

УДК 654.197

DOI:10.37279/2413-1679-2020-6-1-211-232

ЭНДЕМИЧНЫЕ ГЕРОИ КРЫМСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ЭФИРА (НА ПРИМЕРЕ «ВЕСТИ. КРЫМ»)

Громова Е. Б.

Филиал МГУ им. М.В. Ломоносова в г. Севастополе,
г. Севастополь, Россия
E-mail: katya-64@inbox.ru

В статье анализируется спектр героев в выпусках новостей «Вести. Крым» телерадиокомпании «Таврида». Автор определяет степень эндемичности и нестандартности героев, квалифицирует их по роду занятий и политической позиции. В статье анализируется также эмоциональный фон сюжетов, как поле, на котором действуют герои и основные идеологемы, сопровождающие их представление. Глубокое и системное исследование героев информационных сюжетов, как одного из аспектов персонификации регионального новостного контента, поможет выработке рекомендаций для оптимизации и эффективного функционирования региональной новостной телевизионной программы.
Ключевые слова: инфотейнмент, медиагерой; портрет современника; антропоцентризм; сторителлинг, крымский региональный эфир, идеологема.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы заключается в научно-практической необходимости исследования особенностей современного телевизионного новостного контента в информационном пространстве Республики Крым, определении и систематизации эндемичных и доминантных типов героев сюжетов, особенностей и трендов в показе людей в информационных региональных программах, что до сих пор не нашло всестороннего изучения и анализа в научных работах. Глубокое и системное исследование героев информационных сюжетов, как одного из аспектов персонификации регионального новостного контента, поможет выработке рекомендаций для оптимизации и эффективного функционирования региональной новостной телевизионной программы.

Несмотря на достаточно убедительную представленность темы концептуального обоснования функций регионального и местного телевидения в работах исследователей (Э. Г. Багиров, Г. Ю. Богданович, А. В. Вырковский, А. П. Данилов,

Ю. М. Ершов, Ю. А. Жуков, С. Н. Ильченко, М. А. Мясникова, Е. Ф. Тихонова, Г. Г. Щепилова), защищенных диссертаций по проблемам и вызовам регионального и местного эфира, тема героя новостных телевизионных программ пока еще не нашла системного отражения в научной литературе. Спустя пять лет после воссоединения Крыма с Россией, доминирующие типологические характеристики героев информационных сюжетов представлены недостаточно. Исследователи не обращались к теме самопрезентации крымчан через региональный телевизионный эфир. А между тем, герой, выводимый журналистами на экран в новостях, играет ведущую роль в формировании доверия между аудиторией и СМИ. Автор считает уместным использование термина «эндемик» для обозначения людей, чья жизнь, деятельность, судьба связаны с анализируемым регионом, а еще чаще – только с ним. При появлении этих героев в эфире других регионов, они могут не вызвать такого интереса, как в Крыму, поскольку отражают именно крымскую идентичность, местные связи и стереотипы.

Понятийный аппарат работы находится на стыке геополитики, регионалистики, коммуникативистики и теории журналистики, хотя по многим позициям категории этих областей знаний не совпадают. Можно с уверенностью говорить о существовании особенностей крымской региональной коммуникации, определенных чертах и признаках, которые проявляются достаточно зримо во время сбора информации для сюжетов, проведения съемок, монтажа сюжетов и получения обратной связи.

В Крыму после 2014 внимание государства и республиканской власти к региональному телевидению скорее чрезмерное, чем недостаточное. После 2014 года произошло масштабное техническое переоснащение телевизионных каналов АНО ТРК «КРЫМ» (телеканалы «Крым 24» и «Первый Крымский»), а также создан и оснащен телеканал «Миллет» (крымско-татарский республиканский телерадиоканал). Каналы существуют за счет денег из государственного и республиканского бюджетов. На их фоне сегодня в Крыму очень слабо выглядят частные каналы, которые остались без поддержки государства как инвестора и без инвестиций крупного частного бизнеса (например, ИТВ). Они не получают грантов

