

На правах рукописи

МИРИМАНОВ ДМИТРИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

**КУЛЬТУРНАЯ ТЕМАТИКА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕЛЕВИЗИОН-
НЫХ ПРОГРАММАХ ДЛЯ ЗАРУБЕЖНОЙ АУДИТОРИИ**

(на примере телеканала «Russia Today»)

Специальность 10.01.10 — журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва — 2008

Работа выполнена на кафедре журналистики и массовой коммуникации в Институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Цвик Валерий Леонидович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Самарцев Олег Робертович
Ульяновский государственный университет
кандидат искусствоведения, доцент
Голованов Вадим Евгеньевич
Московский государственный университет
имени М.В.Ломоносова

Ведущая организация: **Российский Университет дружбы народов**

Защита диссертации состоится «27» ноября 2008 г. в 15-00 часов на заседании диссертационного совета Д 206.002.01 в Институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания по адресу: 127521, Москва, ул. Октябрьская, 105, корп. 2, аудитория №1003.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

Автореферат диссертации размещен на сайте www.ipk.ru

Автореферат разослан «__» октября 2008 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
профессор

Олефиренко П.П.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

На современном этапе развития телевидение занимает все большее место в повседневной жизни граждан и стало неотъемлемой частью существования людей, принадлежащих к разным национальностям, культурам, религиям. Благодаря развитию Электронных средств массовой информации практически каждый человек имеет возможность быть включенным в систему информационного поля, причем местоположение зрителя и телекомпании в данном случае не имеет никакого значения. Зритель, находящийся в Америке может смотреть передачи европейского телеканала точно так же, как и зритель, находящийся в Азии. Правда, каждый из них будет воспринимать одну и ту же передачу по-разному, в связи со своей национальной принадлежностью, культурой и традициями. И дело во все не в языке, на котором вещает телеканал.

Как сделать так, чтобы каждый зритель понимал и был заинтересован в том, о чем говорят ему журналисты? Как настроить зрителя и творческий коллектив на одну волну? Как определить и выстроить приоритеты вещания?

Думается, в данном случае можно и уместно употребить слово пропаганда - пропаганда ценностей. В целом, современные органы информации, безусловно, превратились в самое мощное средство пропаганды – воздействия на различные аудиторные группы, причем средство исключительно массовое, охватывающее одновременно значительные массы людей.

Слово пропаганда многие годы воспринималось нашими соотечественниками как нечто «нехорошее», несущее лишь отрицательный посыл обществу. По мнению исследователей, средства массовой информации не только пропагандируют, созидают, поддерживают, но и разрушают, дез-

информируют, борются, воюют, издеваются, возвышают, а иногда ниспровергают. Они – необходимая часть сложной политической машины.¹

Несмотря на то, что слово пропаганда в разных словарях трактуют по-разному, автор диссертации придерживается дефиниции Большой Советской Энциклопедии – подлежащее распространению, от *propago* – распространяю) - распространение политических, философских, научных, художественных и других взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности.

Характерно, что практически каждая страна имела и до сих пор с успехом пользуется арсеналом вооружений в составе теле и радиокompаний, нацеленных на зарубежную аудиторию. Например, США еще в 1924 году начали вещание программ для стран Латинской Америки, а в 1938 году специальные программы для Европы и Латинской Америки передавались уже на шести языках, и объем иновещания Национальной радиостанции Эн-Би-Си достиг 16 часов в день.

В Германии использование радио во внешнеполитических целях также начинается со второй половины 20-х годов. В 1926 году начала работу радиостанция «Немецкая волна». Ее программы были адресованы немцам, живущим за пределами Германии.

Великобритания задействовала радиовещание в своей внешней политике чуть позже. Непрерывное вещание радио Би-Би-Си за пределы страны началось в декабре 1932 года, и уже в 1938 году из Лондона выходили в эфир программы на испанском, португальском, немецком, итальянском, французском и арабском языках².

Надо отметить, что накануне и на протяжении Второй мировой войны радиовещание на зарубежные страны получило новые тенденции. В конце 1941 года и в начале 1942 года правительство США, основав государственное радио, объединило 11 частных коротковолновых станций. Та-

¹ Поклад А.Б., Юдина Н.И. Международное общение или подрывная пропаганда? - М: Международные отношения, 1987.- С.10.

² Артемов В., Семенов В. Би-Би-Си: история, аппарат, методы радиопропаганды.- М.: Искусство, 1978. – С.18-19.

ким образом, был заложен фундамент мощного государственного аппарата иностранной радиопропаганды. В 1942 году впервые Радио «Голос Америки» из Нью-Йорка приступило к трансляции программ на вражеские страны на немецком и итальянском языках.

В начале 1942 года фашистская Германия ежедневно для зарубежных стран вещала на 53 языках, что составляло 425 часов эфирного времени, и это было намного больше по сравнению с началом 1939 года, когда программы нацистской Германии велись всего на 7 языках и в сутки составляли лишь 75 часов иновещания.

История иновещания Советского Союза начинается с 1929 года. 29 октября этого года Радио Москвы начало первые передачи иновещания на немецком языке. Если до декабря 1941 года из Москвы программы иновещания составляли 51 час на 21 языке, то уже к началу 1942 года иновещание из Москвы составляло 60 часов в сутки и воспроизводилось на 29 языках.

Радио «Свободная Европа» и «Свобода» – детище «холодной войны». В 1949 году ЦРУ США для ведения радиопропаганды в социалистических странах Европы организовало Радио «Свободная Европа». В июле 1950 года начались первые, почти импровизированные, передачи Радиостанции «Свободная Европа», сначала на чешском языке, а затем на других восточно-европейских языках³.

