

Людмила Мельникова
Белорусский государственный университет

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ БЕЛОРУССКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ

Информационная журналистика характеризуется как профессиональная деятельность по сбору и подаче фактов, которые говорили бы сами за себя, не нуждаясь в дополнительных разъяснениях, – фактов «самоочевидных» [1, с. 8]. На белорусском телевидении данное направление, являясь приоритетным, развивается особенно динамично. Неслучайно одним из первых структурных подразделений Минской студии телевидения (МСТ), организованных в 1961 г., была главная редакция «Последних известий» (с 1963 г. – главная редакция «Телевизионных новостей», с 1971 г. – главная редакция информации) [2, с. 82, 90, 135]. Несмотря на богатый историко-практический опыт функционирования белорусского информационного телевидения, его методологический инструментарий до сих пор не изучен, не исследованы образно-творческие ресурсы и резервы профессионального мастерства. Цель статьи – характеристика стратегий, обусловивших выявление творческой индивидуальности тележурналиста, его эффективную профессиональную самореализацию в белорусском информационном телевидении.

Контент информационного телевидения составляют новостные, специализированные новостные и информационно-аналитические программы, содержательное наполнение и функциональные особенности которых позволяют позиционировать данный контент как *социально значимый* [3, с. 198–202]. Исходя из этого белорусское телевидение перманентно увеличивало его объемы и частотность программ. Если в 1958 г. информационные выпуски «Последних известий» (с 1961 г. – «Телевизионные новости», с 1970 г. – «Панорама новостей») выходили в эфире МСТ 3 раза в неделю, то с 1962 г. – дважды в день. С 1964 г. белорусские «Телевизионные новости» еженедельно включались в информационную программу Центрального телевидения (ЦТ). Помимо ежедневных выпусков новостей, в эфир выходили еженедельные тележурналы-обозрения «Новости с голубого экрана», «5+2», посвященные актуальным событиям в жизни республики [4, с. 26–28].

К середине 1970-х гг. информационные выпуски стали визитной карточкой Белорусского телевидения (БТ) наравне с наиболее значимыми публицистическими и развлекательными телепрограммами. В начале

1980-х гг. ежедневный объем национальных теленовостей, которые выходили четыре раза в день, составлял около четверти общего объема вещания БТ, что актуализировало проблему творческого мастерства в информационном телевещании. Об этом свидетельствовало проведение регулярных спецсеминаров для редакторов и режиссеров редакций информации республиканского и областных телерадиокомитетов, собственных корреспондентов БТ с целью повышения их профессионального мастерства [5].

В 1970–1980-х гг. новостные выпуски Белорусского телевидения «День за днем», «Панорама новостей» (впоследствии информационная программа «Панорама»), «Утро республики», «Эхо дня» и др. являлись моделями *безличной коммуникации*, образцом которой представляла информационная программа «Время» ЦТ. Творческая деятельность репортеров главной редакции информации (ГРИ) Белорусского телевидения, носителей и трансляторов управленческих программ, осуществлялась на *репродуктивном* уровне. Об этом свидетельствуют продуцирование преимущественно однотипных информационных материалов, упрощение способов подачи сообщений, среди которых превалировали описательность и констатация.

Идентифицировать репортеров ГРИ позволяло предметно-тематическое поле информационных сообщений: события культурной жизни (А. Доморацкий, Л. Горошко), социальная сфера (Н. Марцелева), общественно-политические события и деятельность правительства (В. Бизан), аграрный сектор (В. Дорошевич), промышленный и строительный комплексы (В. Лознев), международная жизнь (В. Харьков). Предметно-тематическая специализация способствовала также выявлению эвристических способностей телерепортеров. Однако индивидуализация стиля профессиональной деятельности творческой личности не являлась задачей первостепенной. Несмотря на традиционную практику представления создателей информационных сообщений субтитрами, наиболее характерной особенностью новостных выпусков Белорусского телевидения 1970–1980-х гг. являлась, наряду с торжественно-мажорной интонацией дикторов-ведущих, *безличность* журналистских выступлений, представленных преимущественно жанрами репортажа и корреспонденции. Возможности для творческого самовыражения репортера открывала постоянная рубрика информационной программы «Панорама» «Субботний репортаж». Обращение в этой рубрике к повседневности расширяло возможности для проявления личностного от-

ношения телерепортера к житейским проблемам, способствовало продвижению в сферу продуктивной творческой деятельности.

