

УДК 070.431.2:654.197

Г. В. Вакку¹, С. Е. Степанова², А. А. Бакова¹

ТИПЫ НОВОСТЕЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «МОСКВА 24» И ГТРК «ТВЕРЬ»)

¹Московский государственный гуманитарно-экономический университет,
г. Москва, Россия

²Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева,
г. Чебоксары, Россия

Аннотация. Работа посвящена изучению типов новостей на региональном телевидении. С целью их выявления авторы рассмотрели новостные материалы двух телеканалов: столичного «Москва 24» и ГТРК «Тверь» Тверской области. Выделены следующие типы новостей на региональных телеканалах: события (происшествия, мероприятия, акции), решения (намерения, планы), подведение итогов той или иной деятельности (сводки, отчетные доклады, презентации), новости-факты и новости-цитаты. Особое внимание уделено специфике новостных материалов и предъявляемым к ним требованиям.

Ключевые слова: *новость, типы новостей, телеканал, «Москва 24», ГТРК «Тверь», информационные программы, региональное телевидение.*

Актуальность исследуемой проблемы. Телевидение как особый формат подачи информации всегда остается популярным. Сегодня телевидение регионов вошло в число СМИ, имеющих высокий спрос. Актуальность нашего исследования обусловлена отсутствием или малым числом работ, в которых изучаются типы новостей регионального телевидения.

В настоящее время в регионах происходит переход телевидения на цифровой формат, появляются частные телекомпании, которые могут создать разнообразие выбора для местной аудитории. Однако новости, независимо от этого, остаются главными для телезрителей. Поэтому мы поставили перед собой цель: раскрыть типы новостей на региональных телеканалах и показать их особенности на материале двух телеканалов, популярных в своих регионах (Московской и Тверской областях).

Материал и методика исследований. Объектом исследования являются региональные новостные программы в эфирных записях телеканала «Москва 24» и ГТРК «Тверь». В данной работе использованы следующие методы: сравнительно-сопоставительный анализ, наблюдение, обобщение.

© Вакку Г. В., Степанова С. Е., Бакова А. А., 2018

Вакку Григорий Владиславович – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета, г. Москва, Россия; e-mail: vakku2006@rambler.ru

Степанова Светлана Евгеньевна – кандидат философских наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Россия; e-mail: clers@mail.ru

Бакова Анна Александровна – выпускница факультета социологии и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета, г. Москва, Россия; e-mail: bakova.ania@gmail.com

Статья поступила в редакцию 24.07.2018

Результаты исследований и их обсуждение. Новостная повестка дня в регионах отличается от той, что преподносят в центральных СМИ. Это касается и телевидения – популярного источника новостной информации на сегодня. На региональном канале не столь обширный набор новостей и масштабность освещаемых событий невелика, но они ближе основной аудитории, и могут быть ей более интересными.

Для начала рассмотрим краткую историю и особенности двух анализируемых в статье СМИ. «Москва 24» – городской круглосуточный информационный телеканал с центром вещания в Москве. Он создан по инициативе мэра г. Москвы Сергея Собянина [11] в мае 2011 г. на базе бывшего телеканала «Столица», начал вещание 5 сентября 2012 г., в этом же году удостоен Национальной премии «Золотой луч» в номинации «Лучший информационный канал», в 2015 г. – звания «Лучший информационно-деловой телеканал» [8].

Решением Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию телеканал «Москва 24» выбран обязательным общедоступным региональным телеканалом Москвы. Согласно Федеральному закону «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», контент данного телеканала предназначен для зрителей старше шести лет [16].

Основа вещания – прямой эфир, новости выходят каждый час, оперативную информацию о погоде и транспортной ситуации в городе зрители могут наблюдать каждые пятнадцать минут. Вещание дополнено познавательными фильмами, рубриками, которые связаны с жилищно-коммунальным хозяйством, недвижимостью, безопасностью, досугом, событиями в культурной сфере, новыми технологиями и т. д. В будние дни в эфир выходит программа «Утро».

Телеканал ГТРК «Тверь» – филиал Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании в Тверской области. Он является основным электронным средством массовой информации в регионе. В 1989 г. тверская компания расширила эфирное пространство телевидением, когда 28 февраля состоялся пробный технический эфир, а 6 марта – первый эфир, и с этого месяца началось регулярное вещание в тверском регионе. Данная телекомпания – одна из тех немногих региональных, которые ведут вещание с искусственного спутника Земли «Ямал-200» [10]. ГТРК «Тверь» обладает самым мощным в области техническим, кадровым и творческим потенциалом информационных и технических программ и другой видеопродукции в регионе.