и иного, помимо рекламных заработков, финансирования. Некоторые были вынуждены закрыться (например, FM). 23 июля 2018 в Крыму впервые вышла в эфир телерадиокомпания- ТРК «Таврида» с главным информационным продуктом «Вести. Крым», это «дочка» телеканала «Россия1», с юридической «пропиской» в филиале АО «ТРК- 3». В Севастополе годом раньше, 17 июля 2017 года, стал вещать ее региональный аналог «Вести. Севастополь» (ТРК «Севастополь»). Новости этих двух компаний выходят четыре раза в день региональными врезками в федеральные информационные выпуски на телеканале «Россия 1», а по воскресеньям транслируется итоговый выпуск. Именно таким образом региональные новости «Вести. Крым» и «Вести. Севастополь» встроены в систему ВГТРК. После года руководства телерадиокомпанией «Таврида» Н. Долгачевым ее возглавил директор ТРК «Севастополь» А. Минаков, которому, по всей видимости, предстоит решить проблему кадровой оптимизации и качественной трансформации новостей ТРК «Таврида».

Новости, на наш взгляд, формируют не портреты, не имидж, а образы героев. Разумеется, при строгом лимите времени в информационном сюжете качественный портрет героя сюжета создать достаточно трудно, и в логике подачи теленовостей это делать, наверное, не нужно. Ученые четко разделяют понятия портрет, имидж и медиаобраз в современных СМИ [7]. Имидж изначально имеет оттенок преднамеренности, чем кардинально отличается от образа и, тем более, портрета. Медиаобраз какого-либо лица, объекта, вбирая в себя всю совокупность существующих стереотипов и имиджей, является «наиболее сложным, универсальным и социализированным конструктом. В профессиональном тезаурусе начал закрепляться термин «медиагерой» в значении «герой в зеркале СМИ», но часто под «медиагероем» имеют ввиду и героев из романов и телевизионных сериалов. Е. Зеленина считает, что для журналистики все же «портрет», несмотря на его «усеченность» и «скорострельность» в изготовлении, остается наиболее подходящим термином, особенно для изображения героя современности[4]. Мы же уверены, что понятие «образ» более подходит к получаемому на экране результату. Во-первых, потому, что журналисты новостей, как правило, не ставят себе прямой

цели создать портрет; во-вторых, используют для создания сюжета в формате «сторителлинга» только те качества героя и события из его жизни, которые нужны ситуативно. В новостях журналисты создают медиаобраз героя, используя при этом в формате «сторителлинга» жанр «оперативного портрета» или «репортажного портрета».

Объект исследования: информационные выпуски «Вести. Крым» (ТРК «Таврида»). *Предмет:* телегерои информационных выпусков. *Гипотеза исследования:* при выборе журналистами и продюсерами новостных телевизионных программ эндемичных, нестандартных, и вместе с тем реальных (не вымышленных) героев можно достичь высокого уровня доверия к новостным программам государственных региональных СМИ.

Цель исследования: выявление эндемичных типов героев новостных сюжетов регионального телевизионного эфира. *Задачи исследования:* типологизация героев-эндемиков в крымском региональном телеэфире; выявление специфики использования информационных жанров и выразительных средств при показе героев крымского регионального телеэфира; систематизация приемов создания образа героя в региональных крымских новостях.

Методологию исследования составили методы критического анализа, систематизации, обобщения, контент-анализа. Базовая единица анализа – антропоцентричный сюжет (т.е. информационный сюжет, сделанный на основе человеческой истории, с участием конкретного героя). В основе статьи – анализ контента новостных телевизионных программ, которые выходили в эфир с 01.07.2019 по 01.08.2019 (в общей сложности 27 выпусков с оригинальным контентом). В этот период шло развернутое посюжетное «сканирование» новостей. Конечной практической задачей исследования, проводимого в рамках работы, является выработка рекомендаций для регионального вещания с целью внедрения эффективных техник создания новостного видеоконтента, интересного аудитории, составленных с учетом запроса крымского общества на образ экранного героя.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Важное условие успешной коммуникации в региональном телеэфире – это сами ньюсмейкеры, герои сюжетов и нарратив - истории о них. Герои должны быть также эндемичны, как и события, о которых рассказывает программа. Зрителю интересен региональный эфир в том числе и потому, что он хочет видеть в программах не только подтверждение общего, но и отражение особенного, т.е. тех специфических черт, героев, событий, который свойственны процессу жизни на его территории и делает эту жизнь особенной. Благодаря историям, положенным в основу информационных сюжетов, региональные новости становятся все более антропоцентричными, (под антропоцентризмом понимаем сосредоточие на проблематике человека). Исследователь М. М. Янглева считает, что часто происходит подмена настоящего героя рекламным, и победителем в конкурентной борьбе за зрителя оказывается не «гений места», т.е. герой, который отличается «высоким социальным качеством», а продукт наиболее эффективной рекламной или пиар кампании [8]. К этому давно привыкли крымские зрители в исполнении местных государственных каналов «Первый Крымский», «Крым24», «Миллет», существование которых во многом зависит от крымской власти. Поэтому им хотелось бы увидеть совсем другого героя в более независимой программе «Вести. Крым».