1 марта 1953 года Радио «Освобождение» (впоследствии «Свобода») начало вещание для республик бывшего Советского Союза. Эти радиостанции финансировались в основном конгрессом США через Центральное разведывательное управление, однако, часть их бюджета составляли пожертвования частных лиц. В 1976 году обе корпорации были объединены в Радио «Свободная Европа»/Радио «Свобода» (РСЕ, РС).

РСЕ, РС – одна из крупных радиовещательных корпораций Соединенных Штатов Америки. Радиостанция, финансируемая конгрессом США,

³ Горянин А. Старая и новая «Свобода» // Среда. – 1996. – № 1. – С. 38.

сегодня вещает на 28 языках народов мира и имеет аудиторию в 35 миллионов слушателей⁴. В том числе передачи таджикской службы Радио «Свобода» («Озоди») слушают в Таджикистане, Узбекистане, Киргизии, Афганистане, Пакистане и Иране. У радио «Озоди» в Таджикистане больше слушателей, чем у персидской службы радио Би-Би-Си, «Садои Хуросон» и «Голос Америки».

Крупнейшая мировая телевещательная корпорация CNN, созданная Тедом Тёрнером в 1980 году, является подразделением компании Turner Broadcasting System. CNN впервые предложила концепцию круглосуточного новостного вещания. Программы CNN транслируют 38 космических спутников, они доступны к просмотру почти двум миллиардам зрителей. Согласно данным различных рейтинговых агентств, CNN занимает первое место среди новостных сетей. Однако она уступает новостной сети Fox News по количеству долгосрочных зрителей (Точечные рейтинги Нильсена). В США новостной канал CNN доступен в 88,2 миллионах квартир и домов и в более чем 890 тыс. гостиничных номеров⁵.

Именно творческий опыт таких корпораций как Би-Би-Си и Си-Эн-Эн лег в основу создания первого круглосуточного информационного телеканала в России – «Russia Today» (Россия сегодня). Russia Today стал первым телеканалом в России, осуществившим прорыв к зарубежной англоговорящей аудитории. В России нет аналогов, соответственно нет выработанной системы телевизионного иновещания. В постсоветский период во многом были утрачены навыки создания пропагандистского вещания. Ряды квалифицированных международных журналистов сильно поредели. Не стало тех, кто стоял у истоков создания иновещания в стране, и они не успели передать свой бесценный опыт современным творческим и административным работникам. Хотя Russia Today создавался по образу и подобию BBC и CNN, необходимо было привнести в его работу некоторые

⁴ Необычная радиостанция. - Буклет Радио «Свободная Европа», Радио «Свобода», 1999. - С. 3.

⁵ www.cnn.com

принципы и модели, которые были сформированы и с успехом проводились на иновещании.

Актуальность темы продиктована тем, что в исследованиях пока особняком стоит вопрос, касающийся культурной тематики в информационных телевизионных программах для зарубежной аудитории; он не получил широкого описания, позволившего бы выявить как сами механизмы создания программ, так и специфику восприятия информации иноязычной аудиторией.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что впервые предпринята попытка комплексного анализа культурной тематики информационных телевизионных программ для зарубежной аудитории на примере телевизионного канала Russia Today.

Предметом исследования является деятельность англоязычного телеканала Russia Today.

Объект исследования – специфика создания информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории, выходящих на канале Russia Today.

Источниками для исследования по преимуществу послужили информационные программы культурной тематики, выходявшие на телеканале Russia Today с момента его основания до сегодняшнего дня.

Говоря о **степени изученности** проблемы, можно предположить, что она постоянно будет расширяться, потому что повседневная телевизионная практика, и особенно, в информационном разделе вещания, всегда опережает ее научное осмысление. Тем не менее, работа опирается на прочный фундамент теоретических трудов известных исследователей ТВ, анализ практики в работах отечественных телекритиков. Укажем здесь только наиболее известные работы, посвященные созданию новостных телепрограмм, таких авторов, как Р. А. Борецкий, А. А. Грабельников, И. М. Дзялошинский, В. В. Егоров, Г. В. Кузнецов, С. А. Муратов, В. Л. Цвик, А.

Я. Юровский⁶ и др. Назовем также некоторые работы зарубежных исследователей – Д. Брауна, К. Ламэя, Э. Мицкевич, Д. Рида, Ч. Файерстоуна, Р. Энтмана, Э. Дэнниса и Д. Мэррилла, И. Фэнга⁷. Полезные сведения о зарубежном опыте в области телевизионной информации содержат работы отечественных исследователей Е. Ч. Андрунас, Г. Н. Вачнадзе, Н. А. Голядкина, И. И. Засурского, Я. Н. Засурского⁸ и др.

Тем не менее, вопросы, касающиеся информационного телевидения в более конкретной постановке, становятся перспективными не только с теоретической, но и с практической точки зрения. Механизмы создания и распространения информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории требуют комплексного подхода к современному информационному ТВ, осмысления перспективных направлений его развития.

Источниковедческой базой исследования являются многочисленные материалы, собранные, обработанные и переданные в эфир Russia Today, научные статьи и работы ведущих специалистов в области телевидения и пропаганды, многолетняя практическая работа автора диссертации в службах новостей ВГТРК, ГТРК «Культура» и АНО «ТВ-Новости» Russia Today.