Первоначально ГТРК «Тверь» выходила в эфир по 30 минут в день, в основном это были «Новости». Сегодня программа «Вести Тверь» регулярно идет в прямом эфире на канале «Россия 1», занимает основную часть регионального эфира и имеет популярность в сетке вещания. Она выходит в эфир в 6:07, 6:35, 7:07, 7:35, 8:07, 8:45, затем каждые три часа – в 11:40, 14:40, 17:40, 20:45. По субботам в 8:20 в эфире ГТРК «Тверь» – программа «Проснись». Итоги недели подводятся в каждое воскресенье в 8:35 в информационно-аналитической программе «События недели» [9], [10].

Оба канала имеют официальный сайт, где можно смотреть новости в прямом эфире и в записи, в разделе «Архив передач» [3].

В журналистике существует множество типизаций и критериев новости. При рассмотрении новостных материалов телеканалов «Москва 24» и ГТРК «Тверь» мы за основу брали типизацию Г. В. Лазутиной, С. С. Распоповой, а также А. В. Колесниченко. Первые два автора типизируют новость по результату события, определяя ее как сложившееся положение дел:

- событие (происшествие, действие, мероприятие, акция);
- решение (намерение, план, программа);
- подведение итогов деятельности (сводка, отчетный доклад, презентация).

Это часто прослеживается в новостных программах телеканала ГТРК «Тверь».

Первый тип (событие) ограничивается авторами четырьмя показателями: происшествие, действие, мероприятие, акция.

Происшествие – часто фигурирующая информация в новостных телевизионных выпусках. К данной категории новости относятся такие информационные сообщения: *«Жители микрорайона „Соминка” в Твери остались без тепла и горячей воды»*, *«В селе Никольское в Калининском районе сгорела баня»*, *«В результате лобового столкновения двух маршруток пострадала женщина»*, *«В Тверской области произошло два сильных пожара и серьезное ДТП»*, *«Житель Ржева хранил дома почти три килограмма конопли»*, *«В Твери скорая помощь не приехала к больному ребенку, следственный комитет организовал проверку»* [2], [14].

«В Тверскую школу № 35 в рамках обмена приехали гости из Германии», *«В Тверской области откроются избирательные участки в отделениях Почты России в день выборов Президента РФ»*, *«Главный судебный пристав Тверской области покидает свой пост»*, *«Спортсмены-единоборцы из Тверской области Даниил Аникин и Мария Братищева стали серебряными призерами»*, *«На парковке в Твери лежал портфель с 7 миллионами»* [2], [14] – здесь очевидно, что данные сообщения иллюстрируют жизнь города в событийном ключе, а также имеют категорию «действие».

Примеры освещения мероприятий: *«В Твери состоится огненное шоу „Вместе зажигаем”»*, *«Дом поэзии Андрея Дементьева приглашает тверитян отметить всемирный праздник»*, *«Четвертую годовщину Крымской весны тверитяне встретят в городском саду»*, *«Тверская рок-группа „Дежа Вю” отправится в тур с военно-патриотической программой»*, *«Роботурнир в Твери собрал 22 команды студентов и школьников»*, *«Определены первые участники рок-фестиваля „Нашествие 2018”»*, *«Сегодня в Твери пройдет митинг памяти жертв пожара в Кемерово»* [2], [14].

Для акций подходит ряд таких новостей: *«70 лет освобождения Ржева»*, *«В Тверской области стартует экомарафон»*, *«Сегодня жителям Твери доступна бесплатная юридическая помощь»*, *«Тверь станет участником всемирной акции „Час Земли”»*, *«Студенты Тверского политеха собрали почти 1,5 тонны макулатуры»*, *«В Тверском регионе пройдет Всероссийская акция „Будь здоров!”»*, *«„Одна жизнь” объединит студентов тверских колледжей»* [2], [14].

