А.А. Максим*

ФУНКЦИИ СМИ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ В ЭФИРЕ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕНОВОСТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ О КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВАХ)

В статье рассматривается вопрос о реализации институциональных функций средств массовой информации в современной России. В качестве основного объекта исследования были выбраны материалы о жизни Курильских островов. На основе контент-анализа выпусков федеральных программ теленовостей за 2016 г. автор определяет тематику телесюжетов о данном регионе и особенности работы корреспондентов с материалами о нем. Опираясь на данный анализ, автор приходит к выводу, что в случае с Курильскими островами СМИ в большей мере реализуют информационную функцию, а также частично функцию эмоциональной разрядки.

Ключевые слова: журналистика, телевидение, медиаобраз, социальные функции, Курильские острова

The functions of mass media and their implementation in national TV news programs (the case of the Kuril Islands). ANASTASIA A. MAKSIM (Saint Petersburg State University)

The article deals with the issue of implementation of the institutional functions of the mass media in modern Russia. The news items about the life of the Kuril Islands were chosen as the main object of the study. Basing on the content analysis of the national TV news programs of 2016, the author determines the subject area of TV pieces about the region and specifics of the journalists' work with materials about it. Relying on this analysis, the author comes to the conclusion that in the case of the Kuril Islands the media is more likely to realize the information function, as well as partly the function of emotional relaxation.

Keywords: journalism, television, media image, social functions, Kuril Islands

Журналистика и социально-политическая реальность существуют в отношениях взаимовлияния. Для большей части аудитории окружающий мир воспринимается посредством СМИ. Ежедневно мы посвящаем в среднем почти 4 часа социальным сетям и интернет-ресурсам, более 2 часов телевидению и еще более 2 часов радио и печатным источникам информации [5, с. 5]. На наше восприятие реальности влияет не только то, как мы сами выбираем контент для ознакомления, но и то, как журналисты видят окружающую действитель-

ность. Телевидение, радио, печать и другие СМИ, ставшие в наше время доступными почти всем слоям населения, не просто информируют общество о тех или иных событиях, но и предлагают людям свою оценку происходящего, свои идеалы.

У журналистики существует социальное предназначение «как системы задач по адекватному информационному обеспечению жизнедеятельности массовой аудитории и социальных институтов в соответствии с их информационными потребностями» [7, с. 58]. В данном случае

* МАКСИМ Анастасия Андреевна, кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

E-mail: aa.maksim@inbox.ru

© Максим А.А., 2017

под формулировкой «адекватное информационное обеспечение» нужно понимать деятельность СМИ, способствующую развитию, совершенствованию общества. Как социальный институт журналистика обладает целым рядом функций, и их реализация или игнорирование оказывает непосредственное воздействие на характер конечного результата деятельности средств массовой информации. Дисбаланс в реализации ряда функций может стать толчком к нарушению стабильности социальной системы в целом.

Исследователи выделяют у средств массовой информации следующие функции:

- информационная – предоставление максимально полной информационной картины действительности;
- регулятивная – воздействие на общепринятые стандарты поведения, формирование общественного мнения;
- нормативная – способность формировать социальные ценности и нормы;
- просветительская – предоставление аудитории необходимой информации о правах, обязанностях и возможностях;
- социального контроля – формирование и корректировка социальной политики;
- политической социализации общества;
- эмоциональной разрядки – уменьшение или снятие напряжения.

Все эти функции в той или иной мере должны способствовать просвещению аудитории, повышению уровня ее грамотности, а также давать возможности для взаимодействия с другими участниками социально-политических процессов.

Для российских медиапользователей в качестве источника информации большое значение имеет телевидение. Такая традиция сформировалась благодаря особым свойствам тележурналистики – вездесущности, экранности и непосредственности, которые делают информацию, поданную с экрана, более доступной для восприятия. Одними из наиболее востребованных и рейтинговых передач на телевидении являются новости. По данным ВЦИОМ, телепередачи остаются основным источником информации о событиях в окружающем мире для 57% россиян, хотя и с некоторым падением популярности [6].