С 1980 г. проявить творческую индивидуальность позволяла также еженедельная программа «Минский вестник», в которой репортеры впервые в белорусском информационном телевидении предстали в качестве авторов-ведущих. Следует отметить, что некоторые исследователи ошибочно связывают формирование на национальном ТВ профессиональной школы ведущих информационной телепрограммы с деятельностью Агентства телевизионных новостей [2, с. 277].

В выпусках «Минского вестника» репортеры-ведущие организовывали в студийном павильоне показы новых моделей одежды, дегустировали продукцию минских предприятий, представая в качестве и «охотников» за фактами, и активных интерпретаторов фактов, организаторов событий. Если исходить из типологии творческой индивидуальности в журналистике, научно обоснованной И. Дзялошинским, то можно утверждать, что в белорусском информационном телевидении, благодаря «Минскому вестнику», утвердился «универсально-активный» тип личности [6, с. 60], который впервые апробировал инфотейнмент (англ. *infotainment*) – подачу информационных сообщений в форме развлечения. Несмотря на высокую степень творческой активности репортеров, необходимость еженедельного содержательного наполнения 30-минутных выпусков «Минского вестника» в условиях ограниченного производственно-технического ресурса обуславливала алгоритмизацию профессиональной деятельности, приводила к *объектно-объектным* отношениям с аудиторией. На преодоление данного недостатка были направлены дальнейшие творческие поиски национального телевидения, о чем свидетельствуют телепрограммы «Столица» (БТ), «Минск и минчане», «Минщина», «Столичные подробности» (СТВ), «Контур» (ОНТ).

Создатели еженедельной информационно-аналитической телепрограммы «Столица» (шеф-редактор В. Малявская, реж. В. Скоробогатченко), выходявшей в субботнем утреннем эфире БТ с 1999 г., развивая традиции «Минского вестника», стремились сочетать широкое информирование аудитории с принципом преимущественного внимания к интересам отдельных социальных групп и слоев: многодетных семей, пенсионеров, инвалидов, культурной и бизнес-элиты. Установлению *субъектно-субъектных* отношений со зрителем во многом способствовала ведущая Е. Горошко, коренная минчанка, которая преподносила любое событие из жизни столицы как полноправный член ее большой

семьи. В отличие от Е. Горошко, ведущая телепрограммы «Минск и минчане» (СТВ) позиционируется как *медийная персона*, образ которой, внешне эффектный, нарушает границы между достоверностью преподносимой информации и способом ее подачи, в связи с чем выпуски данной телепрограммы воспринимаются как самопрезентация ведущей, а не того экранного материала, который она представляет. Между тем в белорусском информационном телевидении есть примеры такой самопрезентации творческой личности, которая усиливала впечатление от преподносимого сообщения, способствуя установлению субъектно-субъектных отношений с аудиторией. В этой связи следует особо отметить деятельность группы комментаторов (руководитель Л. Ларютин), организованной на республиканском телевидении 2 января 1980 г.

Пятиминутные выпуски «Комментария дня» (впоследствии «Наш комментарий»), с 1981 г. выходившие в эфире БТ по будням, представляли собой авторское осмысление событий по «горячим следам», расширявших и углублявших информационную картину дня. Наиболее эффективное функционирование группы комментаторов связано с именем тележурналиста Л. Ларютина, олицетворявшего «интеллектуально-активный» тип творческой личности с характерным для данного типа тяготением к глубокому осмыслению фактов и явлений повседневной жизни, к остроте постановки проблемы [6, с. 60]. *Личностные* комментарии Л. Ларютина являлись результатом предельной индивидуализированности в процессе сбора, преобразования и изложения актуальной информации.

Инновации группы комментаторов конца 1980 – начала 1990-х гг. («Факты и мнения», «Четверг у комментаторов»), представляя собой *диалогичную* форму персонализированной телеинформации, способствовали творческой самореализации О. Тризно как талантливого комментатора-интервьюера. При очевидном разнообразии профессиональных интересов, многосторонности знаний, мобильности О. Тризно отдавал предпочтение разработке конкретной темы, представая как универсально-активный тип творческой индивидуальности. Данный тип был наиболее востребован в 1990-х гг., период активного реформирования национального информационного телевидения, целью которого стали достижение высокого европейского уровня, интеграция в межгосударственное информационное пространство.

