

УДК 654+316

**СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ТЕЛЕРЕАЛЬНОСТЬ
(на примере аудиовизуальных материалов, посвящённых
европейскому миграционному кризису)**

А.И. Анохин

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, 420008, Россия

Аннотация

За последние годы миграция населения из стран Ближнего Востока и Африки в Европу приобрела большие масштабы, став типичным явлением политической жизни. Эта тема широко представлена в общероссийских ежедневных информационных телепрограммах; соответственно, она является важным сегментом современной российской телереальности.

В статье доказывается, что действительность, создаваемая телевидением, отличается от мира настоящего. На основании данного тезиса автором предлагается новый взгляд на изучение российского информационного пространства, в котором каждое телевизионное сообщение формирует телереальность в разных её аспектах.

В рамках этого подхода автором было проведено исследование телевизионных сюжетов, посвящённых европейскому миграционному кризису и вышедших в информационных программах «Первого канала» («Время», «Воскресное время», всего 28 выпусков) и телеканала «Россия 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели», всего 28 выпусков). Результаты количественного и качественного анализа новостных материалов позволили выявить общие тенденции в освещении данной темы российским телевидением. В частности, при жанровом разнообразии телевизионных сообщений прослеживается их тематическая ограниченность: проблема описывается, как правило, только в политическом аспекте.

Ключевые слова: миграционный процесс, мигрант, телереальность, телевизионный канал, информационная программа, телевизионный сюжет, жанр, вёрстка, оценка

Телевизионные программы создают для своей аудитории особую реальность, называемую телереальностью. Данное понятие образовано по аналогии со словом «медиа́реальность», которое появилось уже в начале XX в. (задолго до становления телевидения как средства массовой информации). Первым о медиа́реальности заговорил американский писатель-журналист У. Липпман. Он полагал, что сообщения, передаваемые по каналам СМИ, не отражают факты, события, явления во всей их полноте, а искажают реальную картину мира [1, с. 332–338]. Основная причина этого кроется в сложности и многогранности действительности. Медийная картина мира не может вместить в себя всю жизнь – в неё входит лишь то, что привлечёт внимание журналистов. Следовательно, любое

сообщение, которое передаётся СМИ, даже самое беспристрастное, – это априори не факт и не событие, а их отражение.

Теория У. Липпмана впоследствии развивалась и дополнялась, но сохранила в себе главное: реальность, создаваемая массмедиа, в частности телевизионными средствами, всегда отличается от реальности настоящей. Испанский социолог-постмарксист М. Кастельс дал такому явлению другое название – «реальная виртуальность». Он подчёркивал, что это система, «в которой сама реальность (т. е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передаётся опыт, но сами становятся опытом» [2, с. 351–352]. Таким образом, телереальность воспринимается зрителями как подлинная и заменяет существующую действительность. Соответственно, ориентация людей в окружающем мире основывается на телевизионной интерпретации событий. При этом следует помнить, что телевидение, являясь средством постижения реальности, конструирует картину мира субъективно и отрывочно.

На наш взгляд, для адекватного понимания процессов формирования телереальности крайне важно говорить о ней в двух плоскостях. С одной стороны, это некое изображение, трактовка действительности посредством телевидения. С другой стороны, под телереальностью понимается представление о мире, сконструированное в сознании человека в результате телесмотрения.

Схематично процесс формирования телереальности можно описать следующим образом. Произошло событие, которое нашло своё место в информационной телепрограмме, в результате чего был создан его образ, то есть искажённая модель конкретного элемента действительности. Телевизионные образы как отдельные компоненты телереальности, соединяясь, представляют собой детерминированную телевизионную картину мира, которая затем транслируется средствами телевидения и, «доходя до потребителя, в зависимости от уровня медиакомпетенции индивида может быть либо критически осмыслена и подвергнута сомнению (отвергнута), либо принята в качестве реальной, действительной и единственно правильной» [3, с. 40]. В последнем случае человек истолковывает факты, события, явления через призму телереальности, теряя связь с миром действительным.

Отметим, что образы, которые создают и подпитывают телереальность, характеризуются относительной изолированностью и отчасти имитационным характером. Причём эта мысль не означает, что создаваемая телевизионная действительность есть однозначная манипуляция.