Эфир теленовостей показывает нам мозаичную картину мира, даже на уровне одной страны. Одни регионы появляются в эфире регулярно, о других могут не вспоминать месяцами. Как правило, это отдаленные области со слабой инфраструктурой. Контент-анализ выпусков новостей, который проводился автором в ма-

е-июле 2014 г., показал, что до 40% материалов, вышедших в эфир в период исследования, относятся к событиям, происходившим в Москве, республике Крым и Санкт-Петербурге. Около 10 регионов набирают от 1,5% до 2% эфирного времени, в основном за счет происшествий или официальных мероприятий. Еще 71 регион России появляется в выпусках всего 1-3 раза в месяц в среднем. Как правило, внимание журналистов привлекают либо ухудшение погоды, либо события, характерные для этого конкретного региона (например, национальные праздники) [4]. Это способствует тому, что в медиасреде формируются стереотипы восприятия тех или иных областей, которые транслируются аудитории. Получается, что СМИ реализуют свои социальные функции в малой степени, во многом случайно и неосознанно.

Нужно отметить, что средства массовой информации занимают важное место в системе взаимодействия между обществом, политическими институтами, бизнесом и некоммерческими структурами. «Журналистика не только артикулирует определенные социальные ценности, не только утверждает в сознании аудитории общественно одобряемые нормы жизнедеятельности, не только формирует мировоззрение, общественное мнение, но и определяет как нравственный климат в обществе, так и совокупность его социальных настроений» [9, с. 4]. Особенность функционирования СМИ в том, что они не вырабатывают управленческих, политических решений, законов. Они должны создавать такую социально-информационную ситуацию, когда любое решение может быть подвергнуто общественным мнением социальной экспертизе, оценке, принятию, одобрению или непринятию и пассивному (активному) сопротивлению.

Рассмотреть пример формирования стереотипов восприятия в СМИ можно на примере медиаобраза Курильских островов. Эта небольшая по меркам России территория имеет важное геополитическое, социокультурное и историческое значение. В 2016 г. средства массовой информации вновь обратили внимание на регион после ряда заявлений и визита президента России в Японию. Основная тема, в связи с которой журналисты вспоминают об островах, – спор о принадлежности Курил. Как известно, со времен окончания Второй мировой войны Япония претендует на 4 острова: Шикотан, Хабомаи, Итуруп и Кунашир. Из-за разногласий вокруг этих территорий между Россией и Японией до сих пор нет мирного договора.

Освещение вопроса принадлежности островов позволяет реализовать функции журналистики максимально полно. Во-первых, раскрывая тему международных отношений, СМИ должны предоставлять аудитории актуальную информацию о конфликте вокруг спорных территорий и знакомить с историей вопроса. Во-вторых, Курильские острова – это территория со сложной социально-экономической ситуацией, которая нуждается в привлечении внимания и критическом осмыслении журналистов. Наконец, через материалы об истории, природных и социальных особенностях островов масс-медиа могут способствовать формированию единого социокультурного пространства российских регионов. Наблюдения за ежедневной практикой средств массовой информации показывают, что третий упомянутый аспект зачастую выпадает из внимания журналистов и незаслуженно остается в тени. «Население интересуется в основном внутренними проблемами своего региона и взаимоотношениями местных органов власти с «центром», тогда как о жизни других регионов, даже соседних, «средний» россиянин, как правило, знает крайне мало. Такое положение дел обуславливает особую значимость средств массовой информации в формировании представлений о российском пространстве» [1, с. 10].

Почему же Курильские острова так важны для России? Во-первых, в силу своего стратегического положения. С точки зрения обороноспособности страны эти острова являются удобным восточным форпостом для защиты основной территории. Это идеальное место для расположения военно-морских баз, так как глубоководные проливы здесь не замерзают. Во-вторых, на Курилах есть запасы востребованных полезных ископаемых, а на Итурупке также находится крупнейшее в мире месторождение редкого металла рения, который используется в суперсплавах для космической и авиационной техники. Наконец, за счет особенностей климата и морских течений район островов богат рыбными ресурсами и морепродуктами [3, с. 405-406].

Курильские острова, которые входят в состав Сахалинской области, относятся к «регионам-невидимкам». Традиционные информационные поводы для появления Курил в эфире – природные катаклизмы, проблемы с рыболовецкими шхунами и редкие визиты официальных лиц.