⁶ См.: Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! М., 2002; Голядкин Н.А. ТВ-информация в США. М., 1994; Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России. М., 1998; Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху: некоторые особенности личности и профессиональной деятельности. М., 1996; Дмитриев Л.А. Искусство информации. Ч. 1, П. М., 1996; Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999; Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. Изд. 2-е. М., 2004; Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. М., 2002; Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. М., 2008; Юровский А.Я. Телевидение - поиски и решения. Изд. 2-е. М., 1983.

⁷ Браун Д.Р., Файерстоун Ч.М., Мицкевич Э. Телерадионовости и меньшинства. М., 1994; Ламэй К., Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Автономия телевидения и государство. М., 1999; Энтман Р., Рид Д., Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Телевидение, радио и приватизация. М., 1998; Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997; Теленовости: секреты журналистского мастерства (Реферат книги И.Фэнга “Теленовости, радионовости”). М., 1996.

⁸ Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991; Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение: Новые средства массовой информации - их аудитория, техника, бизнес, политика. Тбилиси, 1989; его же. Секреты прессы при Горбачёве и Ельцине. М., 1992; Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М., 1996; его же. ТВ информация в США. М., 1994; Засурский И.И. Реконструкция России: Масс-медиа и политика в 90-е гг. М., 2001; Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999; Засурский Я.Н. Новое политическое мышление и международный обмен информацией//Вестник Моск.ун-та. Серия Х. Журналистика. 1988. №6; и др.

Целью предлагаемой работы является выявление особенностей создания программ культурной тематики на телеканале для зарубежной аудитории.

В рамках достижения общей цели перед исследователем ставились следующие **задачи**:

- охарактеризовать исторические процессы создания информационных программ для зарубежной аудитории;
- выявить и описать цели и задачи телевизионного инновационного вещания;
- определить жанрово-тематические особенности информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории;
- дать оценку структуре и кадровой политике Russia Today;
- обозначить методы создания культурной тематики в программах Russia Today;
- раскрыть специфику создания программ культурной тематики в программах Russia Today.

При решении указанных задач были использованы следующие **методы**: сравнительно-исторический, структурный анализ, системное описание.

Основные положения, выносимые на защиту:

- Объективно существуют принципиальные особенности и отличия информационных телевизионных программ культурной тематики для зарубежной и российской аудитории. Определение этих отличий, выявление специфики исследуемого объекта стало главной целью диссертации.
- Методы создания информационных телевизионных программ культурной тематики для зарубежного зрителя требуют выявления и изучения. Практические рекомендации приведены в данной работе.
- Применение безленточной технологии при создании информационных телевизионных программ культурной тематики – безусловное преимущество и яркий пример позитивного влияния новых технологий на журналистское творчество.

- Кадровая проблема, как важная составляющая при создании информационных телевизионных программ для зарубежного зрителя, требует неординарных подходов и ждет своего решения.
- Значение информационных телевизионных программ культурной тематики для зарубежного зрителя становится одной из важных составляющих телевизионных программ. Вместе с этим на сегодняшний день в России нет ни научной теории, ни практических тенденций в этой плоскости. Нет специалистов, которые могут квалифицированно создавать информационные программы культурной тематики для зарубежного зрителя, хотя потребность в таких специалистах растет.

Таким образом, **теоретическая значимость** работы состоит в том, что диссертация вносит определенный вклад в изучение всего новостного раздела телевидения и, в частности, в разработку проблем, связанных с описанием информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории.

Практическая значимость видится нам в систематизированном анализе культурной тематики в информационных программах для зарубежной аудитории, который может быть использован в повседневной деятельности репортеров новостей, а также в лекционных курсах для специальностей «Журналистика» и «Связи с общественностью», при составлении учебных программ и учебных пособий.

Апробация исследования. Содержание работы отражено в ряде научных публикаций, в том числе, в изданиях, входящих в соответствующий перечень ВАК, на научных и научно-практических конференциях, а также в деятельности телеканала «Russia Today», где автор возглавляет отдел программ по культуре.

Хронологические рамки исследования охватывают, в основном, 2005-2008-е годы XXI-го столетия, т.е. период деятельности телеканала «Russia Today» от его создания до настоящего времени.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии. Все главы сопровождаются выводами, в которых перечисляются основные результаты исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во *введении* определяются актуальность, новизна, теоретическая и практическая значимость работы, а также цель и задачи исследования.

Первая глава «История создания информационных программ для зарубежной аудитории» посвящена описанию основных исторических вех возникновения и становления телевидения для зарубежной аудитории и затрагивает появление в СССР иновещания.

Советский Союз обладал большим потенциалом в сфере внешнеполитической пропаганды, направленной на популяризацию советского образа жизни и продвижение интересов СССР на международной арене. Ситуация, сложившаяся во второй половине XX века, диктовала свои условия: необходимо было противостоять мощному пропагандистскому аппарату Запада, когда развернулась настоящая информационная война. Значительная роль в идеологической борьбе двух социальных систем отводилась Телеграфному Агентству Советского Союза, входившему в пятерку крупнейших информационных агентств в мире. ТАСС обеспечивал правительственные органы, научные учреждения и т. д. зарубежной информацией, а также направлял иностранным подписчикам информацию о жизни Советского Союза и международных событиях. ТАСС выражал официальную точку зрения правительства, в том числе и по международным событиям.

ТАСС круглосуточно передавал информацию радио, телевидению, газетам и другим средствам массовой информации (более 4 тысячам советских газет и свыше тысячи подписчиков из 15 стран) на русском, английском, французском, испанском, португальском, немецком, арабском и итальянском языках.

