

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВЫПУСКОВ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Дудка А.Н.

Научный руководитель – доцент Шестаков В.Н.

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Тема нашей работы является актуальной не только для журналистов, но и для специалистов по связям с общественностью, ведь позиционирование любого предприятия рано или поздно находит отражение не только в печатных СМИ, но и на экране телевизора. Тема затрагивает вопросы истории и перспектив развития информационного телевидения, функционирования телевизионной редакции, процесса выпуска новостей.

Объектом работы является общество и информационное телевидение в России. Предметом исследования – взаимодействие телезрителя и информационных передач на телевидении в России.

Основная цель исследования – контент-анализ информационных выпусков на телевидении.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать связь между человеком и телевидением.
2. Изучить как человек распределяет для себя информацию по степени важности.

Задачи практической части:

1. Выявить основные тематические направленности новостного потока.
2. Распределить темы новостей по основным признакам значимого события на телевидении.

Построение нового типа общества предъявляет принципиально новые, не рассматривавшиеся прежде, требования к средствам массовой информации в целом и к телевидению. Свобода доступа к информации и культурным ценностям, накопленным человечеством, свобода выражения мнений и представляют базовые ценности демократического общества.

Современная система отечественного телевидения может быть представлена как сложное и не структурированное сочетание общероссийских и региональных, государственных и коммерческих, производящих и сетевых компаний. В связи с таким разнообразием образуется проблема в количестве и трактовки различных мнений по какому-либо информационному потоку. Дело в том, что большинство каналов вещают информацию равняясь не с менталитетом телезрителей, а с представлениями владельцев и заказчиков этого канала. Но телезрителя спасает разнообразие каналов и тематик, используемых на каждом канале. Каждый может выбрать телевизионную передачу с понятным и близким для себя информационным потоком.

Информационные новости дают нам свежую информацию, каждая из которых имеет свою тематику и направленность. Нужно иметь определенность наших интересов, что бы не запутаться в предоставляемом потоке.

В качестве метода исследования данной работы использовался прикладной метод контент-анализ. Все этапы проведенного исследования представлены в программе контент-анализа.

Контент-анализ (англ. content analysis; от content — содержание) – формализованный метод изучения текстовой и графической информации, заключающийся в переводе изучаемой информации в количественные показатели и ее статистической обработке.

В настоящее время к основным процедурам контент-анализа относятся:

1. Выявление смысловых единиц контент-анализа, которыми могут быть:

- а) понятия;
- б) темы;
- в) имена;
- г) события, факты и т. п.

2. Выделение единиц счета, которые могут совпадать либо не совпадать с единицами анализа:

- а) физическая протяженность текстов;
- б) объем текста;
- в) длительность трансляции.

3. Процедура подсчета в общем виде сходна со стандартными приемами классификации по выделенным группировкам. Применяется составление специальных таблиц, применение компьютерных программ, специальных формул, статистические расчеты.

По описанным 3-м пунктам выше, мы и проводим описание нашего исследования.

1. В исследовании смысловой единицей наблюдения является отдельный сюжет.

2. В качестве единицы измерения была выбрана секунда, так как предметом исследования выступали малые информационные формы – вышедшие в эфир отдельные сюжеты.

Временные границы настоящего исследования – 2 недели – с 9 по 22 ноября 2009 года.

3. Тематическая направленность сообщений была выбрана с точки зрения наиболее часто встречающихся в информационных выпусках тем сюжетов.

Объект исследования – информационная программа «Время».

Канал вещания – ОРТ (Общественное Российское Телевидение).

Время выхода в эфир – 21.00 по московскому времени.

Предмет исследования – вышедшие в эфир материалы (кроме рекламных материалов, метеорологических прогнозов и спортивных новостей).

Итоги анализа информационно-новостных выпусков занесены в таблицу 1.