Чтобы оценить, насколько знакомы журналисты с особенностями жизни этого региона, был проведен контент-анализ выпусков феде-

ральных программ теленовостей за 2016 г. Для анализа картины, которая складывается на основе материалов СМИ, были использованы интернет-архивы телеканалов «НТВ», «Первый» и «5 канал», а также интернет-канал vesti.ru, на котором представлены информационные сообщения телеканалов «Россия 24» и «Россия 1». В ходе исследования оценивалось, какие темы и как часто появляются в эфире, а также было проанализировано содержание сюжетов по итогам визита В.В. Путина в Японию, чтобы выделить смысловые акценты.

Как видно из диаграммы (табл. 1), основная часть материалов посвящена, так называемому Курильскому вопросу – теме споров между Россией и Японией о принадлежности части островов. Особенности жизни региона и его социально-экономического развития редко привлекают внимание редакций федеральных теленовостей. Из 347 сюжетов, которые вышли в 2016 г., бытовым проблемам Курил был посвящен только 21 материал, то есть всего около 6%, и почти все они вышли в эфире телеканала «Россия 24».

Единственная тема из этой сферы, которая ожидаемо имела широкое освещение, – это нашедшая история о рыбокомбинате «Островной» на Шикотане. Во время прямой линии с В.В. Путиным работники предприятия пожаловались президенту на невыплату зарплаты. И реакция как чиновников, так и журналистов последовала незамедлительно. В течение следующих двух недель в эфире всех телеканалов выходили материалы о том, какие меры принимаются для разрешения ситуации. Однако после этого интерес СМИ начал затухать. Единственный канал, который регулярно отслеживал новости на рыбокомбинате «Островной» – это «Россия 24». Получается, что в отношении этой темы СМИ не выполнили свою функцию социального контроля в полном объеме. Из материалов эфира мы видим только констатацию факта конфликта и оперативных шагов по его разрешению. Однако понимания того, что предпринято для предотвращения подобных случаев в будущем, нет. То есть внимание журналистов к проблеме существует до тех пор, пока есть реакция федеральных властей. «В настоящее время на российском телевидении показывают в основном только сами проблемы... но не их решения. Таким образом, даже в случаях, если ситуация уже приведена в норму, в массовом сознании все равно остаются негативные ассоциации, связанные с данным регионом. Улучшение образа региона возможно только при проведе-

Таблица 1

**Тематическое разнообразие выпусков федеральных теленовостей
с упоминанием Курильских островов. 2016 г.**

нии планомерной работы по решению этих проблем с одновременным освещением в СМИ всех предпринимаемых действий» [1, с. 20].

Контент-анализ наглядно показывает, как складываются стереотипы восприятия того или иного региона. В случае с Курильскими островами, помимо международной темы, очевидными типичными темами стали природные катаклизмы (циклоны, тайфуны, землетрясения и т.п.), аварии с судами (рыболовецкими и другими) и проекты военного ведомства. Нужно отметить в данном случае положительный эффект от взаимодействия журналистов и Министерства обороны. Так как военные заинтересованы в освещении своих проектов, они предлагают журналистам широкие возможности для подготовки материалов, в том числе видеосъемки из труднодоступных мест учений и участие в экспедициях. Например, съемочная группа телеканала «Россия 24» фиксировала этапы исследований на острове Матуа и выпустила серию репортажей и документальный фильм об истории этого места и перспективах его развития.

И все же в 2016 г. значительная часть материалов о Курилах была посвящена российско-японским переговорам о принадлежности

островов. Помимо регулярного обмена заявлениями официальных лиц (43% материалов по теме принадлежности Курил), в этой теме можно выделить еще несколько крупных информационных поводов: встреча Владимира Путина и Синдзо Абэ в Сочи в мае 2016 г. (6%), встреча первых лиц в рамках Восточного экономического форума во Владивостоке в сентябре 2016 г. (9%), интервью В.В. Путина иностранным журналистам в течение года (12%) и, наконец, официальный визит президента России в Японию в декабре 2016 г. (29%). Именно перечисленные встречи первых лиц служили поводом для увеличения количества материалов о Курильских островах. Однако с точки зрения понимания проблемы и описания современного положения в регионе сюжеты носили в большинстве своем формальный характер. Они отработаны в событийном ключе и существуют в своеобразном вакууме: ни истории вопроса, ни объяснения значимости этих территорий для России, ни самостоятельного анализа социально-экономического состояния региона в материалах СМИ, как правило, нет. Сюжеты зачастую выполнены в пафосной риторике, с помощью которой журналисты стремятся выразить эффективность вы-