Телереальность темпоральна: она определяется информационной повесткой дня и информационной политикой канала. В то же время сама телереальность «способна воздействовать на информационную политику телеканалов. Правда, это обратное воздействие значительно слабее» [4, с. 18].

В российской телереальности последних лет (начиная с 2015 г.) существенное место занимает проблема европейского миграционного кризиса (далее – ЕМК), связанного с трудностями интеграции беженцев из стран Ближнего Востока и Африки в Европейский союз. Нам представляется необходимым изучить данный сегмент российского информационного пространства, формирующийся из различных телевизионных сообщений, тем самым выявить общие тенденции

в освещении этой темы и доказать, что действительность, создаваемая телевидением, отличается от мира настоящего.

На наш взгляд, традиционные методы, используемые для исследования восприятия телевизионной информации: опросы общественного мнения, фокус-группы, углублённые индивидуальные интервью и др. – не позволяют решить поставленные задачи. В ещё меньшей степени следует ждать объективной картины от результатов измерений аудитории, то есть фиксации количественных параметров потребления телевизионной информации – автоматизированных либо основанных на памяти респондентов. Это связано с существенными различиями в оценках, которые дают зрители деятельности телеканалов по освещению событий. Данная вариативность объясняется рядом причин. Во-первых, телевизионные сообщения, адресованные разным целевым группам, имеют функциональные и жанровые различия и, соответственно, неодинаково воспринимаются. Во-вторых, как отмечают авторы двухтомника «Российское телевидение: между спросом и предложением», «реципиент сообщений субъективен. Его суждения базируются на определённом жизненном опыте, установках, ценностях и т. д.» [5, с. 6]. В-третьих, просмотр телепрограмм в основном происходит выборочно и нерегулярно. Кроме того, представления зрителей о том или ином телеканале могут быть устаревшими, не соответствующими текущей ситуации. Наконец, не стоит забывать про избирательный, фильтрующий характер человеческой памяти.

Полагаем, что поставленная цель может быть достигнута посредством **количественного и качественного анализа сюжетов** российских телеканалов о европейском миграционном кризисе. В настоящей статье отражены результаты исследования, проведённого с этих позиций методом контент-анализа аудиовизуальных материалов. Для изучения были отобраны телевизионные сообщения за 4 недели вещания:

- с 1 по 14 сентября 2015 г. (далее – сентябрь 2015 г.);
- с 1 по 14 февраля 2016 г. (далее – февраль 2016 г.).

Указанные хронологические рамки, по нашему мнению, наиболее ярко отражают динамику количества и качества сюжетов на российском телевидении, посвящённых миграционному кризису в Европе.

Анализировались информационные программы таких телеканалов, как «Первый канал» и «Россия 1». Выбор обусловлен лидирующими позициями этих СМИ по объёмам аудитории. Эмпирическую базу составили вечерние новостные передачи:

– «Первый канал»:

- «Время» (выходит в эфир в 21:00 с понедельника по субботу);
- «Воскресное время» (выходит в эфир в 21:00 в воскресенье).

Всего: 28 выпусков, общий хронометраж которых составляет 23:53:13.

– «Россия 1»:

- «Вести в 20:00» (выходит в эфир в 20:00 с понедельника по пятницу);
- «Вести в субботу» (выходит в эфир в 20:00 в субботу);
- «Вести недели» (выходит в эфир в 20:00 в воскресенье).

Всего: 28 выпусков, общий хронометраж которых составляет 31:05:55.

Табл. 1

Сводные данные об информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

Показатели	«Первый канал»		«Россия 1»		Всего
	Сентябрь 2015 г.	Февраль 2016 г.	Сентябрь 2015 г.	Февраль 2016 г.	
Количество выпусков	14	14	14	14	56
Общий хронометраж	11:41:29	12:11:44	15:47:45	15:18:10	54:59:08
Общее количество материалов	207	210	297	314	1028
Общее количество материалов о ЕМК	24	14	40	20	98
Среднее количество материалов о ЕМК в каждом выпуске программы	1.7	1	2.9	1.4	1.8
Доля материалов о ЕМК в информационном пространстве телеканала, %	11.6	6.7	13.5	6.4	9.5

Перечисленные программы являются ключевыми в сегменте общественно-политического вещания, поскольку формируют национальную повестку дня. Кроме того, они занимают фиксированное место в сетке вещания, а также стабильно удерживают аудиторию.