Табл. 1. Итоги анализа информационно-новостных выпусков

Дата	Новость	Тема новости
9 ноября 2009	В России началась массовая вакцинация населения от нового вируса гриппа	Здравоохранение, медицина
10 ноября 2009	Президент Дмитрий Медведев поздравил всех сотрудников внутренних дел с профессиональным праздником	Деятельность Президента РФ
11 ноября 2009	РФ и Австрия ускорят работу над проектом по строительству газопровода "Южный поток"	Внешняя политика
12 ноября 2009	Президент выступил с Посланием Федеральному Собранию	Деятельность Президента РФ
13 ноября 2009	Возбуждено уголовное дело по факту взрывов боеприпасов на военном складе в Ульяновске	Деятельность правоохранительных органов
20 ноября 2009	В Москве минувшей ночью на глазах прихожан убит настоятель храма апостола Фомы	Криминал
21 ноября 2009	Невские тезисы от "Единой России": самое важное про политику, экономику и социальную сферу	Политические организации
22 ноября 2009	Выходит в свет ранее не опубликованный неоконченный роман Владимира Набокова.	Искусство и культура

Представленная таблица показывает нам ход наблюдений, проделанных в рамках обусловленных контент-анализом. В ней представлены новости по датам, от начала и до конца исследования, и сразу идет ранжировка новостей по основным темам. Определение всех этих показателей поможет нам увидеть общую картину вещей, которые мы смотрим каждый день в телевизионных новостях.

Темы эфиров для новостных передач диктует время и зрительская потребность. Судя по полученным данным мы можем определить состояние нашей жизни, из подсчета негативных, позитивных или нейтральных тематик. Но существует проблема в распределении по характеру, так как все люди по разному относятся к отдельной теме и единого мнения может не оказаться.

Так как в исследовании смысловой единицей наблюдения являлся отдельный сюжет, то рассмотрение только типовых особенностей было бы не достаточно, для завершения исследования, поэтому мы применяем характеристику самих событий по признакам. Для научного обоснования самих признаков используется работа американских ученых Джемисона и Кэмпбелла. Они выделяют пять основных признаков любого значимого события. Взаимодействие именно этих пяти компонентов в сюжете могут заинтересовать зрителя и иметь для него значимость.

1. У каждой важной новости должен быть свой главный герой. Наличие такого персонажа позволяет зрительской аудитории идентифицироваться с ним, тем самым создавая возможность для более полного восприятия зачастую сложной и противоречивой информации. Внимание аудитории сосредоточивается исключительно на «звездах», таких, как президент, Папа Римский, серийный убийца

или даже террорист, который стремится использовать средства массовой информации в своих интересах.

2. Значимое событие должно быть наполнено драматизмом, борьбой интересов и даже насилием. Соответственно кадры, на которых милиция разгоняет демонстрантов, станут более подходящим материалом для теленовостей, чем репортаж о дебатах в парламенте.
3. Значимое событие должно содержать какое-либо активное действие, нечто привлекающее внимание зрителя. Эту характерную черту очень часто используют как своего рода «крючок», на который подвешивают информацию более абстрактного содержания. Увеличение инфляции можно представить в виде серии репортажей из магазинов, где конкретные покупатели выражают свое отношение к росту цен на товары.
4. Новизна и степень отклонения от общепринятых норм. В противоположность «экстренным сообщениям», большинство новостей не являются особенно неожиданными. Определение «отклоняющийся от нормы» может характеризовать какое-либо событие в различных смыслах. События, главные действующие лица которых имеют своей целью подрыв существующего социального строя, тоже попадают в разряд отклоняющихся от нормы.
5. Возможность события привязки к темам, которые в данный момент уже активно разрабатываются средствами массовой информации. Некоторые из этих тем относятся к категории «вечных», по крайней мере для данного конкретного общества. Сюжеты новостей, рассказывающие о скандальных аферах, являются хорошим образчиком того, как эта тема разрабатывается средствами массовой информации.

Приведенная характеристика поможет в обосновании схемы 1 «Распределение актуальности новостных тем». Актуальность в схеме рассчитывалась как распределение имеющихся тем на признаки. В итоге мы имеем, все 5 оснований – это 100% и наиболее актуальны те темы, которые относятся к постоянным признакам (27%) и меньшее актуальность непредсказуемы новости (13%), это может быть обусловлено, тем, что непредсказуемые новости сами по себе не постоянны и имеют непредсказуемый характер.