бранной Кремлем политики. «Информационная насыщенность, повторяемость и визуализация создают иллюзию понимания смысла: формируемое эмоциональное отношение к явлениям и событиям не оставляет места аналитическому восприятию сообщений» [8, с. 2].

В рамках исследования было проанализировано содержание сюжетов, подводящих итоги визита В.В. Путина в Японию. Оценивались видеоряд и содержание текста – какие акценты расставлял журналист. Единственный материал, в котором зритель мог увидеть, как живут современные жители Курил, вышел на «Первом канале». В нем упоминались туристический потенциал островов, возможности развития альтернативных источников энергии и строительство новой птицефермы. И по всем этим темам в сюжет были включены комментарии местных жителей. В остальных материалах кадров региона практически нет, несмотря на то, что значимость переговоров о принадлежности Курильских островов подчеркивалась. Журналисты больше увлекались деталями встречи, японским колоритом и яркими заявлениями Путина и Абэ. Однако значимость высказываний не подкреплена наглядной картинкой.

Таким образом, на основе контент-анализа можно сделать вывод, что СМИ реализуют в большей мере информационную функцию, а также частично функцию эмоциональной разрядки. В остальном работа журналистов носит точечный характер, что способствует созданию мозаичной картины мира. Для работы с информацией о жизни регионов характерна ориентация на официальные поводы. При этом корреспонденты зачастую слабо разбираются в истории вопроса выбранной темы, что отражается на качестве анализа ситуации и выборе фактов для отражения в материалах. «Нетрудно видеть в этих сюжетах «полюса» социальной жизни; явно недостает информации о «срединном слое», где рождаются и развиваются проблемы. Бытие, этапы их жизненного цикла в период, когда проблемы требуют внимания и решений, как правило, не привлекают внимания как не имеющие острых событийных поводов» [8, с. 4]. В случае с Курильскими островами получается, что аудитория должна на веру принимать тезис о значимости этого региона для страны, в то время как в эфире зрители видят место с некомфортными для жизни условиями как на бытовом уровне, так и в свете природных условий. Сместить акценты могли бы материалы об истории открытия, освоения и освобождения в ходе Второй мировой войны, но этой теме так-

же уделяется крайне мало внимания. Также в современном эфире федеральных теленовостей не хватает жанрового разнообразия, когда речь идет о жизни регионов. Наиболее часто встречающиеся жанры – видеоинформация, зачитанная ведущим, и событийный репортаж. В то же время ощущается недостаток аналитических и портретных материалов.

Особенность телевизионного медиа-продукта в том, что сообщения, появляющиеся в эфире, воспринимаются обществом как наиболее важные и значимые в контексте жизни страны. СМИ, и особенно телевидение, являются основным инструментом выражения общественного мнения и во многом влияют на его формирование, а значит – на журналистов ложится ответственность за формирование информационной повестки дня. При этом растет конкуренция традиционных СМИ с новыми медиа, например, социальными сетями. «Если раньше традиционные СМИ, выделяя небольшое количество тем и концентрируя на них внимание аудитории, обеспечивали некое согласие массовой аудитории по поводу предпочтительных тем для обсуждения, то с помощью новых медиа у пользователя есть возможность идентифицировать себя с более индивидуальными повестками. Падение влияния традиционных медиа и мультипликация новых площадок средств массовой информации ведет к снижению интереса к национальным, наднациональным проблемам и повышению внимания к локальным. По мнению многих исследователей, такая тенденция грозит увеличением и углублением социальных расколов» [2, с. 33].

