие элементы изображения, которые по сово-

купности, должны донести до зрителя всю необходимую информацию, даже без звукового сопровождения. Представьте себе экран телевизора, который состоит из мельчайших пикселей. Качество информативности изображения прямо пропорционально количеству пикселей на телевизионном экране, работающих на раскрытие смыслового содержания, заложенного автором информационного контента. Если все элементы «картинки», все ее детали, соответствуют задуманному содержанию, то уровень качества можно оценить близким к максимальному. Если перед нами, например, стоит задача записать интервью с лечащим врачом о состоянии пациента, то необходимо строго соблюсти ряд требований. Среди них: врач одет в характерную форму – халат, колпак; на заднем плане элементы больницы (палата, операционная), отсутствие деталей, не относящихся по смыслу к содержанию интервью (в окне виден экскаватор, роющий яму). Т. е. «картинка» должна нести исключительно только ту информацию, которую закладывает автор, и не один пиксель, в идеале, не должен давать зрителю дополнительную ненужную информацию.

Важным параметром новости является ее актуальность. Степень актуальности, в свою очередь, зависит от нескольких позиций, одной из которых является оперативность – время между возникновением самого факта события и получением аудиторией информации о нем, другой социальная значимость – степень с информацией аудиторией.

Не менее важным показателем для новости является степень ее эксклюзивности. Новостной контент может быть эксклюзивным за счет целого ряда факторов, например, компания – единственный обладатель новости, компания, в силу обстоятельств (технические особенности подготовки контента, эфирная сетка, юридические, договорные аспекты и т. д.) компания имеет возможность первой представить контент, компания имеет исключительную часть контента, которая позволяет оценивать статус новости, как эксклюзивный и т. д.

Литература

1. Ахмадулин, Е. В. Краткий курс теории журналистики / Е. В. Ахмадулин. – Ростов н/Д., 2006.
2. Васильева, Л. А. Делаем новости! Учебное пособие / Л. А. Васильева. – М.: Аспект Пресс, 2003.
3. Денис, Э. Беседы о масс-медиа / Э. Денис, Д. Мерим. – М., 1997.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: Азъ, 1992.

Информация об авторе:

Макушин Александр Борисович – продюсер, режиссер телевидения, лауреат Национальной премии в области телевидения «ТЭФИ», преподаватель ВШТ МГУ им. М. В. Ломоносова, 8 (903) 130-99-02, McUchin@mail.ru.

Alexander B. Makushin – the producer, TV director, winner of "TEFI" National television award, trainer at Higher School of Television, Lomonosov Moscow State University.

Качество новостного телевизионного контента напрямую зависит от драматургического построения информации. В данном случае, на примере информационного репортажа, речь идет о количественных и качественных показателях использования и определения последовательности таких элементов, как «картинка» с закадровым текстом, «синхрон», «stand-up», «live», варианты композиций: «от общего к частному», «от частного к общему», наличие противоположных точек зрения и т. д.

Степень близости новости к аудитории характеризуется двумя следующими параметрами: географическая близость события от места нахождения зрителя и схожесть социального, материального, морального, физического состояния героя (героев) новости и зрителя.

Еще одна важная позиция: новостной контент должен содержать максимальное количество деталей. Телевизионное производство – сложнейший механизм, в работе которого принимают участие сотни, тысячи специалистов. Глядя на экран телевизора, зритель, как правило, не задумывается, какие непростые технологические, организационные процессы предвзряют появление на экране телевизора, например, программы с участием его любимого артиста. Одна из причин интереса аудитории – телезритель видит на экране то, что в жизни ему, чаще всего, не доступно. Главное преимущество телевидения – возможность показывать детали события, которые «не видит человеческий глаз».

Необходимо еще раз обратить внимание на то, что одним из главных аргументов в условиях жесткой борьбы за аудиторию между интернет-ресурсами и телевидением, является качественный профессиональный телевизионный новостной контент, производство которого невозможно без использования современных информационных технологий, базирующихся на на таком важнейшем медийном понятии, как новость.

Статья поступила в редколлегию 07.04.2014 г.