Всего в 56 выпусках передач было показано 1028 сюжетов. Из них 98 (почти 10%) было посвящено проблемам интеграции беженцев из стран Ближнего Востока и Африки в Европейский союз. Столь высокий показатель позволяет утверждать: данная тема – важный сегмент современной российской телереальности.

Проиллюстрируем количественную динамику: в сентябре 2015 г. телеканалы обращались к анализируемой теме в среднем в 2 раза чаще, чем в феврале 2016 г. Если в сентябре на «Первом канале» доля материалов о мигрантах составила 11.6%, то в феврале – 6.7%; на телеканале «Россия 1» эта разница ещё больше – 13.5% и 6.4% соответственно (см. табл. 1). Несмотря на это, безусловно, рассматриваемая проблема и в феврале 2016 г. занимает важное место в российской телереальности. За период с 01.02.2016 по 14.02.2016 ей был посвящён минимум один сюжет в каждой программе.

Важным инструментом создания телереальности является телевизионная **вёрстка**. Сюжет, который оказывается в выпуске новостной программы первым, зрители воспринимают как самый важный. Следовательно, телевидение не просто предлагает аудитории информационную повестку дня, но и вынуждает разделять это мнение.

Учитывая тот факт, что в начале выпусков новостей, как правило, освещаются события внутри страны, присутствие здесь такого количества сюжетов о европейском кризисе с беженцами ещё раз подчёркивает значимость этой темы для главных российских телеканалов (см. табл. 2).

Табл. 2

Очередность материалов о европейском миграционном кризисе в структуре вёрстки информационных телепрограмм «Первого канала» («Время», «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

Очередность	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
	Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
1	1	4.2	2	14.3	1	2.5	0	0	4	4.1
2–3	9	37.5	5	35.7	10	25	1	5	25	25.5
4–5	7	29.2	0	0	12	30	7	35	26	26.5
6–10	5	20.8	3	21.4	14	35	5	25	27	27.6
11–15	2	8.3	2	14.3	0	0	1	5	5	5.1
15–30	0	0	2	14.3	3	7.5	6	30	11	11.2

Жанровое своеобразие новостных программ также воздействует на теле-реальность. От выбора жанра зависит глубина обобщений и выводов и, как следствие, авторская оценка информации. Так, в заметке отношение к изображаемому скрыто за объективным показом жизни. В информационных жанрах, имеющих другие задачи (например, в репортаже), оценка проявляется отчётливее.

Нами было выявлено 13 телевизионных жанров, в которых представлена тема европейского миграционного кризиса (см. табл. 3). Среди них лидерство принадлежит проблемному репортажу, в основе которого лежит анализ конкретного события, явления или проблемы, связанных с мигрантами. В структуре информационной программы такой сюжет определяется как «тема дня». Наше внимание не могло не привлечь сообщение с места события, осуществлённое 12 сентября 2015 г. в рамках прямого эфира из лагеря для беженцев корреспондентом телепрограммы «Вести в субботу». Дарья Григорова в чрезвычайно сложных условиях, в том числе с технической точки зрения, сумела представить с разных сторон важную и социально значимую тему, сохранив все каноны жанра репортажа.

Необходимо отметить, что проблемных репортажей о европейском миграционном кризисе в сентябре 2015 г. было гораздо больше (41.7% на «Первом канале» и 32.5% на «России 1»), чем в феврале 2016 г. (7.1% на «Первом канале» и 15% на «России 1»). Несмотря на то, что проблема не была разрешена окончательно, а ситуация усугублялась, продюсеры информационных программ в феврале 2016 г. в меньшей степени позиционируют её в качестве темы дня.

Говоря об устной заметке, следует иметь в виду, что в структуре информационных передач она в большинстве случаев является анонсом (преамбулой) и выступает в роли связующего звена между сюжетами. Вместе с тем, изучая современную российскую телереальность в разрезе европейского миграционного кризиса, мы зафиксировали устную заметку, когда она представляла собой самостоятельную форму. Текст без видеоряда, как правило, используется на телевидении для того, чтобы максимально оперативно сообщить о происходящем. Как видно из таблицы 3, таких устных заметок о миграционном кризисе было немного (5.1%).