Степень участия журналистики в общественно-политических процессах зависит от формы политического устройства государства и его информационной политики. В случае, когда государственная политика реализуется как управленческая директивная деятельность, медиа преимущественно выполняют инструментальные функции, в том числе пропагандистскую, агитационную, релаксационную. В условиях сотрудничества общественно-политических институтов расширяется возможность реализации всего спектра функций журналистики, что стимулирует социальную активность населения и открытое проявление обществом отношения к социальной реальности. В этом случае журналистика выступает как своеобразный модератор формирования политической культуры. Сегодня она определяется элитарным характером взаимодействия власти и медиа и ограниченными

возможностями равноценного участия граждан в общественно-политических процессах.

Однако журналистика может служить одним из наиболее заметных стимулов для развития гражданского общества. Именно на средства массовой информации возлагается задача донести до общества идею, основные принципы гражданского общества, приемы и особенности его функционирования, пробудить интерес и активность людей, мобилизовать их на позитивную деятельность в данном направлении, то есть сформировать определенную политическую культуру общества. Работа журналистов в этом направлении может способствовать формированию и укреплению единых культурных и социальных ценностей общества и обеспечить социально-политическую стабильность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грибок М.В. Анализ формирования образов регионов России в федеральных информационных программах телевидения с помощью ГИС: автореф. дисс. ... канд. геогр. н. М., 2009.
2. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Технологические аспекты социальной ответственности журналиста // Меди@льманах. 2014. Вып. 2. С. 32-41.
3. Кошкин А. Россия и Япония. Узлы противоречий. М.: Вече, 2010.
4. Максим А.А. Региональная информация в федеральных теленовостях как фактор формирования картины мира // Медиаскоп. 2016. Вып. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/2092>
5. Медиапотребление в России. Ключевые тенденции за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/2016/media-consumption-in-russia.html>
6. Пресс-выпуск № 3284. Медиапотребление сегодня: пять основных фактов. 13.01.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116026>
7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.
8. Фролова Т.И. Проблемы социальной сферы в телевизионной журналистике // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2014. Вып. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/downloads/2015/Frolova11z.pdf>
9. Чирков М.Г. Ценности демократии в телевизионном вещании: дисс. ... канд. полит. н. СПб., 2002.

REFERENCES

1. Gribok, M.V., 2009. Analiz formirovaniya obrazov regionov Rossii v federal'nykh informatsionnykh programmakh televideniya s pomoshch'yu GIS [The analysis of the formation of the images of Russian regions in federal television information programs using GIS technology], avtoreferat dissertatsii kandidata geograficheskikh nauk. Moskva. (in Russ.)
2. Dzyaloshinskiy, I.M. and Dzyaloshinskaya, M.I., 2014. Tekhnologicheskie aspekty sotsial'noy otvetstvennosti zhurnalista [Technological aspects of the journalist's social responsibility], Medi@l'manakh, no. 2, pp. 32-41. (in Russ.)
3. Koshkin, A., 2010. Rossiya i Yaponiya. Uzly protivorechiy [Russia and Japan. Tangles of contradictions]. Moskva: Vechе. (in Russ.)
4. Maksim, A.A., 2016. Regional'naya informatsiya v federal'nykh telenovostyakh kak faktor formirovaniya kartiny mira [Regional information in national TV news as a factor in forming media reality]. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2092> (in Russ.)
5. Mediapotreblenie v Rossii. Klyuchevye tendentsii za 2016 god [Media consumption in Russia. Key trends for 2016]. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/2016/media-consumption-in-russia.html> (in Russ.)
6. Press-vypusk № 3284. Mediapotreblenie segodnya: pyat' osnovnykh faktov. 13.01.2017 [Press release № 3284. Media consumption today: five main facts. 13.01.2017]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116026> (in Russ.)
7. Prokhorov, E.P., 2011. Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki [Introduction to the theory of journalism]. Moskva: Aspekt Press. (in Russ.)
8. Frolova, T.I., 2014. Problemy sotsial'noy sfery v televizionnoy zhurnalistike [Problems of social sphere in television journalism]. URL: <http://www.journ.msu.ru/downloads/2015/Frolova11z.pdf> (in Russ.)
9. Chirkov, M.G., 2002. Tsennosti demokratii v televizionnom veshchanii [The values of democracy in television broadcasting], dissertatsiya kandidata politicheskikh nauk. Sankt-Peterburg. (in Russ.)