А. В. Колесниченко [4, с. 47] разделяет новость на типы в зависимости от информационного повода, и с этим нельзя не согласиться. Такое больше всего встречается в материалах телеканала «Москва 24»:

– новость-факт (*«Фасады домов начали отмывать в столице»*, *«Новый участок Калининско-Солнцевской линии метро готов на 90 %»*, *«Четверо пожарных, пострадавших в ТЦ „Персей для детей”, остаются в больницах»*, *«Москвичку с десятью детьми выселят на улицу из-за долга»*, *«Вход на две выставки в Третьяковской галерее будет бесплатным»*) [8], [9], [15];

– новость-событие (*«Царь-пасху освятили в храме Христа Спасителя»*, *«Фестиваль „Пасхальный дар” открылся в столице»*, *«Серьезное ДТП произошло между Варшавским шоссе и Профсоюзной улицей»*, *«Москвичи несут цветы и игрушки к временному мемориалу на Манежной площади»*) [11], [15];

– новость-цитата, которая, как было выявлено в ходе исследования, не является популярным способом передачи каких-либо изменений действительности: *«В Москве будет учреждена премия для инвалидов за выдающиеся успехи»* (С. Собянин) [15].

Также А. В. Колесниченко [4, с. 39] раскрывает виды актуальности новости: непосредственная, календарная, латентная, собственная, кажущаяся. Рассмотрим, как это используют в работе журналисты телеканала «Москва 24».

Первая из них – непосредственная – присутствует в новости в момент, когда событие произошло (только что или ранее, но оно стало известно только сейчас), например:

«Супермаркеты могут получить возможность продавать безрецептурные лекарства», «В Венесуэле стартовал выпуск государственной криптовалюты», «Спрос на кредиты среди россиян вырос на 20 процентов», «Парковки в столице будут бесплатными в праздничные дни», «Масленичная неделя в столице подошла к концу», «В Железнодорожном крыша частной стоянки уничтожила автомобили», «Пять человек попали в полынью на Москве-реке» [11], [15]. По наличию характеристик данные новости телеканала «Москва 24» подходят для непосредственной актуальности новости.

Следующий тип – календарная актуальность, связанная с календарной датой, например: «Две экспозиции в „Царицыно“ закроют 5 марта», «Заявку на путевку в детские летние лагеря можно будет подать до 21 февраля», «В Московской больнице Святого Владимира 17 февраля – день открытых дверей», «В ночь на 17 февраля в метро провели экскурсии», «Несколько дорог перекроют в столице 16, 21 и 23 февраля», «Концерты, представления и народные гулянья будут идти в Москве до 18 февраля» [11], [15]. В этих примерах очевидно, что журналист создает новость в связи с календарной близостью события.

Латентная актуальность – о проблеме, которая имеет острый характер длительное время и по сегодняшний день, а также есть вероятность ее продолжительного существования: «Эксперт прокомментировал ситуацию в детском саду „Дельфиненок“», «Названа предварительная причина смерти девочки в ТиНАО», «К пожару в Химках присвоен высший ранг опасности», «Следственный комитет начал проверку в Политехническом музее», «В Хамовниках начался суд над автохамом», «Эксперт – о причинах авиакатастрофы в Подмосковье» [11], [15]. Следует отметить, что каждая из перечисленных новостей имеет заголовок, который повествует о ситуации, уже известной заранее. Для первой новости можно привести следующий ряд, раскрывающий дальнейшее течение событий вокруг одной ситуации.

Собственная актуальность появляется в новости, когда редакция сама создает реальную новость: поднимает тему и развивает ее в последующем при наличии новых информационных поводов. «„Москва 24“ проверяет здоровье москвичей», «Ведущие телеканала „Москва 24“ пекут блины для всех» – перечисленные новости являются освещением проектов или акций, проводимых телеканалом «Москва 24», это происходит с целью привлечения внимания к существующей сегодня проблеме, а также создания имиджа и повышения рейтинга телеканала. «„Москва 24“ проверяет здоровье москвичей» [11], [15] – новость об организации медосмотров при участии телеканала, она имеет дальнейший путь освещения (до завершения события), несколько последующих сообщений. Первый пример, в котором обнаруживается тема здравоохранения или социально важных проектов, информационный повод – привлечение внимания на значимость подобных социальных проектов. В следующем сообщении: «Телеканал „Москва 24“ проведет первый в 2018 году проект „Пульс города“» – тема остается прежней: социальные проекты, один из которых нацелен на защиту здоровья граждан, информационный повод другой – каждый житель города заинтересован в защите своего здоровья. В следующей новости – «„Пульс города“ проверил здоровье москвичей» – тема остается неизменной: работа социального проекта, нацеленного на здравоохранение, информационный повод – возможность ознакомиться с социальной деятельностью, в которой заинтересовано данное СМИ.

