

УДК 070.4

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

*А.А. Хлызова*

В данной статье рассмотрены методологические аспекты изучения телевидения как социальной технологии в условиях медиарынка и основные методы исследования телевизионных произведений. В процессе обзора методологических подходов выяснилось, что изучение телепроизведений целесообразно проводить с учетом характеристик функционирования телевизионной системы в конкретном государстве, обуславливающих условия подготовки, распространения, зрительского восприятия телевизионных материалов, требования к тележурналистам.

Ключевые слова: телевидение; телевизионная журналистика; теория телевидения; подход; метод.

В современной системе СМИ и СМК телевидение занимает ключевое место благодаря своей аудиовизуальной природе, позволяющей создавать особое зрелище, понятное и доступное всем. С одной стороны, телевидение дает возможность увидеть реальный мир здесь и сейчас, получить новую информацию, знания, впечатления, с другой стороны, развивая интерактивность, оно обеспечивает диалог с аудиторией, стремясь удовлетворить ее потребности и соответствовать ее интересам. Именно поэтому особенно важно повышать качество и эффективность журналистского телевизионного творчества, постоянно переосмысляя старые и осваивая новые формы и средства выразительности, отображающие действительность в звуко-зрительных образах. Это обеспечивает гармоничное и перспективное развитие телевидения и телевизионной журналистики, в основе которых лежит накопленный телевизионной практикой опыт, требующий своего постоянного изучения, поэтому феномен телевидения на протяжении всей его истории являлся объектом изучения многих технических и социально-гуманитарных наук. Особенности функционирования телевидения рассматривались в разных контекстах, позволяя изучать технико-технологические, социокультурные, коммуникационные, организационные, художественные, семиотические и другие его аспекты, применяя широкий методологический аппарат разнообразных научных направлений. Результаты научных изысканий различны, но позволяют сделать общий вывод о междисциплинарности подходов к изучению телевидения и телевизионной журналистики. Однако в методологии их исследования до сих пор не существует четких критериев анализа, не разработана методика их изучения, позволяющая рассмотреть все аспекты функционирования современной системы телевизионного вещания, особенностей телевизионной

журналистики и произвести анализ телевидения как социальной технологии в условиях рыночного общества. Исследовать механизмы функционирования телевидения и телевизионной журналистики важно и необходимо как с научной, так и с практической точки зрения: первая позволяет рассмотреть все аспекты, влияющие на производство телевизионных продуктов, их содержание и аудиовизуальное воплощение на телеэкране, а вторая дает возможность на основе полученных результатов анализа разработать рекомендации для эффективной профессиональной деятельности тележурналистов. Итак, ввиду научной и практической необходимости в методологическом аппарате, позволяющем полноценно исследовать все аспекты производственно-творческой деятельности телевидения и его зависимости от социально-исторического контекста, рассмотрение методов, подходов и способов изучения его и тележурналистики представляется актуальным.

В.В. Егоров отмечает, что с точки зрения научной методологии телевидение как объект может изучаться с позиций разных наук (общественных, гуманитарных, технических и др.), но как предмет науки телевидение может быть областью исследования только одной теории, а именно теории телевидения, которая предлагает методологию изучения телевидения как СМИ и СМК. Теория телевидения – это система научного знания, в которую входят совокупность накопленного фактического материала, разработанных выводов и методов исследования, теоретических обобщений, касающихся функционирования телевидения в системе информации, закономерностей его влияния на эту систему, на весь процесс воспитания, на различные сферы социальной жизни. Критерием ценности и основой развития теории телевидения является практика функционирования телевидения в современном обществе [1].

Теория телевидения позволяет изучать принципы и функции телевизионной деятельности, исследовать тематико-жанровую структуру и направления телевидения, искать пути повышения эффективности функционирования телевидения. В рамках теории телевидения сформированы два основных подхода к его изучению: технологический и социально-исторический. Первый дает возможность изучить телевидение как производственно-творческий механизм, работающий в автономном режиме, что соответствует рассмотрению телевидения как информационной технологии. Вторым подходом учитывается, что телевидение всегда тесно сопряжено с экономикой и политикой, общественной идеологией и духовной культурой, поэтому как объект исследования его необходимо изучать и в социально-историческом аспекте. Социально-исторический подход отличается от технологического тем, что информационный телевизионный процесс рассматривается в системе общественно-политических связей и зависимостях; как социальный институт, зеркало общественного бытования.