Табл. 3

Жанровая структура материалов о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

№	Жанр	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
		кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
1	Проблемный репортаж	10	41.6	1	7.1	13	32.5	3	15	27	27.6
2	Заметка – закадровый комментарий	2	8.3	4	28.7	7	17.5	4	20	17	17.4
3	Официальная заметка	5	20.8	2	14.3	4	10	0	0	11	11.3
4	Расширенная заметка	1	4.2	2	14.3	0	0	4	20	7	7.1
5	Авторский репортаж	0	0	1	7.1	5	12.5	1	5	7	7.1
6	Исследование	1	4.2	0	0	2	5	4	20	7	7.1
7	Устная заметка	1	4.2	0	0	3	7.5	1	5	5	5.1
8	Корреспонденция	2	8.3	2	14.3	0	0	1	5	5	5.1
9	Авторская заметка	1	4.2	1	7.1	1	2.5	1	5	4	4.1
10	Комментарий	0	0	0	0	3	7.5	1	5	4	4.1
11	Интервью-комментарий	1	4.2	0	0	1	2.5	0	0	2	2
12	Интервью-мнение	0	0	1	7.1	0	0	0	0	1	1
13	Отчёт	0	0	0	0	1	2.5	0	0	1	1

В структуре отечественной телереальности, охватывающей европейский миграционный кризис, доминирующей оказалась политическая **тематика** (см. табл. 4). Это было прогнозируемо, поскольку миграция – процесс во многом политического характера. При этом для нас неожиданным оказалось совсем незначительное количество сюжетов, в которых рассматривается социально-экономическая и культурная стороны вопроса.

Обращает на себя внимание динамика сюжетов на криминальную тему. Если в сентябре 2015 г. их не было вообще, то в феврале 2016 г. они составили значительную часть телереальности: 35.7% на «Первом канале» и 20% на «России 1». Данные показатели адекватно отражают действительность, так как начиная с января в европейских странах увеличилось число преступных инцидентов, связанных с беженцами.

Как показывает исследование, темы большинства сюжетов, которые демонстрируются анализируемыми телеканалами, пересекаются (см. табл. 5). Это связано с тем, что информационная повестка дня в основном определяется конкуренцией данных СМИ, требующей отражения наиболее важных событий, к которым будет приковано внимание общественности. Таким образом, соперничество приводит к единообразию и создаёт так называемую всеобщую телереальность.

Табл. 4

Тематическая структура материалов о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

№	Тема	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
		кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
1	Политика	21	87.4	6	42.9	33	82.5	12	60	72	73.4
2	Криминал, правонарушения, суд	0	0	5	35.8	0	0	4	20	9	9.2
3	Боевые действия, терроризм	1	4.2	1	7.1	2	5	0	0	4	4.1
4	Чрезвычайные происшествия	0	0	0	0	2	5	1	5	3	3.1
5	Безопасность европейцев	1	4.2	1	7.1	0	0	1	5	3	3.1
6	Транспортные проблемы	0	0	0	0	2	5	1	5	3	3.1
7	Экономика	0	0	1	7.1	0	0	0	0	1	1
8	Бытовые проблемы	0	0	0	0	1	2.5	0	0	1	1
9	Культура	1	4.2	0	0	0	0	0	0	1	1
10	Туризм	0	0	0	0	0	0	1	5	1	1

Табл. 5

Соотношение общих и уникальных тем, касающихся европейского миграционного кризиса, в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

Темы	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
	Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
Общие	20	83.3	8	57.1	20	50	8	40	56	57.1
Уникальные	4	16.7	6	42.9	20	50	12	60	42	42.9

Между тем нельзя не заметить тот факт, что «Россия 1» обладает большим количеством собственных, уникальных сюжетов, чем «Первый канал». Это, возможно, отчасти связано с тем, что у информационных передач на «России 1» больший хронометраж, поэтому за одну программу успевает выйти больше сюжетов.

Существенное значение для формирования телереальности имеет авторское отношение к освещаемым фактам, событиям и явлениям действительности. Показателями позитивной, негативной или нейтральной **оценки** являются эпитеты и оценочные слова, которые используют авторы материалов, а также эмоции участников событий, непосредственно выраженные в ходе интервью.