Среди творческих инноваций белорусского информационного телевидения 1990-х гг. следует отметить ежедневную телепрограмму «НИКа» («Новости. Информация. Комментарии»), для производства

которой на БТ было организовано творческое объединение экспериментального информационного вещания (ТОЭИВ). Независимость телепроизводства и идейная близость людей, входивших в состав творческого коллектива, обеспечили его высокую производственную маневренность [7, с. 121]. Минимизировав объем официальной информации, авторы «НИКи» открыли постоянные рубрики, ориентированные на привлечение внимания широкого круга зрителей. Результатом всестороннего сотрудничества с аудиторией стали еженедельные выпуски «Воскресного приложения» «НИКи». Использование в них многочисленных писем и телефонных обращений, привлечение наиболее активных зрителей к обсуждению актуальных проблем свидетельствовали о практической реализации принципа *сотворчества* с аудиторией. Основу профессионально-творческой стратегии создателей «НИКи» определило понимание роли телерепортера как важнейшего фактора эффективности профессиональной деятельности. Данная стратегия, реализуемая через принцип личной ответственности репортера за отбор и подачу информационных сообщений, обусловила формирование ярких авторских образов: «раздражителя», специализировавшегося на создании острых материалов (М. Бабкина), «миротворца», сторонника компромиссов в любой конфликтной ситуации (М. Шимко), эмоционально сдержанного «аскета» (А. Ванкович), «скептика» (И. Сушкевич), «оптимиста» (Э. Герасимович) [8]. В связи с тем, что выпуски «НИКи» вели поочередно сами телерепортеры, их экранные образы изменили представление о ведущем информационной программы как о субъекте, не имевшем права на личностное отношение к факту (событию). В отличие от «Панорамы», осуществлявшей преимущественно оперативное информирование, в выпусках «НИКи» доминировали сообщения, развивавшие общественно значимые факты и события во времени. Периодичность аудиовизуального контента позволяла репортерам «НИКи» возвращаться к теме, проблеме, герою. Благодаря этому в национальном информационном телевещании был апробирован жанр *специального репортажа-расследования*, один из наиболее продуктивных для творческой самореализации репортера. Предпосылкой успешного функционирования программы «НИКа» в 1991–1992 гг. стала интеграция разнообразных типов творческой индивидуальности: универсально- и интеллектуально-активного, практического, организаторского. Выдвижение в качестве лидера *практического* типа творческой индивидуальности, характеризующейся поверхностностью «репортажного» мышления, утрата позиций

инных типов, а также способности эффективно решать сложные вопросы организации производства и редакционной жизни привели коллектив «НИКи» к глубокому творческому кризису и прекращению существования в 1994 г. Однако *идентификация личностного «я» репортера* отныне становится основой творческой стратегии национального информационного телевидения.

С созданием в Белтелерадиокомпании в 1995 г. Агентства телевизионных новостей (АТН) данная стратегия реализовывалась посредством дальнейшего вытеснения из информационных телепрограмм дикторов-ведущих. Первыми ведущими «Панорамы» производства АТН стали тележурналисты, знакомые зрителям по молодежным телепрограммам: А. Кругляков, И. Хрущева, Ю. Шамшур и др. Отрицанием «канонических» норм подачи информационных сообщений, сформированных советской дикторской школой, Белорусское телевидение стремилось максимально сблизить ведущих информационных программ со зрителями. Этому способствовала либерализация редакторской правки репортерских текстов в целях сохранения индивидуальности авторского стиля. Телерепортер, который функционировал в телепрограмме в качестве ведущего, являлся необходимым элементом стилизации, создавал впечатление жанрово-стилевой целостности информационного выпуска как оперативного *репортажа из студии*. Фигура телерепортера-ведущего максимально отвечала поставленной руководством АТН цели: обеспечить возможность постоянного совершенствования профессионального мастерства, необходимого условия для эффективной работы в телевизионной службе информации [9]. Оптимизация творческо-технологического процесса, осуществленная АТН, с момента своего создания стремившегося максимально сократить посреднические звенья между собственно творческим и организационно-технологическим циклами, способствовала переходу на скоростной режим производства новостей, выпуски которых с 1998 г. стали выходить каждые два часа, что приближало белорусское информационное телевидение к мировым стандартам. Дальнейшее продвижение в этом направлении во многом зависело от способности телерепортеров овладевать перманентно обновляющимися технологиями творчества, которые существенно изменяли способ производства контента. Так, результатом новых технических возможностей, обусловленных оснащением АТН спутниковой передвижной технической станцией (ПТС), стали прямые включения репортеров с места события – один из наиболее распространенных приемов драматизации