Однако следует понимать, что современное телевидение функционирует в условиях медиарынка, что обуславливает постоянное увеличение объемов телепроизводства, превращение телевидения в массовую индустрию, его активное использование в политических и рыночных целях. Эти тенденции сложно исследовать, если рассматривать телевидение как информационную технологию и социальный институт по отдельности. Поэтому в современных условиях возникает третий подход к исследованию телевидения как объекта изучения – подход интегрированный, позволяющий рассматривать телевизионное производство как социальную технологию (то есть информационная технология плюс социальный институт) в условиях рыночного общества [2]. Данный подход предлагают использовать А.А. Грабельников, И.И. Волкова, Н.С. Гегелова, однако не указывают конкретную схему практического осуществления анализа телевидения с его помощью, поэтому важно сделать краткий обзор методов, посредством которых исследователи изучают телевидение.

В.В. Егоров считает, что в основе методологии теории телевидения лежат комплексный и системный подходы, первый из которых наиболее эффективен при изучении внутренних законов развития телевидения и всех разделов его деятельности, а второй – при анализе природы и особенностей взаимодействия каждого средства массовой информации с учетом их взаимовлияния, то есть метод системного анализа целесообразно применять к изучению внешних связей телевидения с другими СМИ, с аудиторией и с различными социальными структурами [1]. Совокупность этих подходов позволяет анализировать сочетание информационного, политического, художественного видов вещания телевизионных программ разных производителей федерального и регионального уровней, а также, отмечает Ю.П. Буданцев, дает возможность раскрыть и полноценно изучить многослойность и мозаичность телевидения [3], предполагающего диффузию жанров, направлений, сфер деятельности. Через призму комплексного и системного подходов телевидение рассматривали и Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, аргументируя это сочетанием на телеэкране публицистичности, художественности и научности [4]. А.А. Новикова использовала данные подходы в ходе анализа «телевизионной реальности», определяемой ею как феномен интерпретации реальности средствами телевидения, обусловленный его природными свойствами, в частности экранностью, и индустриальными и техническими факторами, меняющимися на разных этапах развития телевидения, а также социокультурной и идеологической ситуацией в обществе [5]. Их применял и С.Н. Ильченко, разрабатывая новый подход к анализу телевизионного контента с точки зрения его структурообразующих элементов (виды, форматы и жанры) и в соответствии с общим контекстом функционирования телевидения, основанного на игровой природе, что позволяет рассматривать тележурналистику как совокупность ролей и

функций, участвующих в творческом процессе индивидуумов [6]. Совокупность этих подходов позволила С.Г. Азаряну изучить телевидение в философском контексте как экранную культуру, представляющую культурные артефакты в аудиовизуальном и динамичном виде с целью конструирования для зрителя новой мифологической реальности, скрывающей более совершенные технологии подчинения социума и контроля над ним [7].

Также на основе комплексного и системного подходов построена докторская диссертация М.А. Мясниковой, где телевидение изучается как социально-творческая коммуникационная деятельность синкретического типа посредством морфологического анализа, дающего возможность рассмотреть внутреннее строение телевидения как совокупности родовых, видовых, жанровых, стилевых, проблемно-тематических и программных составляющих, существующих и функционирующих в системе многопрограммного вещания в определенных координационных и субординационных связях [8]. Метод морфологического анализа позволяет обнаружить разные уровни, на которых осуществляется вещательная деятельность конкретного телеканала, установить системные отношения между этими уровнями, а также между различными вещательными единицами, существующими в виде отдельных передач или целых вещательных блоков в телепрограмме исследуемого канала. Кроме того, данный метод можно использовать для изучения всей телевизионной системы в целом.

Однако важно понимать, что телевидение является механизмом по созданию и массовому распространению аудиовизуальной информации в определенной системе взаимодействия с аудиторией посредством технических систем [9], а телевизионная журналистика – это литературно-публицистическая творческая деятельность по сбору, обработке и массовому распространению социальной значимой аудиовизуальной информации посредством телевизионных каналов связи. Таким образом, объектом следования теории телевидения выступает функционирование системы телевизионного вещания, а объектом изучения телевизионной журналистики является непосредственно деятельность тележурналиста. Поэтому в телевизионной журналистике могут быть выделены такие субъекты отношений (акторы), как: журналисты и включенные в данную деятельность медиаменеджеры, представители сопутствующих и вспомогательных профессий, издатели и владельцы СМИ; законодательная, исполнительная и судебная ветви власти; различные социальные институты (организации), выступающие по отношению к СМИ как объекты освещения; рекламодатели, бизнес-сообщество как объект освещения и как среда, воздействующая на СМИ в системе экономических отношений; общество, составляющее совокупную аудиторию для системы СМИ и его отдельные части как аудитория конкретных СМИ; другие (по отношению к данному) СМИ, выступающие как партнеры или конкуренты в борьбе за рынок внимания ауди-

