



УДК 070:654.197
ББК 76.032.5

ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭТНИЧЕСКОГО МЕДИАКОНТЕНТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «ВОЛГОГРАД 1»)

Ксения Николаевна Бедросьян

Аспирант кафедры русской филологии и журналистики,
Волгоградский государственный университет
iryas@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматриваются особенности освещения этнической тематики в контенте регионального телеканала «Волгоград 1». На примере выпусков программы «Южные ворота» установлены круг актуальных тем и жанровое своеобразие, методы раскрытия портрета народа и способы коммуникации, используемые журналистом. В настоящей работе выявлена важность этнологической культура журналиста, который является персонифицированной фигурой этнического материала. Кроме того, выдвинута гипотеза о степени влияния данной программы на процесс межкультурной коммуникации и формирование межкультурного пространства в волгоградском регионе.

Ключевые слова: этнос, народ, культура, межэтническая журналистика, этническая тематика, межкультурная коммуникация.

Для Волгоградского региона особенно актуальна этническая тематика в связи с его многонациональным составом. В Волгоградской области проживает около 200 различных национальностей. Кроме того, в 2022 г. в связи с внешнеполитическими событиями значительно увеличилось число мигрантов, прибывающих в регион.

Многонациональность состава населения часто приводит к сложным социальным ситуациям, например, непониманию между различными этническими группами или конфликтам на межэтнической почве. Во избежание межэтнических конфликтов необходимо учитывать интересы этнических групп в социальном пространстве, транслировать в социум информацию об особенностях культуры и образе жизни различных народов. Возникает потребность в создании платформ для организации межкультурного

диалога и налаживания взаимопонимания между представителями этнических сообществ. При этом конструктивный диалог не может осуществляться без участия СМИ. Именно региональные издания в силах повлиять на качество межкультурного пространства и сформировать толерантное или интолерантное отношение к представителям той или иной культуры.

Межэтническая журналистика – это журналистика, которая характеризует процессы, происходящие как внутри различных этносов, так и в окружающем их пространстве. По мнению Н. Кондаковой, она должна способствовать формированию платформы для межкультурной коммуникации и транслировать в социум: терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, традициям; понимание социальной значимости культурного обмена и взаимного культурного обогащения; навы-

ки конструктивного межкультурного диалога; глубокие знания и уважение к предмету публикации [3, с. 120].

При анализе программы с этнической тематикой нельзя не отметить и то, что одной из специфических черт телевидения является персонификация. Постоянный ведущий телепередачи с этническим наполнением, спикеры, которые являются представителями той или иной национальности, – это носители персонифицированной информации. Все они несут с экрана (помимо «прикладной» информации по теме данного сюжета) еще и нечто большее: сообщают о настроении народа, о его духовном облике.

Журналист выступает в качестве субъекта осмысления действительности, придает этой действительности определенную форму. В программе с этнической тематикой ведущий – конкретный человек, который воспринимается как лидер мнений, наиболее достоверный источник информации. Поэтому журналист, говорящий на телеэкране о таком важном понятии, как культура, должен сам быть носителем определенных культурных ценностей, в том числе и национальных. Журналист должен быть человеком образованным, иметь широкий кругозор в различных сферах. Материал с этнической тематикой должен подаваться наиболее точно, чтобы не возникло разночтений, максимально просто и понятно для любой аудитории. При этом журналист должен помнить, что он, создавая свой материал, должен выполнять не только информационную функцию, но и образовательную, интегративную, культурно-просветительскую.

Исследователи, говоря о качествах журналиста, который освещает этническую тематику, используют термины «межкультурная компетенция» [4, с. 254] и «этнологическая культура журналиста», «этнологическая квалификация» [2, с. 302–307]. Под этими терминами понимается определенный уровень профессиональной квалификации, который предполагает:

- наличие устойчивой системы представлений о мире этнических взаимодействий и закономерностях его развития и функционирования;

- склонность к исследовательской работе, потребность в познании истины, уме-

ние журналиста мыслить, анализировать, сравнивать, предполагать последовательность своих действий, умение верифицировать информацию;

- четкую гражданскую позицию, ответственность перед аудиторией, устойчивую систему ценностей, главная из которых – истина.

- умение прогнозировать развитие национальных отношений и обосновывать свои прогнозы;

- коммуникативную и социальную компетенции, общие и конкретные знания о ситуации общения и процессе межкультурной коммуникации, знание социальных и культурных норм.

Таким образом, тележурналист, обладающий вышеперечисленными навыками, знаниями и компетенциями, создавая материал с этнической тематикой, сможет донести до аудитории информацию о культуре межнациональных отношений. Журналист будет способствовать формированию правильного отношения к традициям, культуре разных народов и миру в целом. Таким образом телевидение влияет на нравственную составляющую общества, сознание и поведение массовой аудитории.