Кроме ТАСС масштабно и непрерывно информацию для зарубежной аудитории передавало агентство печати «Новости» (АПН), созданное в

1961 году на базе Совинформбюро. Перед АПН стояла несколько иная задача: распространять информацию не текущего, оперативного, а аналитического характера. Агентство подготовило «для печати, информационных агентств, издательств и радио зарубежных стран книги, брошюры, альбомы, статьи, комментарии, интервью, беседы, обзоры, очерки, репортажи, сообщения, фотоиллюстрации и другие информационные материалы по вопросам внутренней и внешней политики СССР, общественной, экономической и культурной жизни советского народа, а также материалы, отражающие точку зрения советской общественности на важнейшие события внутренней и международной жизни»⁹. В целом, информация АПН распространялась примерно в 110 стран мира, для зарубежных читателей издавалось около 50 иллюстрированных журналов, а также 190 пресс-бюллетеней на 56 языках. Общий годовой тираж этих изданий составлял 2,5 млн. экземпляров. Агентство также выпускало около 20 млн. экземпляров брошюр на разных иностранных языках, широко распространяемых за рубежом¹⁰.

Важнейшим каналом распространения информации за рубежом также являлось радиовещание. Осуществлявшаяся в СССР с конца 20-х годов большая программа по созданию технической базы радиовещания открывала возможности и для организации передач для зарубежного слушателя. Уже в 1926 году в стране работали 42 радиостанции, программы которых можно было принимать и за границей. Впрочем, первые передачи на иностранных языках были предназначены одновременно и для специалистов из разных стран, работавших в СССР, и содержали преимущественно информацию о социалистическом строительстве. 29 октября 1929 года начинается регулярное радиовещание для зарубежных слушателей. Подготовка программ была поручена специально созданному Сектору передач на иностранных языках при Центральном радио. Первые передачи шли на немец-

⁹ Беглов С.И. Внешнеполитическая пропаганда. Очерк теории и практики / С.И. Беглов. – М. : Высш. школа, 1984. – С. 285.

¹⁰ Подробнее см. Кашлев Ю.Б. Информация и PR в международных отношениях / Ю.Б. Кашлев, Э.А. Галумов. – М. : Известия, 2003. – С. 68.

ком языке через день два раза в сутки, объем их составлял от 30 минут до полутора часов. 7 ноября 1929 года началось вещание на французском и английском языке.

Надо отметить, что радио сыграло важную роль в популяризации российской культуры. Например, в юбилейной передаче ко дню рождения А. П. Чехова на французском языке выступала знаменитая актриса Художественного театра О. Л. Книппер-Чехова. В передачах для зарубежной аудитории принимали участие великий русский композитор С. С. Прокофьев, солист Большого театра Марк Рейзен, известный шекспировед М. М. Морозов и другие мастера искусств и ученые.

Новый, постсоветский, период в истории отечественного иновещания начинается в 1991 году после распада СССР и образования независимой Российской Федерации. Организационно на первых порах международное Московское радио еще оставалось частью общей государственной вещательной структуры.

В декабре 1993 года создается Российская государственная радиовещательная компания «Голос России». В это время иновещание переживает большие трудности, вызванные сложным экономическим положением страны: резко сократилось финансирование вещания, значительно уменьшился его объем, из зарубежного радиовещания ушли многие профессионалы. И все же, несмотря на все трудности переходного периода, «Голос России» остался одной из крупнейших и наиболее слушаемых радиостанций мира.

По объему и количеству языков вещания «Голос России» вместе с Би-би-си, «Голосом Америки», «Немецкой волной» и Международным радио Китая входит в первую пятерку наиболее влиятельных радиостанций мира и прочно занимает третье место среди лидеров мирового эфира, несмотря на более чем скромный бюджет. Среднесуточный объем вещания РГРК «Голос России» составляет 72,5 часа, передачи звучат на 32 языках. Основная масса программ идет в эфир из Москвы.

Важным направлением отечественного иновещания является подготовка передач для русскоязычной диаспоры за рубежом, которая к 1999 году составила около 25 млн. человек.

В течение длительного периода на отечественном международном радио доминировал страноведческий принцип подачи материала, т.е. вещание было направлено непосредственно на ту или иную страну и шло на языке этой страны. Однако постепенно от такого подхода стали отказываться и переходить к созданию планетарных и региональных служб, готовящих передачи на различных языках.

Важную роль в информировании зарубежной аудитории о важнейших событиях, происходивших в СССР, играло телевидение. В конце пятидесятых годов, за несколько десятилетий до возникновения первых глобальных спутниковых телеканалов, обладающих возможностями транслировать сигнал во все точки земного шара, трансграничный обмен телепрограммами стал одним из важнейших каналов формирования имиджа страны среди аудитории Европы и США. Обмен телепрограммами проходил в рамках международного сотрудничества двух главных организаций, созданными европейскими вещателями – OIRT (Organisation Internationale de Radiodiffusion) со штаб-квартирой в Праге и EBU (European Broadcasting Union), с центральным офисом в Женеве. Теле-организации старались следовать примеру радиовещания и обмениваться программами между странами, расположенными не только на одном континенте, но и передавать видеоматериалы через океан.

Одной из наиболее известных схем, которая объединила телевизионные форматы различных стран напрямую и, таким образом, дававших возможность показывать телепередачи одновременно в нескольких странах, стала система Евровидения, которая к 1957 году сумела объединить телевизионные организации 12 западноевропейских стран.¹¹

¹¹ В их число в 1959 году вошли Австрия, Бельгия, Дания, Франция, ФРГ, Италия, Люксембург, Монако, Нидерланды, Швеция, Швейцария и Великобритания.