тории. Наряду с этим можно выделить текстовые элементы системы, среди которых можно различить сообщения, произведенные телевизионными СМИ, документы, регулирующие их деятельность; произведения искусства, транслируемые СМИ; информационные продукты, созданные аудиторией [10]. Для изучения всех указанных и не указанных акторов, их взаимодействий, информационных продуктов непреложен учет той социальной, политической, экономической, культурной среды, в которой разворачиваются их отношения; кроме этого, важно рассматривать действительность, отраженную тележурналистами в сообщениях телевизионных СМИ, и качество ее репрезентации. Проблематика исследований в этом поле сочетает общие теоретические подходы к выявлению того, какие особенности, закономерности отражения в целом свойственны телевизионным СМИ, с одной стороны, и как на практике телевизионные журналисты освещают конкретные фигуры, события, сферы жизни социума – с другой. Следовательно, методы исследования телевидения как системы и телевизионной журналистики как процесса по созданию информационного продукта различны, поэтому их необходимо охарактеризовать подробнее.

Рассмотрим основные методы, которые применяются современными исследователями для изучения произведений тележурналистов, которые, как правило, отражают своих создателей и факторы, влияющие на процесс и результат их профессиональной деятельности. В первую очередь это анализ – метод научного изучения объекта путем разложения его на составные части. Для изучения произведений тележурналистов можно использовать как количественные, так и качественные разновидности анализов, в основном это контент-анализ, контент-мониторинг, дискурс-анализ, социолингвистический, пропагандистский и психологический виды анализов.

Контент-анализ (или медиа-измерение / отслеживание паблисити / медиа-резонанс) – это процесс изучения и отслеживания информации, поступающей в масс-медиа, для преобразования полученного количественного материала в качественную форму посредством классификации сообщений, что позволяет определить уровень распространения определенных тем или материалов. Основная цель данного метода – изучение документальной информации для выявления социального контекста сообщения, что дает возможность определить способы и механизмы подачи материалов в масс-медиа, изучить преобладающие тематические, сюжетные, жанровые направления, выявить характер оценок в СМИ, определить их отношение к чему-либо и другое. Именно контент-анализ является наиболее распространенным методом медиаисследований, так как позволяет качественно интерпретировать количественные данные.

Однако если исследователю необходимо получить преимущественно статистические данные, то наиболее продуктивным будет использование контент-мониторинга (или медиа-мониторинга). Этот метод исследования

медиатекстов позволяет количественно измерить на неразрывно примыкающих друг к другу интервалах времени присутствие/отсутствие в материалах масс-медиа определенных элементов или характеристик (переменных) содержания, обеспечивая объективность в оценке полученных данных. Основная цель медиамониторинга – определить частоту появления в масс-медиа сообщений на какую-либо тематику, что способствует определению их эффективности.

Но при рассмотрении произведений тележурналистов зачастую необходимо выявить их зависимость от социально-исторического контекста. Выяснить это позволяет дискурс-анализ, который изучает язык как форму социальной практики и дает возможность определить внутренние закономерности в произведениях тележурналистов, заданные идеологией и властными механизмами конкретного государства, исследуя их с учетом влияния социальных процессов. Критический дискурсивный анализ делает возможным выявление идеологических компонентов высказываний, которые под влиянием властных структур превратились в общеупотребимые.

При этом важно понимать, что властные структуры могут активно использовать пропаганду для эффективного внедрения определенных идей в общественное сознание, и для этой цели также создаются произведения тележурналистов. Г.Г. Почепцов считает, что для рассмотрения медиатекстов как продуктов пропаганды целесообразно использовать пропагандистский анализ, цель которого – выявить механизмы скрытого воздействия на аудиторию посредством определения идеологии, установления контекста, поиска автора оригинального сообщения и оценки разнообразия визуальной и вербальной техники влияния на социум [11].

Помимо социально-исторического контекста и идеологии язык и стиль произведений тележурналистов зависит от конкретных фактов общественной жизни, и взаимосвязь между ними позволяет обнаружить социолингвистический анализ. Эта разновидность анализа делает возможным исследование произведений тележурналистов как в историческом, так и в современном аспектах, кроме того, данный вид анализа учитывает особенности языка разных типов СМИ, ориентированных на разнообразную аудиторию, так как политическая и любая другая позиция авторов/заказчиков медиатекстов (издателей/владельцев/учредителей масс-медиа) проявляется в употреблении разных оценочных слов для обозначения одних и тех же явлений действительности.

Что касается роли автора в создании телепроизведений, то для ее изучения существует психологический анализ, задача которого – сконцентрироваться на исследовании личности создателя медиапродукта. Разновидностями психологического анализа выступают анализ мотивационный, призванный выявить мотивы автора телепроизведения, и интент-анализ – сравнительно новый подход к выявлению психологического содержания

медиаматериала. Он состоит в экспертном оценивании целевой, или интенциональной, направленности речи публичных деятелей, выраженной в конкретном тексте. Подход к исследованию интенций речи по его общему смыслу можно оценивать как психосемантический.