Выбранный для анализа телеканал «Волгоград 1» является первым круглосуточным региональным телеканалом, который начал свое вещание с 12 августа 2013 г. в кабельных сетях Волгоградской области. Основу контента телеканала составляют различные события, происходящие в Волгограде и Волгоградском регионе. Ежедневная потенциальная аудитория телеканала – 50 000 человек.

Проведенный контент-анализ телеканала показал, что этническая тематика на телеканале «Волгоград 1» не является приоритетной информационной нишей и демонстрируется только в 4 программах (22 %) из 18 программ. В передачах с этнической тематикой освещаются следующие темы: информация о культурных межнациональных мероприятиях, проходящих в регионе; особенностях, традициях, культуре народов, проживающих в волгоградском регионе. Остальные передачи (78 %) носят информационный, информационно-аналитический и развлекательный характер.

Однако, несмотря на процентное соотношение, представленный этнический контент выполнен качественно. Яркий пример программы с этнической тематикой в сетке вещания телеканала «Волгоград 1» – «Южные ворота», она освещает особенности районов Волгоградской области, их достопримечательности, быт и культуру местных жителей. Программа выходит в эфир с периодичностью два раза в месяц. Длительность одного выпуска составляет от 20 до 50 минут.

Жанровая принадлежность программы была определена нами как очерк с элементами интервью. Так, предметом отображения является какой-либо район Волгоградской области с его достопримечательностями, местными жителями, их культурой и традициями. Композиция программы зависит от авторской задумки. Ведущая использует в программе в целом и применительно к описанию народа множество художественно-образительных и выразительных средств. Также происходит интеграция жанра интервью и жанра очерка, так как журналист общается с представителями народа и района с целью получения значимой для выпуска информации, раскрывающей портрет народа и описывающей населенный пункт в целом.

Журналист выступает в роли включенного наблюдателя, так как в процессе задает интересующие его вопросы и комментирует происходящее. Для создания портрета народа журналист использует следующие методы:

– метод интервью. Ведущая общается с представителями народа или с сотрудниками учреждений культуры, которые могут рассказать интересную для раскрытия темы информацию. Так, например, в выпуске про Дубовский район для раскрытия портрета турецкого народа, издавна проживающего на данной территории, ведущая берет интервью у Камала Юсупова, жителя поселка Горная Пролейка и руководителя турецкого инструментального ансамбля. В Выпуске о Старополтавском районе для подробного рассказа о проживающих здесь украинцах, журналист берет комментарии у представителей народного ансамбля «Харьковчанка». В выпуске о Камышинском районе в рассказе о немцах Поволжья принимают участие сотрудники

природного парка «Щербаковский», а также родственники проживавших на этой территории немцев;

– метод наблюдения. Журналист часто наблюдает за поведением представителей различных народов: за столом, при исполнении народных песен, при демонстрации убранства комнат и т. д., не вмешиваясь в процесс. Это позволяет показать обычаи, традиции, характер того или иного народа таким, каков он есть на самом деле, подметить уникальные детали в манерах, поведении и речи;

– метод изучения документов. В проанализированных выпусках часто демонстрировались старинные фотографии, на которых были изображены костюмы различных народов, военная форма донских казаков, жилые дома, убранство комнат, а также использовались карты, которые позволяли отследить переселение народов в разные годы;

– метод эксперимента. Журналист примеряет национальные наряды, изучает некоторые слова из языка народа, использует диалект, пробует блюда национальной кухни и др. Данный метод значительно оживляет общее настроение сюжета и позволяет зрителю на примере журналиста убедиться, насколько интересно «прикоснуться» к «чужой» культуре.

Что же касается общения журналиста со спикерами, а также опосредованно общения с телевизионной аудиторией, то автор использует как вербальные, так и невербальные формы коммуникации. Среди вербальных отметим следующие:

– эпитеты: «уникальный диалект», «душевные и гостеприимные люди», «богатый местный фольклор». Эпитеты позволяют выразить журналисту свою оценку и ярко описать национальные особенности;

– аллегории: «не просто ансамбль, а настоящий хранитель местного фольклора»; «ансамбль – хранитель казачьей культуры». Данное средство позволяет вспомнить устоявшуюся в обществе характеристику народа или национального явления или сформулировать новую характеристику;

– образные выражения: «остался жить в этих местах богатый местный фольклор, который веками передается из уст в уста»; «фольклор живет все реже в народе и все чаще на сцене». Образные выражения позволяют

донести до аудитории наиболее характерные качества какого-либо объекта или территории, а также выразить эмоции журналиста;

– сравнения: «как своего рода пазл, собралась из нескольких культур казачья». Сравнения позволяют вызывать ассоциации у зрителей и закрепить их в памяти;

– ряды однородных членов: «храбрые, отважные казаки», «самобытный фольклор, необычные традиции, душевные люди». Данное средство позволяет дать наиболее подробную характеристику народу или населенному пункту;

– номинации на национальных языках или диалектные слова: «седайте – садитесь», «калякать – говорить», «чоботы – сапоги», «дробына – лестница», «гудзаки – пуговицы». Использование родного языка народа позволяет погрузить аудиторию в его культуру;

– восклицательные предложения: «посмотрите на эти горящие глаза!». Они выражают отношения журналиста к происходящему и помогают передать настроение зрителю.