теленостей. Оперативное комментирование как форма авторского «я» является, безусловно, продуктом демократизации общества, востребованности таких мнений, которые, не претендуя на масштабность и авторитетность, тем не менее фиксируют внимание на точке зрения телерепортера, его взгляде на факт или событие, принимаемом к сведению или отвергаемом аудиторией. В этой связи нельзя не согласиться с теми, кто считает, что телерепортер как бы поощряет обмен мнениями в социуме, подавая пример гражданскому сообществу [10, с. 26; 1, с. 6]. Этому во многом способствует широкое использование в новостных телепрограммах стендапа (англ. *stand up* – вставать). Авторские стендапы предусматривают личностное участие телерепортера в сюжете, в том числе посредством какого-либо действия. Чаще всего это проходка в кадре, жесты, использование деталей предметной среды, в которой находится тележурналист. Восприятию стендапа как мини-спектакля, перформанса (фр. *spectacle*, англ. *performance* – представление, спектакль) способствует структура журналистского комментария, который ориентирован на личностное отношение к теме.

В 1995 г. на Белорусском телевидении появилась еженедельная телепрограмма «Резонанс» (автор-ведущий А. Зимовский) – компетентный анализ фактов и событий прошедшей недели. В 1996–1997 гг. в эфир выходили ежедневные (кроме выходных) выпуски информационно-аналитической программы «Тема дня» (авторы-ведущие Ю. Козиятко, И. Филиппенко), которая возрождала традиции оперативной интерпретации фактов на злобу дня. С 28.09.1998 г. «Тему дня» сменила ежедневная информационно-аналитическая программа «Событие». Творческая концепция данного телепроекта предполагала анализ фактов, оперативное комментирование сообщений, о которых зрители узнавали из информационных выпусков АТН на протяжении дня. Обзору международных событий была посвящена еженедельная информационно-аналитическая телепрограмма АТН «Континент» (автор-ведущий И. Рудометов). Появление в информационной программе «Панорама» в 1998–1999 гг. постоянных рубрик: «АТН – диалоги» (актуальное интервью на злобу дня), «АТН – власть» (анализ деятельности высших эшелонов власти), «АТН – экспертиза» (анализ социальных проблем), «АТН – кодекс» (освещение вопросов законности и правопорядка), «Специальный репортаж» свидетельствовало о переосмыслении ролевой функции творческого субъекта национальной службы телеинформации, который значительно расширял границы социально-профессиональной ориентации

и творческой компетенции. Информационно-аналитические программы АТН, постоянные рубрики «Панорамы» свидетельствовали о востребованности в белорусском информационном телевидении такого типа творческой личности, который был способен к постоянному обновлению технологий профессиональной деятельности, приемов и способов достижения цели. Создание максимально благоприятных условий для эффективной самореализации универсально- и интеллектуально-активного типов творческой индивидуальности позволило Агентству телевизионных новостей утвердиться в конце 1990–2000-х гг. в качестве ведущего производителя национального телеконтента: информационных, информационно-аналитических, публицистических телепрограмм и специальных проектов, посвященных актуальным вопросам политической, экономической, социокультурной, духовной жизни страны и мира («Алло, “Событие”», «Беларусь. Взгляд извне», «Была война...», «В мире моторов», «Деловая жизнь», «День спорта», «Жесткий разговор», «Земля белорусская», «Зона X», «История Победы», «Международные новости», «Национальные парки Беларуси», «Новости культуры», «Nota Bene», «Общественная безопасность», «Ответный ход», «Панорама в субботу», «Сфера интересов» и др.). Благодаря творческой идентификации, популярность репортеров АТН Белтелерадиокомпания, а также таких информационных и информационно-аналитических телепрограмм 2000-х гг., как «Наши новости», «Контур», «Дыхание планеты» (ОНТ), «24 часа», «Столичные подробности», «Неделя» (СТВ), не уступает популярности ведущих данных программ.

В качестве примера эффективной персонализации можно привести ежедневные выпуски «Столичных подробностей» (СТВ). Несомненной творческой находкой в данной информационной телепрограмме является рубрика «Дежурный по городу», в которой телерепортеры А. Дехтяр, В. Железная, Т. Кибалко и др., применяя прием стендапа, превращали свое появление в кадре в яркое запоминающееся зрелище.

