

Соотношение акторов в телевизионных новостях Чешской Республики в 1989–2021 гг.

Лапук Екатерина Вячеславовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: lapukate@yandex.ru

Согласно теории двухступенчатого потока информации [5], массмедиа влияют на аудиторию не напрямую, как предполагалось исследователями-функционалистами Уолтером Липпманом [2] и Гарольдом Лассуэллом [1], а опосредованно, через лидеров мнений. Часто лидерами мнений в медиaprостранстве считают так называемых экспертов [4]. Например, существует следующая типология экспертов в медиасреде, делящая их на три типа: «медиатический интеллекуал», «интеллекуал-интервенционалист», «интеллекуал-специалист» [4].

Если спуститься с более обширного уровня медиaprостранства в целом на уровень медиатекстов и, в частности, обратиться к такому виду медиатекстов, как телевизионная новость, то можно предположить, что в данном случае лидерами мнений могут выступать люди, к которым обращаются журналисты в кадре. Подобных лидеров мнений мы видим в качестве экспертов, аналитиков, учёных, у которых берут интервью и фрагменты интервью которых попадают в телевизионный сюжет. В данном исследовании мы обращаемся к более широкой группе: не только к лидерам мнений-экспертам, но и ко всем акторам, присутствующим в кадре телевизионных новостей. На языке телевизионщиков можно сказать, что в работе анализируются присутствующие в кадре интервьюируемые, т. е. те, у кого берут «синхроны» [3].

В исследовании проведён анализ 1608 телевизионных сюжетов канала «Ческа телевизе 1» (*Česká televize 1*) за три периода - 1989, 2005, 2021 гг. Анализировались третьи недели марта, июля и ноября каждого года. В указанных новостях проведён количественный анализ 2755 фрагментов интервью («синхрон»), являющихся частью сюжетов.

Классификация интервьюируемых проводилась в несколько этапов. На первом этапе все акторы делились на три группы: «Участники», «Очевидцы», «Эксперты». На втором этапе проводилась более подробная типологизация группы «Участников» - самой многочисленной группы акторов в телевизионных новостях. Во-первых, «Участники» делились по сферам деятельности: политическая, экономическая, социальная и культурная. Во-вторых, более подробно систематизация акторов проводилась в «политической», «экономической» и «социальной» группах, «Участники» из «культурной» сферы были относительно малочисленными, и их дальнейшая типологизация в количественном отношении не имела особого смысла. Отдельно было посчитано количество стендапов журналистов и количество новостей, в которых не было фрагментов интервью, такие новости помечались как «без актора».

По результатам анализа мы пришли к следующим выводам. Во-первых, количество телевизионных сюжетов, в которых присутствует интервьюируемый человек значительно возросло с годами: так, в 1989 г. только 23% медиатекстов имели фрагмент интервью, тогда как к современному этапу «синхроны» присутствуют уже в 72% сюжетов в 2005 г. и в 68% сюжетов в 2021 г. Также можно отметить значительное увеличение количества стендапов в телевизионных новостях: если в 1989 г. в среднем на один сюжет приходилась 0,1 стендапа, то к 2021 г. их количество увеличилось в пять раз до 0,5 стендапа на сюжет (в 2005 г. показатель и вовсе составил 0,6).

Во-вторых, как уже отмечалось, больше всего встретилось акторов из категории «Участники». Говоря об «Очевидцах» (местных жителей, безымянных участниках стрит-токов, иных интервьюируемых, которые никак не обозначались в титре), стоит отметить, что данных фрагментов интервью в 1989 г. встретилось 22%, к 2021 г. показатель уменьшился до 16% (в 2005 г. составил 20,5%). Число «Экспертов» также уменьшалось с годами: 12% - в 1989 г., 7% - в 2005 г., 6% - в 2021 г.

Далее стоит рассмотреть результаты по разбивке «Участников» на сферы. Процентное соотношение приводится в отношении ко всем акторам, а не только внутри группы «Участников». Так, безоговорочными лидерами являются акторы политической сферы: от 27% до 35% за три периода исследования. На втором месте следует экономическая сфера: 15% акторов в 1989 г., 7% - в 2005 г., 16% - в 2021 г.

Необходимо подчеркнуть, что количество акторов социальной сферы увеличивалось с годами, составив 6% в 1989 г., 10% - в 2005 г., 10% - в 2021 г. Отчасти эти показатели можно подтвердить тем, что в 1989 г. исследуемый телеканал работал в рамках государственной модели вещания, тогда как в 2005 -2021 гг. «Ческа телевизе 1» являлся общественным вещателем, что должно отражаться в формируемой телеканалом повестке, в большей степени ориентированной на общественные запросы. «Отстающей» сферой является сфера культуры: к данной категории было отнесено всего 7% акторов в 1989 г., 1% - в 2005 г., 6% - в 2021 г.

Стоит также отметить перемены в количестве акторов-журналистов (речь идёт не о стендапах, а о случаях, когда журналист является интервьюируемым, источником информации для телевизионного сюжета). Так, количество журналистов-акторов выросло почти в три раза с 1989 до 2005 г. (с 4% до 11%, а затем снова почти вдвое - до 6% - уменьшилось к 2021 г.).

Источники и литература

- 1) Лассуэлл Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне. – М.: РАН. ИНИОН, 2021.
- 2) Липшман У. Общественное мнение. – М.: Ин-т Фонда Обществ. мнение, 2004.
- 3) Телевизионная журналистика: учеб. пособие / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. – М.: Аспект-Пресс, 2022.
- 4) Шелонаев С. И. Типология акторов в современном медиапространстве // ИСОМ. 2012. №1. С. 190-194.
- 5) Katz E. The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis // Political Opinion Quarterly. 1957, № 21(1), p. 61–78.