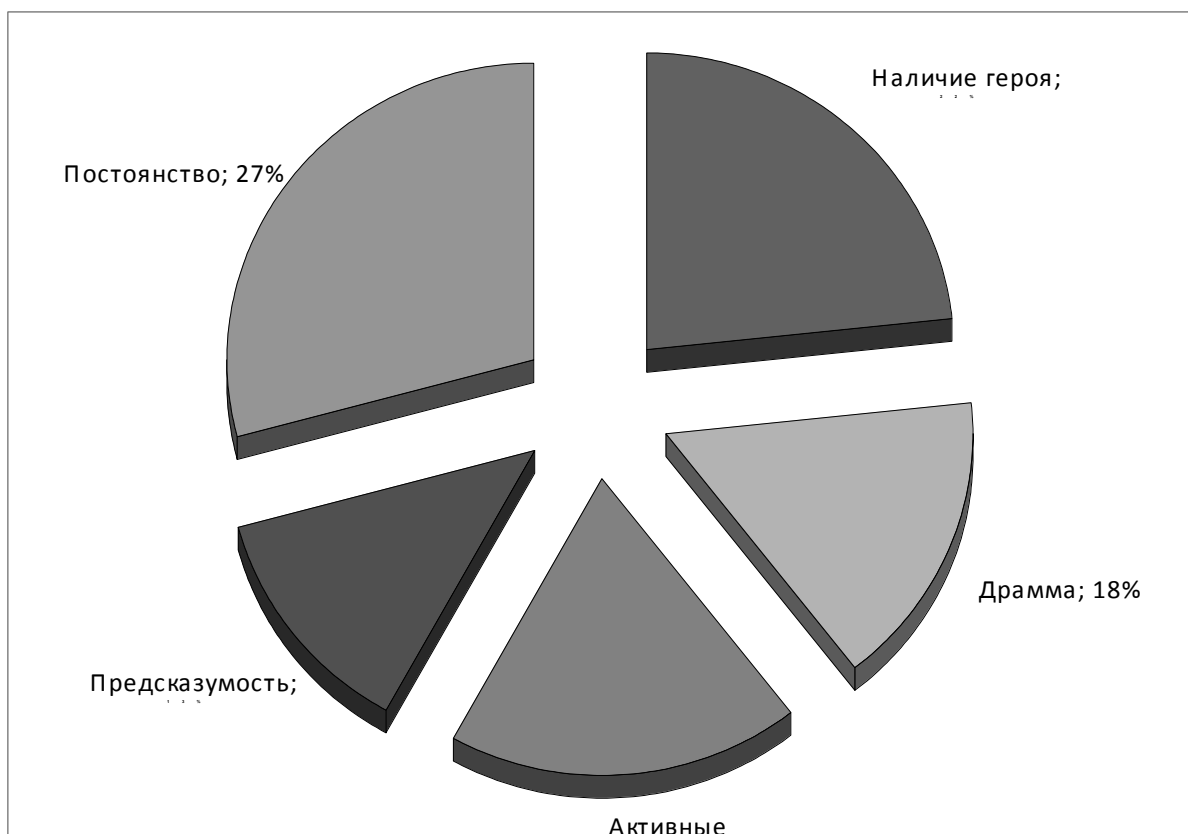


Схема 1. Распределение актуальности новостных тем

Наличие именно этих пяти признаков в сюжете может заинтересовать нас, телезрителей, в этой новости. Из них складывается практически каждый отдельный блок информации. Если мы в дальнейшем сможем четко определять наличие этих признаков в новостных потоках, то мы четко определим качество предоставляемой информации, что позволит правильно определять для себя темы, необходимые именно нам.

Телевидение в целом и каждая отдельная телевизионная программа является сложной системой. Российское телевидение показывает самые разнообразные информационные, развлекательные и аналитические программы. Чтобы правильно оценить степень их влияния на аудиторию, необходимо изучать внутренние и внешние аспекты информационного телевидения. Наша работа – попытка показать, что для правильного и полезного восприятия телевидения человеком необходимо определение и распределение приоритетов в представляемом потоке новостей.