Первым транснациональным телевизионным каналом стал американский спутниковый телеканал CNN. Советский Союз не хотел отставать в гонке информационных технологий. Этот факт не стал широко известен, однако на базе первого общесоюзного телеканала в СССР могло возникнуть первое Российское всемирное телевидение. Благодаря появлению аппаратно-студийного комплекса №2 в Останкино возможности телевидения значительно расширились. Всерьез стала обсуждаться возможность реорганизовать первый канал общесоюзного телевидения в вещательную компанию, способную транслировать свои передачи на весь мир. Это позволило бы на качественно новом уровне информировать огромную зарубежную аудиторию о точке зрения СССР на мировые события, пропагандировать советский образ жизни и формировать позитивный образ СССР в противовес американской пропаганде, а также оказать существенную поддержку популяризации русского языка в глобальном масштабе. Кроме того, одной из главных функций системы должно было стать донесение «вестей с родины» для сотрудников советских посольств и представительств за рубежом. Для доставки сигнала планировалось использовать систему спутникового вещания, которая с 1984 года разрабатывалась специалистами НИИ радио.¹²

Проект получил название «Москва-Глобальная». В 1988 году в рамках этого проекта были запущены два геостационарных спутника «Горизонт», которые стали основой системы. Спутники системы «Москва-Глобальная» до сих пор находятся в эксплуатации, транслируя тот же первый Всесоюзный канал (сейчас на его частотах вещает Первый канал). Программа «Москва-Глобальная Западный Регион» принимается в посольствах и представительствах МИДа Российской Федерации в Европе, Африке, части Северной и Южной Америки, Скандинавии, Африки, Америки и Юго-Восточной Азии, а также в Европейской части России и странах Балтии.

¹² У Мэрдока под колпаком//газета «Алло» - [Electronic Resource]1998. – Access: <http://telecom.tomsk.ru/news/shownews.html?id=1625>

Однако возможности данной системы уже не соответствуют требованиям времени¹³.

К сожалению, нужно признать, что в советской пропаганде интересы целевой аудитории не всегда учитывались. Фильтр «антикоммунизма», распространенный практически во всех западных СМИ (за исключением изданий левого толка), мешал адекватному распространению информации, несущей явную идеологическую нагрузку.

Во *второй главе «Цели и задачи телевизионного нововещания»* рассматриваются основные этапы формирования нового телеканала для зарубежной аудитории Russia Today.

Глобальные телеканалы стали мощным фактором в формировании информационного общества, где большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы – знаний. Информационное общество также называют постиндустриальным. По сравнению с индустриальным обществом, где все силы направлены на производство и потребление товаров, в постиндустриальном «обществе информации» производятся и потребляются в основном интеллект и знания. В этих условиях роль глобального обмена информацией в рамках вещания транснациональных телеканалов приобретает ключевое значение.

«Глобализация новостей – это процесс активного распространения новостных программ и обмена информацией между регионами мира, осуществляемый посредством спутниковых, кабельных, компьютерных систем и коммуникационных средств связи, – пишет в своем исследовании В. В. Орлова. – Формирование системы глобальных новостных потоков, передающихся различными медиа, развитие и совершенствование информационных технологий и Интернета привели к образованию нового коммуникативного пространства, в котором все сферы человеческой деятель-

¹³ Первый канал. Общая информация о канале. – [Electronic Source]. Access: http://www.advesti.ru/publish/video/030505_pervii/

ности тесно взаимосвязаны»¹⁴. Однако глобализация новостей является процессом, который невозможно рассматривать в отрыве от контекста геополитических интересов тех стран, где базируются глобальные телеканалы.

Доминирование на всемирном новостном рынке западных информационных гигантов, таких как CNN, BBC, Euronews, SkyNews, Bloomberg стало причиной острых дискуссий и даже обвинений со стороны стран «третьего мира» в дисбалансе информационных потоков, которые направляются из северных регионов на юг. Доминирование западных новостей и западной культуры в новостях стало причиной возникновения феномена, получившего название «культурный империализм» – распространение и популяризации ценностей и обычаев инородной культуры в ущерб коренной культуре.

В июне 2000 года по инициативе президента РФ в действие вступила доктрина обеспечения информационной безопасности России, а пять лет спустя был создан первый глобальный круглосуточный англоязычный новостной телеканал, получивший название «Russia Today». Одной из приоритетных задач канала, как утверждает «Styleguide»¹⁵, основной руководящий документ телеканала, является точное и взвешенное донесение до зарубежной аудитории «российского взгляда на мировые события». Создатели телеканала поставили задачу познакомить зрителя в англоговорящих странах с мнениями представителей российского общества по самым актуальным вопросам, попытаться избавить их от стереотипов, навязанных годами «холодной войны».

Появившись в эфире в 2005 году, в эпоху информационной глобализации, когда во всем мире происходит формирование и развитие единого информационного пространства на базе высоких коммуникационных технологий, телеканалу Russia Today приходится завоевывать аудиторию уже

¹⁴ Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: «РИП-Холдинг», 2003.

¹⁵ RTTV mission statement

на сложившемся рынке, где присутствует огромное количество альтернативных транснациональных СМИ.

Новизна Russia Today заключается в том, что это первый российский круглосуточный телеканал, вещающий на зарубежные страны на английском языке, с функциями, отличными от рыночных.

Учредителем канала стала Автономная Некоммерческая Организация «ТВ-Новости». На финансирование АНО «ТВ-Новости», куда входит англоязычный Russia Today, в 2007 году из бюджета было выделено \$90 млн. (2,4 млрд. рублей). Из них собственно RT получило, как и прежде, \$30 млн. "Этих денег совершенно недостаточно, чтобы войти на мировой информационный рынок и составить конкуренцию хотя бы Al-Jazeera, – сказал изданию «Газета» директор Института экономических стратегий РАН Александр Агеев. – Я уж и не говорю о таких мировых информационных гигантах, как CNN и BBC. Можно влить в пиар миллиарды долларов и не получить результата, а можно грамотно вложить десятки миллионов рублей и получить невероятный эффект»¹⁶.