Табл. 6

Оценка мигрантов в сюжетах информационных телепрограмм «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

Оценка	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
	Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
Нейтральная	19	79.2	11	78.6	33	82.5	17	85	80	81.6
Положительная	4	16.6	0	0	7	17.5	0	0	11	11.2
Отрицательная	1	4.2	3	21.4	0	0	3	15	7	7.2

Табл. 7

Распределение материалов о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели») в зависимости от локализации события

Локализация события	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
	Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
Международный масштаб	16	66.7	6	42.9	30	75	14	70	66	67.3
За рубежом	3	12.5	6	42.9	6	15	5	25	20	20.4
В России	5	20.8	2	14.2	4	10	1	5	12	12.3

В целом на обоих телеканалах преобладает нейтральная тональность сообщений о миграционном кризисе в Европе. Однако очевидна её динамика. Так, в период с 01.09.2015 по 14.09.2015 в одиннадцати из 64 материалов нами зафиксировано положительное отношение к мигрантам, и только в одном – отрицательное. В феврале 2016 г. ситуация изменилась: негативная оценка выявлена в 6 из 34 сообщений, позитивная не обнаружена (см. табл. 6). Данные показатели связаны с участвовавшими криминальными случаями, в которых были задействованы беженцы.

Сюжеты о миграционных проблемах в странах ЕС, демонстрируемые российским телевидением, различаются также по **локализации** описываемых событий. Как видно из табл. 7, в большинстве рассматриваемых материалов освещались явления международного масштаба. На втором месте – события, происходившие в одной конкретной зарубежной стране, это чуть более одной пятой от общего числа материалов о мигрантах. Наконец, ещё вдвое меньше имеем новостных сообщений, основанных на официальных российских источниках – мероприятиях в высших органах государственной власти РФ, на которых обсуждались проблемы миграционного кризиса в странах Евросоюза.

Табл. 8

Основные страны, упоминаемые в материалах о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

№	Страна	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
		кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
1	Германия	17	70.8	10	71.4	19	47.5	19	95	65	66.3
2	Россия	11	45.8	9	64.3	9	22.5	9	45	38	38.8
3	Венгрия	15	62.5	0	0	22	55	0	0	37	37.8
4	Сирия	10	41.7	5	35.7	15	37.5	5	25	35	35.7
5	Австрия	11	45.8	0	0	14	35	2	10	27	27.6
6	Турция	6	25	2	14.3	10	25	8	40	26	26.5
7	Греция	8	33.3	0	0	11	27.5	4	20	23	23.5
8	США	10	41.7	4	28.6	6	15	2	10	22	22.4
9	Словакия	7	29.2	1	7.1	8	20	2	10	18	18.4
10	Ирак	3	12.5	2	14.3	9	22.5	3	15	17	17.3

В новостных сюжетах российского телевидения, посвящённых теме миграции в страны ЕС, по нашим подсчётам, 524 раза с различной частотой упоминается 61 **страна**. На первом месте со значительным отрывом находится Германия (см. табл. 8¹). Данный показатель достиг своего пика в феврале 2016 г. на телеканале «Россия 1»: в 19 из 20 сюжетов речь шла об этом государстве, что закономерно, так как Германия приняла наибольшее количество беженцев.

В значительном числе телесюжетов была отмечена Венгрия. В сентябре 2015 г. по количеству упоминаний на канале «Россия 1» она даже превзошла Германию. Однако уже в феврале 2016 г. не фигурировала ни на «Первом канале», ни на «России 1». Получается, что с самого начала Венгрия была представлена в отечественной телереальности как промежуточный пункт для вынужденных переселенцев на пути следования в Западную Европу. Хотя в дальнейшем беженцы по-прежнему находились там, но согласно нашей телереальности они пребывали уже в других странах (главным образом в Германии).