Персонализации информационного телевидения в немалой степени способствует брендинг контента. На рубеже XX–XXI вв., в условиях глобализации новостей, многопрограммности, обострения конкуренции на информационном рынке, бренд информационных программ экстраполируется для потребителя как бренд телеканала в целом, повышая кредит доверия к другим передачам данного производителя [11, с. 268–269]. В конце 1990-х гг. Агентство телевизионных новостей Белтелерадиокомпания впервые осуществило такой брендинг: мини-

портреты «команды АТН», сочетавшиеся с активным анонсированием информационно-аналитических программ «Панорама» и «Резонанс», стали частью межпрограммного оформления сетки вещания Белорусского телевидения. В 2000-х гг. данное направление деятельности АТН существенно расширилось за счет появления авторских телепрограмм, персонализация которых закреплялась в их названии: «**“В центре внимания”** с Юрием Гроеровым», «**“Жесткий разговор”** с Александром Зимовским», «**“Панорама недели”** с Максимом Короткиным (Ириной Яковлевой)», «**Променад** с Михаилом Ревуцким» и т. д. Попытками поддержать авторское начало, глубокую смысловую взаимосвязь теле-репортера с содержанием сообщения можно расценивать появление на белорусских телеканалах в 2000-х гг. таких информационно-аналитических программ, как «**Репортер СТВ**» (СТВ), «**Дыхание планеты**» (ОНТ), «**Репортер “Белорусского времечка”**» (Лад), «**Земельный вопрос**» (Первый национальный телеканал) и др. На позиционирование имиджа тележурналистов и вещательной организации в целом направлено регулярное использование анонсов информационных сообщений, акцентирующих внимание на фигуре репортера, а также титров с ярко выраженным цветографическим дизайном.

Таким образом, историко-практический опыт белорусского ТВ свидетельствует об эффективности профессионально-творческой стратегии, нацеленной на персонализацию информационного телевещания и обусловившей апробацию разнообразных способов и приемов авторского самовыражения. Творческой идентификации белорусских теле-репортеров способствовали, помимо предметно-тематической специализации, расширение жанровой палитры информационных программ, журналистские стендапы, прямые включения с места события, совмещение функций репортера и ведущего информационных выпусков. Опора на традиции личностной подачи информационных сообщений, сформированные в 1970–1980-х гг. и развитые в 1990-х гг., позволит национальному телевидению уверенно конкурировать на международных информационных рынках.

Литература

1. Шостак, М.И. Репортер: профессионализм и этика / М.И. Шостак. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 165 с. – (Практическая журналистика).
2. Курков, И.Н. Белтелерадиокомпания: мир живого эфира / И.Н. Курков. – Минск: Медиафакт, 2007. – 304 с.

3. Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ / Г.В. Кузнецов; Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, Моск. гос. ун-т. – 2-е изд., перераб. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 400 с.
4. Плавник, А.А. История белорусского телевидения: учеб.-метод. пособие: в 2 ч. / А.А. Плавник, Л.Ф. Шилова, Н.Т. Фрольцова; Беларус. гос. ун-т. – Минск: Изд-во БГУ, 1989. – Ч. 1. – 57 с.
5. Гаціла, С. Паўней выкарыстоўваць крыніцы інфармацыі / С. Гаціла // У дапамогу работнікам тэлебачання і радыёвяшчання: інфарм.-метад. матэрыялы / Дзярж. кам. БССР па тэлебачанні і радыёвяшчанні. – 1983. – Лістап.-снеж. – С. 20–25.
6. Дзялошинский, И.М. Творческая индивидуальность в журналистике: учеб.-метод. пособие / И.М. Дзялошинский. – М. : Изд-во МГУ, 1984. – 79 с.
7. Фрольцова, Н.Т. Типология творческой деятельности в аудиовизуальной коммуникации / Н.Т. Фрольцова. – Минск: БГУ, 2003. – 217 с.
8. Губскі, У. А НІКа жыве... / У. Губскі // Беларус. тэлебачанне і радыё. –1993. – 3–9 мая. – С. 1, 14, 15, 16.
9. Навіны – на сусветным узроўні // Беларус. тэлебачанне і радыё. – 1998. – 5–11 кастр. – С. 1, 16.
10. Фихтелиус, Э. Новости: сложное искусство работы с информацией / Э. Фихтелиус ; пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с.
11. Цвик, В. Л. Телевизионная служба новостей: учеб. пособие / В.Л. Цвик. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 319 с.

Анна Морозова

Челябинский государственный университет (Россия)

ТЕМАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» КАК НОВОГО СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Исследование проведено за счёт гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских учёных МК 7210.2016.6

К настоящему времени социальные сети, по мнению как значительного числа теоретиков журналистики, так и практиков, можно считать полноценными средствами массовой информации. За период десятилетнего существования они прошли процесс от исключительного коммуникативного ресурса до многофункциональной информационно-коммуникативной сети.

Сегодня наибольшее число подписчиков и наибольшее количество ежедневного пользования аккаунтами в России имеют «ВКонтакте» и «Инстаграм». В качестве материала исследования мы выберем соци-