Надо отметить, АНО «ТВ-Новости» имеет довольно большой опыт вещания за рубеж. Учредителем ««ТВ-Новости»» некогда была Главная редакция аудиовизуальной информации Агентства Политических Новостей (АПН). В середине восьмидесятых годов редакция состояла из двух подразделений: первое отвечало за подготовку собственных видеосюжетов на английском языке, второе занималось совместным с западными телекомпаниями производством телевизионных репортажей.

В рамках этого проекта в главной редакции аудиовизуальной информации АПН работали многие знаменитые репортеры – Питер Арнетт (Peter Arnett, Си-эн-эн), Вайт Эндрюс (Wyatt Andrews, Си-би-эс), Эйлин О'Коннорс (Eileen O'Connors, Эй-би-си). Сотрудничество велось с итальянскими (Супер Чэннел Super Channel), немецкими, японскими (Эн-эйч-кей), и корейскими телекомпаниями.

¹⁶ www.newsru.com

«Russia Today» начала всемирное вещание 12 декабря 2005 года, спустя пять месяцев после создания, преодолев многочисленные трудности по формированию и подготовке штата, способного писать новостные материалы на английском языке, а также обучению своих сотрудников работе по новой «беспленочной технологии», используя лишь цифровые носители информации. Основу штата составили российские сотрудники с высоким уровнем знания английского языка, зарубежные редакторы, корреспонденты и ведущие. В период начала вещания на канале успела поработать – Лиз Джордж, бывший корреспондент CNN (она специализировалась на новостях бизнеса и торговли), а первый эфир во время открытия канала вела Саша Твайниг – известный британский тележурналист. До приезда в Россию она была телеведущей на каналах BBC ONE, ITV1,2,3, BBC PRIME, BBC LEARNING. Всего на RT работает более 70 иностранных специалистов.

Программная сетка вещания канала составлена из циклично повторяющихся информационных блоков. Каждый час начинается с выпуска новостей, вторую половину часа продолжают финансовые новости, новости спорта и новости культуры, а также документальные фильмы, обзоры прессы, интервью с известными экспертами и политиками, аналитические программы.

Эфирное наполнение канала включает несколько программ, занимающих следующий объем в сетке вещания.

Каждый час открывается *выпуском новостей (Main News)*, который сопровождается комментариями экспертов в прямом эфире, регулярно проводятся прямые включения с мест событий.

Далее – *«Бизнес Сегодня» (Business Today)* (хронометраж – 11 минут). В этой программе сообщается о важнейших новостях Российского и мирового финансового сектора, освещается деятельность крупнейших российских компаний и фондовых рынков. По будням программа выходит каж-

дые два часа в течении суток. В субботу – каждые четыре часа. По воскресеньям программа в эфир не выходит.

Также на канале выходят несколько программ, автором которых является известный международный журналист Питер Лавель, который работал корреспондентом в UPI и Associated Press и специализировался на Восточной Европе. Это – еженедельная аналитическая программа «ИМНО», представляющая собой особый, авторский взгляд на основные события прошедшей недели, программа «*In Context*», где автор обращается к проблемам, которые стали громкими заголовками в СМИ, анализирует их и представляет зрителю разные точки зрения.

Ежедневно в вещании телеканала Russia Today присутствуют следующие телепрограммы:

– «*Sport*» («*Sport*») – выходит каждый час, сообщает о последних российских и зарубежных новостях спорта.

– «*Spotlight*» – 26-минутное ток-шоу. Его ведущий, Александр Гурнов, приглашает в студию телеканала Russia Today главного ньюсмейкера дня, то есть человека, который был участником главного события дня, либо эксперта, способного дать оценку важнейшим российским и мировым событиям.

– «*The Media Mirror*» – трехминутный дайджест российской прессы, выходящий в эфир каждые два часа. Ведущий программы Евгений Беленький.

– Программа «*Entertainment*» – выходят в эфир шесть раз в день. Программа освещает выставки, концерты, семинары, театральные постановки, кинопремьеры, светские мероприятия с участием российских и зарубежных звезд и т. д. В каждой программе акцентируется внимание на ярком, значимом культурном событии. В круг интересов программы входят произведения разных стилей и направлений в искусстве.

Каждый месяц в фокусе Russia Today – («*Technology Update*») – новейшие технологии, инновационные разработки и сенсационные открытия.

Ведущий Пол Тадич рассказывает о научном потенциале России и о том, что завтра станет частью повседневной жизни.

Уникальность вещания RT в российском медиа-пространстве основывается на использовании ранее неизвестного в России цифрового принципа – так называемого «безкассетного» или «безленточного» вещания. Из процесса съемки полностью исключены кассета и станции линейного монтажа. Все техническое производство ведется на новейшей компьютерной платформе Dalet.

Зоны вещания RT растут ежедневно. На начало 2008 года – это Европа, страны Азии, Африка, Австралия, США и Канада.

Надо сказать, что с момента создания RT и в профессиональном журналистском обществе, и в международном сообществе не прекращаются споры о целесообразности такого вещателя. Так, некоторые эксперты прогнозируют, что новому каналу RTTV будет трудно завоевать англоязычную аудиторию. Алексей Волин, который ранее отвечал за связи с общественностью в правительстве РФ, так прокомментировал появление нового телеканала: «с трудом представляю себе зрителя, который стал бы смотреть российские новости по-английски»¹⁷. «Все будут понимать, что цензура там будет жесткой» - так высказался гендиректор компании «РБК Информационные системы» (владеет телеканалом РБК ТВ) Юрий Ровенский¹⁸.