Кажущаяся актуальность присутствует в новости тогда, когда другие новости не имеют масштабного информационного повода, но она передает реальную ситуацию на данный момент: «Ажиотаж наблюдается на цветочных рынках столицы в День святого Валентина», «Москвичи покупают букеты ко Дню всех влюбленных», «Стихи и песни о любви будут звучать в столичном метро в День влюбленных», «Фестиваль „Московская масленица“ проходит на улицах столицы», «„Инвалиды“ оставили костыли и сыграли в футбол в подземном переходе» [11], [15]. Из приведенных примеров стоит выделить последнюю новость, что можно объяснить характером события: отсутствием

трагизма и высокой численностью участников, также в ней не присутствует статусное лицо. По географическому охвату она может быть подходящей для аудитории московского региона и интересной для других жителей страны. Первый пример новости, масштабной по охвату участников, имеет высокую финансируемость, а также представляет интерес для жителей столицы, но в ней отсутствует драматизм, поэтому она не занимает верхние позиции в ряде вхожих в выпуски новостей.

Г. В. Лазутина и С. С. Распопова дают определение сущности новостной журналистики, которая состоит в том, чтобы удовлетворять человеческую потребность в информации, давая оперативное знание об изменениях действительности [6, с. 29].

Какие требования предъявляются к новости? Исследователи приводят перечень критериев к полноценной новости, имеющей место быть в СМИ. По мнению А. В. Колесниченко, отбор новостей для публикации происходит по следующим критериям:

- значение события;
- масштабность или возможные последствия;
- участие знаменитостей в событии;
- человеческие аспекты события (то, что может вызвать интерес у аудитории) [4, с. 37].

Масштабность события зависит от количества участников или размера финансируемости. К примеру, культмассовое мероприятие будет вызывать интерес количеством участников, а чрезвычайное происшествие – количеством жертв. Сообщение об ограблении на крупную сумму будет вызывать сильный интерес так же, как и благотворительное мероприятие, которое собрало много средств на социальное обеспечение незащищенных слоев населения. Приведем в таблице 1 конкретные примеры телеканалов «Москва 24» и ГТРК «Тверь» [1], [16].

Таблица 1

Масштабные мероприятия

| Телеканал «Москва 24» | ГТРК «Тверь» |
|--|--|
| «Новый сезон „музыки в метро“ стартовал в московской подземке» [21.05.2018] | «Жители Тверской области сегодня обратились к губернатору с вопросами» [21.05.2018] |
| «Десятки тысяч велосипедистов проехали по Садовому кольцу» [20.05.2018] | «Для тверских выпускников сегодня прозвенел последний звонок» [25.05.2018] |
| «Девятнадцать рынков и более тысячи магазинов столицы принимают участие в „Рыбной неделе“» [20.05.2018] | «„Бессмертный полк“ в Твери: участники акции рассказали истории своих семей. Видео» [15.05.2018] |
| «Более восьми миллионов рублей штрафов заплатят гостиницы, завывшие цены на номера перед ЧМ 2018» [17.05.2018] | «На парковке в Твери лежал портфель с 7 миллионами» [16.03.2018] |

Также А. В. Колесниченко определяет участие известных лиц как один из главных критериев для новостного материала. Автор полагает, что это повышает статус события. Данный критерий работает «изнутри» новости, известное лицо не выходит на первый план, а лишь потом автор журналистского произведения преподносит информацию о том, что именно в этом событии принимает участие известное лицо. К примеру, такие новости представила ГТРК «Тверь»: «В Твери проходит концерт джазовой музыки», «В Чуприяновке откроют тоннель под путями», «На военном аэродроме Мигалово прошел авиационный праздник», «В Твери собрались лучшие аграрии Верхневолжья», «В Тверской области спасатели МЧС организовали летний лагерь» [1]. В первой новости изначально известно о прохождении концерта джазовой музыки, после прочтения лида журналист говорит об участии в мероприятии саксофониста и заслуженного артиста России Игоря Бутмана. Для второго варианта – новости о предстоящей постройке подземного тоннеля –

имеет значимость не только разрешение проблемы автомобилистов и пешеходов (которые испытывают значительные трудности в пересечении пути, что перекрывает железная дорога), но и роль участников – содействие заинтересованного, ответственного, а также известного лица, что доказывается появлением в сюжете заместителя генерального директора ОАО «РЖД» Олега Тони. «В Твери собрались лучшие аграрии Верхневолжья» – новость, сообщающая о развитии фермерства в регионе, вместе с этим статус события повышается, когда в нем принимают участие известные личности из сферы управления, что показывает заинтересованность власти в данном вопросе.