Большое значение, на наш взгляд, имеет также то, какие **персоны** формируют современную российскую телереальность в фокусе данного исследования. Прежде всего отметим, что всего в анализируемых сюжетах было зафиксировано 234 упоминания 96 политических деятелей разных стран. Наиболее часто звучит имя федерального канцлера Германии Ангелы Меркель (см. табл. 9). Любопытно то, что в феврале 2016 г. на «Первом канале» о ней не было сказано ни разу, тогда как на телеканале «Россия 1» её имя было упомянуто в 8 сюжетах из двадцати. На втором месте (со значительным отставанием) находится президент России

¹ По условиям контент-анализа, если название одного государства звучит несколько раз на протяжении одного сюжета, оно фиксируется только один раз. При этом в рамках одного материала может быть зафиксировано несколько упоминаемых стран. Таким образом, проценты упоминаний стран вычислялись по отношению к общему числу сюжетов о европейском миграционном кризисе, поэтому суммарный показатель при данном подходе не может, как в предыдущих таблицах, составлять 100%. Это же касается информации, приведённой в табл. 9.

Табл. 9

Основные персоны, упоминаемые в материалах о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

№	Персона	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
		кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
1	Ангела Меркель	6	25	0	0	11	27.5	8	40	25	25.5
2	Владимир Путин	3	12.5	3	21.4	4	10	4	20	14	14.3
3	Виктор Орбан	4	16.7	0	0	7	17.5	0	0	11	11.2
4	Джон Керри	1	4.2	3	21.4	3	7.5	2	10	9	9.2
5	Сергей Лавров	3	12.5	3	21.4	0	0	2	10	8	8.2
6	Федерика Могерини	1	4.2	1	7.1	5	12.5	0	0	7	7.1
7	Франк-Вальтер Штайнмайер	1	4.2	2	14.3	3	7.5	1	5	7	7.1
8	Башар Асад	1	4.2	1	7.1	4	10	1	5	7	7.1
9	Франсуа Олланд	1	4.2	0	0	4	10	1	5	6	6.1
10	Ахмет Давутоглу	1	4.2	1	7.1	0	0	3	15	5	5.1

Табл. 10

Оперативность подачи материалов о европейском миграционном кризисе в информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели»)

Категория новостей	«Первый канал»				«Россия 1»				Всего	
	Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.		Сентябрь 2015 г.		Февраль 2016 г.			
	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%	кол-во	%
Сегодня	14	58.3	13	92.9	16	40	10	50	53	54.1
На этой неделе	1	4.2	1	7.1	9	22.5	5	25	16	16.3
Сейчас	1	4.2	0	0	2	5	0	0	3	3.1
Вчера	1	4.2	0	0	0	0	1	5	2	2
Вне времени	7	29.1	0	0	13	32.5	4	20	24	24.5

Владимир Путин. Число упоминаний о нём максимально сбалансировано на анализируемых каналах в обоих хронологических отрезках. Далее следует премьер-министр Венгрии Виктор Орбан. Упоминания о нём имеют такую же динамику, что и упоминания о Венгрии: в феврале 2016 г. его имя не звучало ни разу.

Как известно, для информационных программ телевизионных СМИ немаловажен такой показатель, как **оперативность** подачи новостей. Материалы, в которых освещаются новости, появившиеся (или ставшие известными) в день выпуска программы, значительно преобладают над остальными. При этом на телеканале «Россия 1» заметно больше, по сравнению с «Первым каналом», сюжетов о миграционном кризисе из категории «на этой неделе» (см. табл. 10). Это связано с тем, что данной теме на «России 1» уделялось больше времени

в итоговых программах – «Вести в субботу» и «Вести недели». Что касается сюжетов, представляющих события, не зависящие от временных рамок (категория «вне времени»), то их количество напрямую связано с аналитичностью подходов к проблеме.

Итак, проведённый количественный и качественный анализ аудиовизуальных материалов, представленных в вечерних информационных телепрограммах «Первого канала» («Время, «Воскресное время») и «России 1» («Вести в 20:00», «Вести в субботу», «Вести недели») последних двух лет, позволяет сделать следующий вывод: миграция населения из стран Ближнего Востока и Африки в Европу является важным сегментом современной российской телереальности. Эфир, посвящённый проблеме европейского миграционного кризиса (как ежедневный, так и еженедельный, итоговый), является информационно насыщенным. Телевизионные сюжеты на эту тему отличаются жанровым разнообразием, но преобладает проблемный репортаж. Часто данные материалы оказываются центральными в выпусках новостей.

Однако при внешней сбалансированности новостного эфира, посвящённого теме мигрантов, заметна однобокость представленных тематических аспектов: сведения (за редким исключением) подаются в политическом ключе. Таким образом, аудитория может осмысливать миграционные процессы только с точки зрения политики, что не совсем верно.