Некоторые специалисты считают, что создание Russia Today не улучшит имидж России за рубежом, так как проблема кроется внутри самого государства. «Главный источник лежит все-таки внутри России, прежде всего, в действиях властей, которые вызывают соответствующие эмоции если не у политических лидеров, то, во всяком случае, в СМИ», – считает руководитель Высшей школы экономики Евгений Ясин. «Такие истории, как история с ЮКОСом или с контролем над СМИ, происходят не за гра-

¹⁷ <http://www.newsru.com/russia/06jun2005/rttv.html>

¹⁸ Там же

ницей, поводы появляются не за границей, их подаем мы сами», – подчеркнул он¹⁹.

На повестке дня новый проект - это создание телеканала Rusiya Al-Yaum.

17 декабря 2007 года на должность главного редактора телеканала Rusiya Al-Yaum назначена Маргарита Симоньян, с апреля 2005 года занимающая должность главного редактора телеканала Russia Today. В новом статусе она будет отвечать за работу как англоязычного телеканала Russia Today, так и телеканала Rusiya Al-Yaum, вещающего на арабском языке.

Rusiya Al-Yaum – первый российский телеканал на арабском языке, представляющий российскую точку зрения на события, происходящие в России и за рубежом. Семь дней в неделю, 20 часов в сутки в эфире Rusiya Al-Yaum самые важные новости политики, экономики, общественной жизни, документальные фильмы и информационно-аналитические программы. Спутниковый сигнал телеканала доступен для приема в открытом виде в странах Ближнего Востока, Северной Африки и Европы. В штате телеканала более 500 опытных российских и арабских журналистов, арабистов и востоковедов.

Журналисты, работающие над созданием контента для обоих вещательных каналов, понимают свою высокую ответственность, справедливо замечая, что западные зрители смогут сравнивать RT с картинкой, которую показывают им другие телеканалы. При этом они надеются, что новый российский проект будет полезен хотя бы тем, что по комментариям CNN и Russia Today к одним и тем же событиям аудитория сможет адекватно судить о степени независимости телевидения в России.

В третьей главе «Жанрово-тематические особенности и практика подготовки информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории» анализируются специфика и практика создания программ культурной тематики о России для зарубежной аудитории.

¹⁹ Там же

Социолог и видный аналитик прессы Бернард Рошко утверждал, что «всякая новость имеет двойную природу. Это специальный продукт, отражающий попытку осознать, что происходит в обществе, и это – организационный продукт, отражающий то, как СМИ решили с ним поступить»²⁰.

У каждой телекомпании, каждой службы новостей есть свои профессиональные секреты, свои требования к работе репортеров – и RT не исключение. В этой главе диссертации анализируются принципы работы Отдела программ по культуре, который производит ежедневную информационную программу Entertainment, которая выходит в эфир в 08:45, 12:45, 16:45, 20:45, 00:45, 04:45. Хронометраж программы – 8 минут эфирного времени.

Помимо новостных событий Отдел регулярно готовит так называемые специальные репортажи, каждый из которых обычно посвящен актуальной проблеме. В рамках программы Entertainment периодически выходят репортажи, подготовленные собственными корреспондентами RT в США, Франции, Великобритании, Израиле и т. д.

По формату темы делятся на:

Репортажи (Package) – в них не выражается мнение репортера. К ним относятся сообщения типа «кто, что, когда, где и почему», которые заслуживают опубликования. Мнения других людей присутствуют лишь в том случае, если они важны для изложения. В любом случае, должен быть указан их источник.

Для подготовки хорошего, объективного репортажа важно, чтобы репортер четко понимал различие между: 1) бесспорным фактом, 2) несколькими версиями одного факта и 3) мнениями. (Мнение обычно связано с оценками типа «хорошо – плохо, стоит – не стоит, приятно – неприятно»).

Репортаж-расследование, специальный репортаж (Features) – в нем не выражается мнение репортера, однако может высказываться

²⁰ Цит. по: Дэннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. - М., 1997. - С. 205.

точка зрения относительно истинности факта. В нем должны быть полностью объяснены ход мыслей и доказательства, на основе которых предпочтение отдается конкретной версии. Репортер разыскивает и собирает информацию, которая не очевидна или недоступна. Репортаж-расследование обычно готовится в течение нескольких дней, недель или месяцев. Здесь событие представляется под более широким углом зрения, используются комментарии, мнения или версии фактов, к которым склоняется автор, представитель организации или сама организация, которая должна быть четко указана.

Эти жанровые формы относятся к собственным съемкам RT (эти материалы готовят корреспонденты и журналисты редакции).

Между АНО «ТВ-Новости» и «Телеканалом «Культура» существует официальный договор на право использования сюжетов из телевизионной программы «Новости Культуры» ГТРК «Культура», содержащих в себе сообщения о событиях и фактах, имеющих информационный характер. Если в самом начале вещания RT программа Entertainment полностью состояла из материалов, заказанных у телеканала «Культуры», то уже через год это количество сократилось до 50% в пользу собственных съемок.