Следующий, не менее важный, критерий для новости в СМИ – это человеческий фактор или драматизм, эмоциональность произошедшего события. Близость события имеет психологический и географический показатели. Психологический относят к самой схожести описываемой ситуации с тем, что может испытывать человек по ту сторону телеэкрана. Географический показатель будет важен той аудитории, которая принадлежит к тому или иному краю, субъекту и т. п., для регионального телевидения это самый необходимый критерий, и его наличие обеспечивает работу региональной журналистики в целом. К примеру, новости на ГТРК «Тверь»: *«Жители Твери своими руками превратили обычную четырехэтажку в образцовую», «В Твери избавляются от брошенных во дворах автомобилей», «В Твери ветераны боевых действий будут передвигаться на новых колясках»* [2] – интересны жителям столицы региона в большей степени, чем районных центров. А такие новости, как *«В Ржеве не работает противотуберкулезный диспансер», «Пилорама в Лихославльском районе едва не стала причиной трагедии», «Игорь Руденя поручил оказать дополнительную помощь тверскому району»* [2], заинтересуют жителей райцентров.

Исследователь А. Б. Макушин [цит. по 5, с. 189] выделяет следующие критерии новости: техническое качество «картинки», информативность, актуальность, информационная значимость, оперативность, эксклюзивность, уровень драматургии, степень близости к аудитории, максимальное количество деталей, но особо – четыре из них.

Новость в телевизионном формате, по мысли автора, должна отличаться качеством «картинки», визуальными факторами, такими как цвет, яркость, фокус, контрастность, стабилизация и прочая работа выпускающих редакторов, дизайнеров, телеоператоров. Требование к «картинке» – представление совокупности изображений, которая в считанные секунды может рассказать о происшествии. По мнению автора А. Б. Макушина, максимально профессионально составленная новость на телевидении – это точное соответствие «картинки» и мысли автора новостного текста, к примеру, визуальные факторы «картинки».

Далее рассмотрим два разных сюжета ГТРК «Тверь» и «Москва 24», где можно продемонстрировать качество «картинки»: *«В Тверском регионе создан уникальный класс»* [14] и *«Около 10 тыс человек получают комфортное жилье по программе реновации в этом году»* [15]. Они сопровождаются кратким описанием ключевых моментов, которые можно зафиксировать как соответствие качественному сюжету в виде слияния видеомонтажа и словесного описания картины.

«Идет урок математики, на столах у некоторых детей компьютеры. К ним – специальная клавиатура, чтобы не нажать лишнюю букву или цифру» – в сюжете *«В Тверском регионе создан уникальный класс»* [14] ГТРК «Тверь» закадровый голос сопровождает общий план учебного класса, фокус смещается с учеников на учителя. *«Второклассник Денис Пилипчук прекрасно считает в уме, а вот решить пример в тетради – задача для мальчика невыполнимая. Ручку в руках ему не удержать, виной всему – детский церебральный паралич»* – параллельно этому закадровому тексту сменяются планы: средний – мальчик печатает на клавиатуре, крупный – детские пальцы на клавиатуре. *«Это эксперимент, который длится уже три года. Проводят его педагоги Тверской школы-интерната № 2, пишут сами компьютерные программы»* – смена среднего плана: ученик за партой, учитель у доски, крупный план – экран монитора с заданиями.

«Кроме обязательных предметов, в школе есть и специальные – это занятия с психологом, дефектологом, логопедом» – смена планов с общего на средний, где изображается занятие ученика с логопедом – ребенок складывает буквы. «Ребята приобщаются к искусству. В школе свой хореографический коллектив „Метелица“, в этом году он стал лауреатом Международного фестиваля инклюзивного танца» – смена планов: репетиция и процесс выступления учащихся.