В целом на обоих телеканалах преобладает нейтральная коннотация сообщений о беженцах в странах ЕС. Негативные и позитивные оценки имеются, но они не выражены столь ярко, что в целом оправданно и закономерно.

Существенное число материалов о европейском миграционном кризисе сопровождается комментарием первых лиц российского государства. Позиция России по вопросам интеграции мигрантов в страны Евросоюза представлена как чёткая и продуманная.

Настоящее исследование позволяет увидеть общие тенденции в освещении европейского миграционного кризиса российскими телеканалами. Его результаты могут представлять интерес для нескольких групп производителей информации, к числу которых относятся 1) главные редакторы и другие менеджеры, формирующие информационную политику телеканалов; 2) специалисты в области PR, а также собственно публичные фигуры, заинтересованные в повышении эффективности своей информационной деятельности; 3) институты, участвующие в регуляции деятельности средств массовой коммуникации. Объективная и разносторонняя информация о содержании телевизионных сообщений может содействовать выявлению существующих проблем и нахождению оптимальных путей их решения.

Литература

1. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Общественное мнение, 2004. – 382 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: Высш. шк. экономики, 2000. – 607 с.
3. Гаврилов А.А. Медийная картина мира как результат отражения реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 5 (43), ч. II. – С. 39–41.

4. *Старобахин Н.Н.* Программная политика общенациональных российских телеканалов (1999–2006): информационная повестка дня и медиа-реальность: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 179 с.
5. Российское телевидение: между спросом и предложением: в 2 т. / Под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. – М.: Элиткомстар, 2007. – Т. 2. – 152 с.

Поступила в редакцию
20.05.16

Анохин Антон Игоревич, ассистент кафедры телевидения и телепроизводства

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия
E-mail: aianohin@gmail.com

ISSN 1815-6126 (Print)
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2016, vol. 158, no. 4, pp. 1002–1014

**Today's Russian TV Reality (Based on Audiovisual Materials
Devoted to the European Migrant Crisis)**

A.I. Anokhin

Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia

E-mail: aianohin@gmail.com

Received May 20, 2016

Abstract

In recent years, migration from the Middle East and Africa to Europe has acquired a large scale, thereby having become a typical phenomenon of the world's political life. This problem is being widely discussed in Russian daily news TV programs. Thus, it is an important segment of today's Russian TV reality.

The paper proves that the reality created by television differs from real life. From this assumption, a new approach is suggested to studying the Russian information space in which each television message forms the TV reality in various aspects.

The results of the quantitative and qualitative analysis of TV news about the European migrant crisis, which is carried out by the author on the basis of 56 TV spots from the news programs on two Russian TV channels, reveals some general tendencies in TV coverage of the problem.

News spots (both daily and weekly) devoted to the problems of refugees from the Middle East and Africa are informative. They differ in genres, but the problem report prevails. This provides grounds to claim that such TV spots are often central in news programs.

However, along with the external balance of news programs about migrants, one can notice one-sidedness of the thematic aspects being covered: the materials (with few exceptions) are considered from the political perspective. Therefore, the audience is able to comprehend migratory processes only from the political point of view, which is not quite right.

On the whole, the neutral connotation of news about refugees in EU countries prevails on both TV channels. Negative and positive estimates occur, but they are less pronounced, which is justified and natural.

The essential amount of materials about the European migrant crisis is accompanied by comments of the top Russian officials. The position of Russia on integration of migrants into the European Union is presented as clear and thought over.

Studies of this sort will allow to further consider any subject which is a segment of the TV reality. Objective data on the contents of TV news may contribute to identification of the existing problems and help to find their optimal solutions.

Keywords: migration process, migrant, TV reality, TV channel, news program, TV spot, genre, layout, estimation

⟨ **Для цитирования:** Анохин А.И. Современная российская телереальность (на примере аудиовизуальных материалов, посвящённых европейскому миграционному кризису) // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2016. – Т. 158, кн. 4. – С. 1002–1014. ⟩

⟨ **For citation:** Anokhin A.I. Today's Russian TV reality (based on audiovisual materials devoted to the European migrant crisis). *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2016, vol. 158, no. 4, pp. 1002–1014. (In Russian) ⟩