Среди невербальных средств используются мимика. Как правило, это улыбка, создающая общее настроение программы, или мимика удивления, когда журналист выражает интерес к какому-либо национальному явлению.

Отметим, что чем больше разнообразных вербальных и невербальных форм используется, тем живее, динамичнее, интереснее для аудитории программа. Кроме того, все эти средства помогают журналисту донести до аудитории самые главные отличительные особенности, яркие детали той или иной национальности, а также выразить свои эмоции и оценку.

Дополняет содержание программы качественный разнообразный видеоряд. Так, используется множество планов: общие, средние, крупные, что позволяет, например, детально показать костюмы, предметы интерьера и т. д. Часто используются «лайфы», как правило, с исполнением народных песен или национальной речью. Кроме того, применяются интересные ракурсы съемки, а также современные методы съемки: видео с дрона и съемка на фронтальную камеру самим журналистом. Видеоряд позволяет красочно продемонстрировать то, о чем рассказывает жур-

налист, заинтересовать зрителя, привлечь его внимание.

На основании вышеизложенного можно сказать, что задача программы – рассказать об особенностях, достопримечательностях и жителях каждого района Волгоградской области. Сверхзадачей является раскрытие культурного и туристического потенциала Волгоградской области для жителей и гостей региона через создание цикла передач о достопримечательностях, природе и народах этого края. Так происходит налаживание межкультурных связей и формирование толерантного отношения к различным народам.

Нельзя не отметить, что программа «Южные ворота» в 2022 г. стала победителем в конкурсе Президентского фонда культурных инициатив по тематическому направлению «Место силы. Малая родина. Региональная история. Локальная идентичность». Программа была заявлена как «видеоэнциклопедия» Волгоградской области, рассказывающая о культуре и красоте глубинки, природе, традициях, уникальном быте населенных пунктов нашего региона – обо всем том, что может стать источником вдохновения для тех, кто увидит программы проекта. Авторы идеи получили для дальнейшей реализации проекта грантовую поддержку, что является подтверждением высокого уровня телевизионной программы «Южные ворота» и демонстрирует федеральную поддержку развития проектов СМИ с этнической тематикой.

Проведенный анализ программы «Южные ворота» позволяет сделать вывод о том, что благодаря своей жанровой форме, методам работы журналиста, качественному видеоряду данная передача выполняет основную цель межэтнической журналистики, так как транслируют качественную этническую информацию. Кроме того, программа обеспечивает сохранение национальной идентичности, так как в каждом выпуске делается акцент на особенности каждой культуры, на ее отличия от других культур.

Можно выдвинуть гипотезу о том, что, выступая в межкультурной коммуникации в роли сообщения, программа «Южные ворота» будет способствовать поддержанию здорового и толерантного отношения в регионе к определенным этническим группам и налажи-

ванию межэтнических контактов, создавая положительный образ районов Волгоградской области и привлекая туристов в наш регион [1, с. 208–213].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бедросьян, К. Н. К вопросу о влиянии этнической тематики в СМИ на процесс межкультурной коммуникации (на примере федерального и регионального телеканалов) / К. Н. Бедросьян // Материалы научной сессии. Лингвистика и меж-

культурная коммуникация. Филология и журналистика. – Волгоград, 2020. – С. 208–213.

2. Блохин, И. Н. Этнологическая культура журналиста / И. Н. Блохин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Журналистика. – 2008. – № 2, Ч. 2. – С. 302–307.

3. Кондакова, Н. Разноязычная пресса России / Н. Кондакова // Пресса и этническая толерантность: пособие для журналистов. – М. : Слово, 2005. – 120 с.

4. Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособие / А. П. Садохин. – М. : КНОРУС, 2014. – 254 с.

FORMS OF REPRESENTATION OF ETHNIC MEDIA CONTENT ON REGIONAL TELEVISION (ON THE EXAMPLE OF TV CHANNEL “VOLGOGRAD 1”)

Ksenia N. Bedrosyan

Postgraduate Student, Department of Russian Philology and Journalism,
Volgograd State University
iryas@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article discusses the features of coverage of ethnic themes in the content of the regional TV channel “Volgograd 1”. On the example of the releases of the program “Yuzhnyye vorota”, a range of topical topics and genre originality, methods of revealing the portrait of the people and methods of communication used by the journalist are established. In this work, the importance of the ethnological culture of a journalist, which is a personified figure of ethnic material, is revealed. In addition, a hypothesis was put forward about the degree of influence of this program on the process of intercultural communication and the formation of intercultural space in the Volgograd region.

Key words: ethnos, nationality, culture, interethnic journalism, ethnic themes, intercultural communication.