Пример телеканала «Москва 24» – репортаж «Около 10 тыс человек получают комфортное жилье по программе реновации в этом году» [15], где можно отметить точность мысли автора материала, соответствие монтажа и закадрового текста. При пояснении журналистом программы реновации пятиэтажек происходит смена разных планов съемок нового жилья. «Участники программы реновации получают „равноценное“ или „равнозначное“ жилье. При этом некоторые соседи Татьяны, например, переехали в квартиру с большим количеством комнат. Программа позволяет докупить квадратные метры с 10 % скидкой» [12], [15] – этот текст сопровождается сравнительной иллюстрацией метража старого и нового жилья, также иллюстрация сопровождается пояснительными текстами.

Качество новостного телевизионного контента зависит от уровня драматургии в новости, считает А. Б. Макушин. Данный критерий зависит от таких телевизионных эффектов, как закадровый текст, наличие плашек, варианты композиций «от частного к общему» и наоборот, наличие противоположных точек зрения. В анализируемых выпусках новостей этих явлений нами не было замечено.

Близость к аудитории в новости, выпускаемой на телеэкране, обусловлена двумя характеристиками: географической близостью, в зависимости от места нахождения зрителя, и различными факторами состояния человека (моральными, материальными, социальными, физическими), степенью похожести героя новости и зрителя. Данная характеристика А. Б. Макушина похожа на трактовку А. В. Колесниченко, но отличается добавленными категориями состояния человека. Как выяснилось в ходе исследования, каждая отдельно взятая категория может пересекаться с другими. Например, новость «Подросток-инвалид, которого не пустили на авиарейс, спустя три дня улетел домой» можно рассматривать с трех позиций: социальной, физической, моральной; «Автомобили нарушителей-неплательщиков начали продавать с торгов» сходится в двух факторах: материальном и социальном; «Пожар произошел в одной из квартир многоэтажек в Медведкове» [11], [15] будет подходить под все четыре фактора.

Еще один выделенный автором исследования фактор – это максимальное количество деталей в новостном телевизионном материале, которые показывают особенности той или иной ситуации, недоступной «живому» видению для аудитории.

Пензенские ученые Е. К. Рева и Г. С. Зуева [13, с. 25] приводят свои критерии отбора новостей: своевременность, неожиданность, повышенная значимость происшествия, новость для моей аудитории. А также ими отмечаются вспомогательные критерии: повышенная конфликтность происшествия, имя или статус персонажа.

А. Б. Макушин приводит классификацию К. Джеминсон и К. Кэмбэл [5, с. 189], которые определили ряд основных признаков новостной информации. Проследим, как они проявляются в новостных программах телеканалов «Москва 24» и ГТРК «Тверь»:

1. Наличие главного героя.

Герой сюжета «В Ржевском районе развивается экотуризм» фермер Александр Колембет занимается разведением домашней птицы и скота, производством продукции животного происхождения, приглашает туристов на место ведения хозяйства, его фермерская деятельность продолжается второй год [1]. Согласно позиции авторов, герой должен создавать вокруг себя историю, происходящее вокруг него обрастает какими-либо значительными фактами. В данном примере главный герой возникает в рамках события, а не наоборот. Для этого стоит привести другой пример: «Приговор в виде пожиз-

ненного заключения во Вьетнаме вынесли россиянке за ввоз наркотиков», где главный герой – в центре, а только после идет рассказ о совершенном преступлении.

2. Значимое событие, наполненное драматизмом, борьбой интересов и даже насилием.

Примеры: «В споре из-за обуви продавищице разбили лицо», «Школьника ударил ножом одноклассник» [7].

3. Активное действие, приковывающее внимание зрителей: «Москвичи увидели полнолуние» или «„Аптекарский огород“ пригласил москвичей полюбоваться сиренью» [1].

4. Новизна и степень отклонения от общепринятых норм, после чего возникает привязка к теме, уже развивающейся в повестке дня.