Особое внимание при анализе телепроизведений следует обращать на их языковую организацию и структуру, так как именно они отражают сущность автора. Исследовать ее посредством изучения авторского стиля изложения позволяют этнометодологический и конверсационный анализы, которые рассматривают язык как социальную активность создающих его людей и вообще как единственную социальную реальность. Информацию об авторе можно получить благодаря изучению его манеры изложения, использованию риторических фигур, стилистических и художественных средств, а также рассмотрению эмоционального состояния автора, наличия или отсутствия у него чувства юмора, адекватности его оценки описываемых событий и других критериев.

При исследовании телепроизведения важно проанализировать не только непосредственно содержащуюся в нем информацию, воздействующие на нее факторы и влияние автора, но и заключающийся в данном телепроизведении смысл. Это позволяют сделать герменевтический, феноменологический и семиотический методы, направленные на истолкование смыслов, содержащихся в текстах, в частности, в медиатекстах, однако различия этих методов заключаются в направленности анализа. Метод герменевтического анализа рассматривает медиатекст через его сопоставление с культурной традицией и исторической действительностью, проникает в логику телепроизведения и исследует его через сопоставление представленных в нем образов в историко-культурном контексте, в соответствии с которыми изучает заложенные в данном телепроизведении смыслы. Феноменологический метод подразумевает субъективную и своеобразную интерпретацию мира человеком и предполагает обращение к интерпретации сознания отдельного представителя аудитории, ознакомившегося с медиатекстом и получившего какие-либо знания, свойственные только ему. Семиотический подход направлен на изучение знаков, символов и знаковых систем как чувственно воспринимаемых предметов, транслирующих в социально-коммуникационных и познавательных процессах определенные смыслы и значения, задаваемые конкретной культурой и социумом и моделирующие общественное сознание. Данный метод позволяет исследовать телепроизведение на нескольких уровнях: семантическом (знаковом), синтаксическом (системы), прагматическом (металингвистическом), при этом можно изучать как отдельные знаки в телепроизведении, так и их сочетание, производимый данным телепродуктом эффект и реакцию на него аудитории.

Существуют и другие разновидности анализа произведений тележурналистов, предполагающие использование как широкого спектра общенаучных теоретических методов (например, сравнение, сопоставление, абстрагирование, метод историзма и т.д.), так и специализированных подходов к изучению СМИ и СМК. При этом важно понимать, что исследование особенностей телевизионных произведений целесообразно проводить в тесной взаимосвязи с теорией телевидения, позволяющей учесть характеристики функционирования телевизионной системы в конкретном государстве, так как именно они определяют условия подготовки, распространения, зрительского восприятия телевизионных материалов и требования к создающим их журналистам. В свою очередь, это обуславливает выбор методов исследования телевидения как производственно-творческого механизма по созданию и массовому распространению социальной значимой аудиовизуальной информации в системе общественно-политических связей и условиях медиарынка.

#### Библиографический список

1. Егоров, В.В. Телевидение: теория и практика: учебное пособие / В.В. Егоров. – М.: МНЭПУ, 1992. – 312 с.
2. Грабельников, А.А. Организация информационного производства на телевидении: учебное пособие / А.А. Грабельников, И.И. Волкова, Н.С. Гегелова. – М.: РУДН, 2008. – 250 с.
3. Буданцев, Ю.П. В контексте жизни: системный подход и массовая коммуникация / Ю.П. Буданцев. – М., 1979.
4. Телевизионная журналистика: учебник / под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. – М.: Высшая школа, 2002. – 340 с.
5. Новикова, А.А. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения: автореф. дис. ... д-ра культурологии / А.А. Новикова. – М., 2011. – 25 с.
6. Ильченко, С.Н. Судьба жанров в условиях трансформации функций отечественного телевидения / С.Н. Ильченко // Эволюция жанров в российской журналистике: материалы II и III Всероссийских научно-практических конференций. – Самара: Порто-принт, 2010.
7. Азарян, С.Г. Философия телевидения: теоретико-методологический анализ: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / С.Г. Азарян. – Краснодар: 2011. – 25 с.
8. Мясникова, М.А. Морфологический анализ современного телевидения: дис. ... д-ра филол. наук / М.А. Мясникова. – Екатеринбург, 2010. – 321 с.
9. Егоров, В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии / В.В. Егоров. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 1995.



Наука ЮУрГУ: материалы 66-й научной конференции  
Секции социально-гуманитарных наук

10. Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие: материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. – 236 с.

11. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Ваклер; К.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.