

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»

**МЕДИА
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**
Молодые исследователи

Материалы
14-й международной конференции
студентов, магистрантов и аспирантов

11–13 марта 2015 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2015

Материалы, посвященные русской этнокультуре, носят положительный характер и создают позитивный образ России. Наиболее частотными можно считать стереотипы, эксплуатирующие образ смекалистых русских, способных найти выход из любой сложной ситуации. Напротив, материалы о других национальных культурах, как правило, формируют отрицательное или как минимум ироническое отношение к странам, которым посвящены. Подобное положение вещей вполне соответствует пропагандистским целям существования телеканала RT и его главной задаче — созданию положительного имиджа России за рубежом.

Так, представители США в зеркале RT зачастую выглядят не слишком сообразительными, Штаты в принципе представлены как «шпионская страна», где демократия — фикция. Применительно к Европе часто используется стереотип саморазрушения, к Азии (в лице КНДР) — стереотип о «стране-тюрьме».

Таким образом, национальные стереотипы в СМИ могут быть орудием дезинформации и создавать серьезные барьеры в межнациональной коммуникации, поскольку способны не только разрешать, но и усугублять межнациональные конфликты. Учитывая это, СМИ должны помнить о высочайшей степени ответственности при прямом или опосредованном использовании этнокультурных стереотипов.

А. А. Брюхно

Томский государственный университет

Научный руководитель к. филол. н., проф. Э. В. Блинова

ПРОБЛЕМЫ СЕЛА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ

Современное село — это одновременно открытое и закрытое общество. Проблемы, которые существуют в сельской жизни фактически такие же, как и в городе: ЖКХ, здравоохранение, образование и т. д.

Нередко новости регионального телевидения представляют материалы (чаще это именно репортажи), в которых остро представлены проблемы села. В Томске местные телекомпании нередко посылают журналистов в командировки в дальние населенные пункты Томской области.

Съемочная группа ставит перед собой цель выявить причины ситуации, сложившейся в поселке, оценить, найти пути эффективного решения. Хороший сюжет создает реальное представление об актуальности проблемы в той или иной деревне, служит основой для принятия практических мер со стороны местных властей, которые по-прежнему «боятся» появляться на телеэкранах в «неприглядном» виде.

В программе новостей «Час Пик» томского телеканала ТВ-2 в выпуске от 03.04.2014 года был показан сюжет о том, как в деревне Кисловка жители страдают от затопления. Сам материал раскрывался по принципу: вот пострадавшие, здесь же место затопления, а вот и причина затопления (неубранные участки). Материал и начинался с того, что одна из жительниц деревни, расстроенная и возмущенная, описывает журналисту ситуацию и обстановку их существования на сегодняшний день: «Все в воде постоянно, в погребе. Не знаем, что нам кушать в дальнейшем, что нам садить. Здесь у нас баня — а получился в итоге курятник, поскольку сам он затоплен. Затоплен гараж, скважина, кочегарка затоплена, мы не можем отапливать. В доме вода. Вся беда в том, что вода идет с полей, а частные собственники на это никакого внимания не обращают, а мы остались сами по себе. Одним словом, остались крайние и утопленные».

Такой синхрон — типичный пример совмещения свидетельских данных и эмоций. Здесь и глаза человека, и его слова, полные отчаяния, эмоциональный надрыв. Еще один синхрон этого сюжета представлен по всем правилам структуры и драматургии — речь ответственного за благосостояние деревни — главы Заречного сельского поселения, к которому относится деревня, Владимира Подглазова, который, по словам журналиста, с местными жителями не согласен и во всем винит погодные условия: «Большой поток воды получился в этом году. Аномальное тепло привело к такой проблеме по всем селам и деревням. Куда деваться всему этому снегу?».

Следующий синхрон больше похож на разговор недовольного жителя и управляющего, который заснят оператором, но уже не в качестве интервью:

Владимир: «Вот этот снег, он куда денется? Ему некуда деваться!»

Жительница деревни: «Он растает, а на полях химия сплошная, и все это нам льется — вот что нас волнует. А снег, который во дворах и на дорогах, нас не волнует, он растает спокойно, каждый год тает, и ничего в этом страшного нет. Мы просим вас вот тот снег увезти от нас».

Этот момент сюжета наглядно показывает как критичность ситуации, так и позицию каждой из сторон, но, главное, все эмоции (повышенный тон, возмущение, недовольство) читается не только в тексте синхронов, но и на лицах людей. Однако сам принцип эмоциональности при всей его необходимости далеко недостаточен. Ведь проблемы ЖКХ, сезонные паводки, и в целом то, что повторяется из года в год на одной определенной территории (г. Томск, к примеру), представлены по типичной схеме.

Содержание таких материалов отражает не только личную позицию автора, но и мнение респондентов. Особое влияние на тематический отбор материалов оказывают характеристики и специфические особенности аудитории, поскольку сложно не согласиться с тем, что зритель склонен понимать и воспринимать то, что отвечает его интересам и запросам.

О. А. Кайро

Орловский государственный институт искусств и культуры

Научный руководитель к. пед. н., доц. *М. Э. Рогозянский*

СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ НАД ТЕЛЕЖУРНАЛИСТСКИМ ПРОИЗВЕДЕНИЕМ О РОК-КУЛЬТУРЕ

Тележурналистика непосредственно соприкоснулась с феноменом рок-культуры в связи с радикальными социально-политическими изменениями, происходившими в нашей стране во