Этих требований придерживаются в своих новостях журналисты анализируемых нами телекомпаний. «Хозяин держит собаку на балконе в одной из многоэтажек Москвы», «Неравнодушные москвичи спасли собаку, которую хозяин запер на балконе» [1] – последовательность материалов о борьбе зоозащитников и равнодушных людей за жизнь питомца и против халатного отношения к нему. «Бабушка потерявшей ребенка по дороге в Москву прокомментировала случившееся», «Мальши, которого родная мать потеряла по дороге в Москву, передадут органам опеки» [1], [14]. Из этих примеров видно, что редакция СМИ следит за происшествием и вносит его в основной ряд новостей. Описываемые явления имеют определенную степень аморальности, являются результатом нарушения общественного порядка.

Главный герой обрисовывает событие вокруг себя, он создает историю, которая разворачивается в новостном сюжете. Эта история должна быть актуальной и близкой публике. Как отмечают исследователи этого вопроса, первые три параметра новостной информации – идеальный материал для телевизионного выпуска новостей. Второстепенные, но не менее важные характеристики новостной информации, по версии тех же исследователей, – отсутствие в новости оскорбления чьих-то чувств, краткость и правдоподобность.

Резюме. На основе изученного материала можно сделать вывод, что в региональном информационном вещании часто используются следующие типы новостей: событие (происшествие, действие, мероприятие, акция), решение (намерение, план, программа), подведение итогов деятельности (сводка, отчетный доклад, презентация), новость-факт, новость-цитата.

После рассмотрения эфирных особенностей новостных программ на исследуемых телеканалах нами было выявлено, что их вещание имеет различие в том, что они выходят в эфир с разной периодичностью и форматы их телевизионных выпусков отличаются. Телеканал «Москва 24» имеет возможность предоставлять наиболее важные новости столичного региона в потоке круглосуточного и всероссийского вещания. Новости московского телеканала выходят в эфир ежечасно, в основе вещания телеканала – прямой эфир; в целом, новости телеканала невозможно раздробить на отдельные выпуски. ГТРК «Тверь» выходит в эфир в отдельные часы вещания телеканала «Россия 1», в его повестке дня – самые важные новости региона; программа «Вести Тверь» представлена полноценными выпусками, с четкими главными новостями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блинова Э. В. Социальная ответственность регионального ТВ [Электронный ресурс] // Журналистский ежегодник. – 2014. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnaya-otvetstvennost-regionalnogo-tv>.

2. Блинова Э. В. Шаги к пониманию: творческие поиски регионального ТВ [Электронный ресурс] // Томский государственный университет. Журналистский ежегодник. – 2014. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/shagi-k-ponimaniyu-tvorcheskie-poiski-regionalnogo-tv>.

3. Вакку Г. В. Жанры Интернет-коммуникации: веб-сайт (на примере сайта ГТРК «Чувашия») // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2012. – № 2(74), ч. 2. – С. 12–15.

4. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста : учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 344 с.

5. Коханов Е. Ф., Кравцов В. В., Шкодин М. В. Жанровая структура в новых медиа в условиях трансформации медиасистемы [Электронный ресурс] // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2015. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/zhanrovaya-struktura-novyh-media-v-usloviyah-transformatsii-mediasistemy>.
6. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества : учебное пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
7. Лизунова И. В. Региональное телевидение в России накануне всеобщей диджитализации: болевые точки развития [Электронный ресурс] // Интреэкспо Гео-Сибирь. – 2014. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-televidenie-v-rossii-nakanune-vseobschey-digitalizatsii-bolevye-tochki-razvitiya>.
8. Мелешина Е. Н. Становление информационного вещания в региональном телеэфире [Электронный ресурс] // Регионология. – 2011. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/stanovlenie-informatsionnogo-veschaniya-v-regionalnom-teleefire>.
9. Новак А. А. Особенности повестки дня в региональных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7, № 1. – С. 129–144.
10. О компании ГТРК «Тверь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vesti-tver.ru/about/index.php>.
11. О телеканале «Москва 24» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://tv.m24.ru/about>.
12. Программы – М24 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://tv.m24.ru/programs>.
13. Рева Е. К., Зуева Г. С. Новостная журналистика (на материале публикаций информационных агентств и новостных порталов г. Пензы) : учебное пособие. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2017. – 64 с.
14. Сайт ГТРК «Тверь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vesti-tver.ru>.
15. Сайт «Москва 24» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://tv.m24.ru>.
16. Федеральный закон от 24 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/.