Основная проблема, с которой столкнулись организаторы RT и в частности руководство Отдела программ по культуре, – кадровая. В довольно короткий срок необходимо было создать команду, способную в круглосуточном режиме 7 дней в неделю, 365 дней в году создавать новостную продукцию на иностранном языке. Причем, требуется не просто свободное владение английским языком. Журналисты, корреспонденты, редакторы, шеф-редакторы и ведущие должны писать журналистские тексты и говорить без малейших ошибок в произношении, уметь писать тексты на английском языке, не прибегая к подстрочному переводу. Важно предать смысл, а не просто перевести текст или сообщение.

Важно также «приспособить» информацию, которая касается России, к условиям различных стран, говорить зарубежной аудиторией на доступном ей языке.

Одной из важных особенностей в работе Отдела программ по культуре является глубокое знание российской и мировой культуры. Требуются знания фольклора и народных традиций, пословиц, поговорок, идиоматических оборотов.

Еще одна, пожалуй, основная задача творческого коллектива Отдела программ по культуре и RT состоит в том, чтобы четко себе представлять какие информационные потребности испытывает потенциальный зритель, воспитанный на CNN, Sky-news, BBC и т. д. Ведь именно они являются основными потребителями информации RT.

В целом творческая работа RT схожа с другими информационными телеканалами. В основе работы лежит информация, которая регистрирует факт, событие. Задача редакции в кратчайшие сроки объективно сообщить о нем. Вопрос заключается в интерпретации.

В повседневной работе следует уделять возрастающее внимание «целевой аудитории». Эта аудитория требует индивидуального подхода, ибо диапазон объектов пропагандистского воздействия колеблется от средне-статистической домохозяйки до работников министерств, органов власти, научной и творческой интеллигенции. В круг потенциальной аудитории RT входят представители самых разных конфессий и вероисповеданий. Этот факт требует от редакции RT дополнительного внимания к информационным сообщениям.

Содержание и форма – приоритеты Отдела программ по культуре. Поэтому перед сотрудниками Отдела ежедневно стоит непростая задача выделить из сотни событий, которые происходят в Москве и регионах, те, которые будут наиболее интересны зарубежному зрителю. Журналисты Отдела должны действовать соответствующими методами, с учетом их требований к материалу, с учетом их традиций и практики. При выборе темы

важен информационный повод – событие, дата, годовщина и т. д. Надо исходить из того, чтобы для иностранного зрителя это событие, дата, годовщина и т.д. тоже представляли интерес, что они важны не только для нас. Вместе с тем не следует бояться повторения каких-то уже известных фактов. Главное, чтобы подать их свежо, привлекательно и броско. Необходимо не навязывать выводов, а убеждать подбором интересных фактов и аргументов. Навязывание выводов, а журналисты, к сожалению, часто грешат этим недостатком, означает лобовую пропаганду, следовательно, неубедительную и неумную.

Важный прием, который все больше становится популярным в программе Entertainment, так называемый «Human Touch», т. е. подача материала «через человека», «героя», его проблемы и жизненные ситуации, его мысли и эмоции. Это создает эффект присутствия; используются детали, подтверждающие достоверность сказанного, нередко – описание одежды, внешности и т.п.; характерны также раскованность изложения, броские сравнения, иронические замечания, даже каламбуры. То есть – и стиль, и метод, и содержание. Все это можно условно определить как «человеческий фактор».

Еще одна важная особенность создания программы заключается в детальном разъяснении некоторых национальных культурных особенностей. В том числе – упоминании деятелей культуры. Например, если журналист, который готовит материал для российского зрителя, в своем репортаже может упомянуть известного российского актера или режиссера, при этом, будучи абсолютно уверенным, что практически вся аудитория знает о ком идет речь, журналист, который работает для зарубежной аудитории, должен понимать, что этого героя знают далеко не все. В этом случае нужно уточнить, чем же он известен в России и почему журналист упоминает его имя в репортаже.

В своей работе RT ставит цель – добиться доверия зрителей, а главное – сохранить это доверие, тем более, если речь идет о новостях. Зритель

должен быть уверенным, что увидит обоснованный, корректный, необычный репортаж о том, что ему интересно, с разными мнениями и героями.

В *заклучении* формулируются основные выводы.

Библиография насчитывает около 170 источников.

По теме работы опубликованы следующие работы:

1. Мириманов Д.А. СМИ в условиях демократического управления // Телерадиовещание. Информационно-аналитический бюллетень ОАО ВНИИТР. 2005. №3. С.8-9. 0,5 п.л.
2. Мириманов Д.А. Теленовости телеканала «Культура» // Проблемы профессионализма современных СМИ. Материалы научных чтений к 35-летию ИПК работников ТВ и РВ. Ч.2. М. 2005. С. 98-102. 0,3 п.л.
3. Мириманов Д.А. Изъяны свободы //СМИ в условиях современной российской демократии. Материалы научно-практической конференции. М., 2005. С. 46-50. 0,25 п.л.
4. Мириманов Д.А. Культурная тематика в информационных программах для зарубежной аудитории (по материалам телеканала Russia Today). М. ИПК Работников ТВ и РВ, 2008. 80 с. 3,5 п.л.
5. **Мириманов Д.А. Создание информационных программ культурной тематики для зарубежной аудитории на примере круглосуточного англоязычного телеканала Russia Today // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2008. №1. С. 83-89. 0,7 п.л.**
6. **Мириманов Д.А., Тупицина И.Н. Социокультурная миссия телеканала «Russia Today» //Ученые записки Российского государственного социологического университета. 2008. №2. С. 85-92. 1 п.л.**

Общий объем публикаций 6,25 печатных листа.

Подписано к печати 20 октября 2008 г.

Формат 60x84 1/16. Объем 1, 1 п.л. Тираж 100 экз.

Заказ № 37 РИО ИПК