UDC 070.431.2:654.197

G. V. Vakku¹, S. E. Stepanova², A. A. Bakova¹

TYPES OF NEWS ON REGIONAL TELEVISION (ON THE EXAMPLE OF «MOSCOW 24» AND STRBC «TVER» TV CHANNELS)

¹Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia

²I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, Cheboksary, Russia

Abstract. The article is devoted to the study of types of news on regional television. To identify them the authors considered the news content of the two channels: «Moscow 24» and STRBC «Tver». The authors identified the following types of news: events, solutions, conclusions, fact-news and quotation-news. Special attention is paid to the specifics of news materials and the requirements to them.

© Vakku G. V., Stepanova S. E., Bakova A. A., 2018

Vakku, Grigory Vladislavovich – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Russian Language, Literature and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia; e-mail: vakku2006@rambler.ru

Stepanova, Svetlana Evgenyevna – Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Communication Technologies and Management, I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, Cheboksary, Russia; e-mail: clers@mail.ru

Bakova, Anna Aleksandrovna – Graduating Student, Faculty of Sociology and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia; e-mail: bakova.ania@gmail.com

The article was contributed on July 24, 2018

Keywords: *news, types of news, TV channel, «Moscow 24», GTRK «Tver», information program, regional television.*

REFERENCES

1. *Blinova E. V.* Social'naya otvetstvennost' regional'nogo TV [Elektronnyj resurs] // Zhurnalistskij ezhegodnik. – 2014. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnaya-otvetstvennost-regionalnogo-tv>.
2. *Blinova E. V.* Shagi k ponimaniyu: tvorcheskie poiski regional'nogo TV [Elektronnyj resurs] // Tomskij gosudarstvennyj universitet. Zhurnalistskij ezhegodnik. – 2014. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/v/shagi-k-ponimaniyu-tvorcheskie-poiski-regionalnogo-tv>.
3. *Vakku G. V.* Zhanry Internet-kommunikacii: veb-sajt (na primere sajta GTRK «Chuvashiya») // Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I. Ya. Yakovleva. – 2012. – № 2(74), ch. 2. – S. 12–15.
4. *Kolesnichenko A. V.* Nastol'naya kniga zhurnalista : uchebnoe posobie. – M. : Aspekt Press, 2013. – 344 s.
5. *Kokhanov E. F., Kravcov V. V., Shkodin M. V.* Zhanrovaya struktura v novykh media v usloviyakh transformacii mediasistemy [Elektronnyj resurs] // Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishheva. – 2015. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/v/zhanrovaya-struktura-novykh-media-v-usloviyah-transformatsii-mediasistemy>.
6. *Lazutina G. V., Raspopova S. S.* Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva : uchebnoe posobie dlya studentov vuzov. – M. : Aspekt Press, 2011. – 320 s.
7. *Lizunova I. V.* Regional'noe televidenie v Rossii nakanune vseobshhej didzhitalizacii: bolevye tochki razvitiya [Elektronnyj resurs] // Intreekspo Geo-Sibir'. – 2014. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-televidenie-v-rossii-nakanune-vseobschey-digitalizatsii-bolevye-tochki-razvitiya>.
8. *Meleshina E. N.* Stanovlenie informacionnogo veshhaniya v regional'nom teleefire [Elektronnyj resurs] // Regionologiya. – 2011. – Rezhim dostupa : <https://cyberleninka.ru/article/v/stanovlenie-informatsionnogo-veschaniya-v-regionalnom-teleefire>.
9. *Novak A. A.* Osobennosti povestki dnya v regional'nykh SMI // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. – 2018. – T. 7, № 1. – S. 129–144.
10. *O kompanii GTRK «Tver»* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://vesti-tver.ru/about/index.php>.
11. *O telekanale «Moskva 24»* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://tv.m24.ru/about>.
12. *Programmy – M24* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://tv.m24.ru/programs>.
13. *Reva E. K., Zueva G. S.* Novostnaya zhurnalistika (na materiale publikacij informacionnykh agentstv i novostnykh portalov g. Penzy) : uchebnoe posobie. – Penza : Izd-vo PGU, 2017. – 64 s.
14. *Sajt GTRK «Tver'»* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://vesti-tver.ru>.
15. *Sajt «Moskva 24»* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <https://tv.m24.ru>.
16. *Federal'nyj zakon ot 24 dekabrya 2010 g. № 436-FZ «O zashhite detej ot informacii, prichinyayushhej vred ikh zdorov'yu i razvitiyu»* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108808/.