Одним из главных приемов создания образа героя в региональных новостях становится сторителлинг. «Полтонны мусора за час (!) поднимают спортсмены–любители со дна моря» - сообщает автор сюжета в выпуске от 03.06.2019 (1). «Все происходит на глазах у отдыхающих, кто-то благодарит, а кто-то пытается помочь», - добавляет журналист. В другом сюжете этого же выпуска спортсмены переплывают Керченский пролив. Среди них Брайни Фэни, 62 года, которая прилетела из Лондона, чтобы принять участие в заплыве. Один из пловцов говорит: «Это для меня возможность соединить берега, такие важные для всей страны». Образы экранных

героев совпадают с основными моделями крымской идентичности. Вряд ли на экране новостей возможно появление человека, не поддержавшего Крымскую весну и те реформы, которые проводятся с 2014 года. Не станет героем и тот, кому безразлична крымская природа, ее экология и красота. «Маленькой Елизавете только три дня, через два дня ее выпишут из роддома, и ей предстоит увидеть, как красив Крым», - говорит корреспондент Э. Здоров в родовой палате, а затем рассказывает о полуострове как центре детства (2). Герои многочисленных сюжетов о форумах, конференциях, съездах, которые проводятся в Крыму, – молодые люди с творческим потенциалом, их вдохновляют пейзажи и события. «В такой момент, – говорит о форуме «Таврида» его участница, – ты знакомишься с самим собой» (3).

«Умение выводить на уровень медиаперсон рядовых граждан» [4], на наш взгляд, обязательное условие создания образа современника в региональном эфире. Зритель видит, что новостную повестку дня делают простые люди, такие же, как и он сам. Поэтому, одна из лучших «антропоцентричных» тем в новостном выпуске - о значении личности, простого человека в истории. В Артеке вспоминают Саманту Смит - девочку, которой удалось растопить лед между Россией и США в эпоху холодной войны. Детская дипломатия оказалась эффективнее любой другой. За путешествие Саманты в Артек по приглашению Ю. Андропова следил весь мир. В сюжете интервью с артековцами эпохи «первой» холодной войны, и с иностранными журналистами. Журналисты – гости Артека – подчеркивали, что сейчас не хватает именно такой Саманты Смит в отношениях между Россией и США (4).

В каждом сюжете содержится история от героя и о герое. Мы можем назвать «Вести. Крым» антропоцентричной программой, которая закрепляет в традициях новостного регионального вещания практику портретного репортажа. Обычно такой репортаж ставит целью изображение личности героя в проблемной ситуации. Е. В. Зеленина и Т. Ю. Порецкая отмечали особенности, отличающие российское ценностно-смысловое поле: глубокую разработку в национальной аксиосфере таких концептов, как «душа», «душевность», «совесть», «судьба», высокую ценность внутренней духовной жизни человека и т.д. [4].

Что же входит в аксиологическую матрицу героев новостных сюжетов «Вести. Крым»? И кто они такие?

Андрей Ткачук, аграрий из Советского района, вывел свою формулу успеха - «знание и любовь к своему делу», герой «привязан» к прогнозу погоды на лето, он и появляется в сюжете потому, что интервью с ним предшествовало сообщение об аномальной жаре в Крыму. Если будет влага, уверен А. Ткачук, то его хозяйство получит больше 40 ц с га, если нет – меньше. Мы видим Александра Хрычова – участника конкурса дояров, у которого свое поголовье скота и каждая корова – с характером (5). Цель конкурса - популяризация профессии дояра. К сожалению, увлекшись самим процессом конкурса - сборка доильного аппарата, компьютерное доение и т.д.- корреспондент не называет победителя - специалиста, который будет представлять Крым в Башкортостане, на всероссийском Чемпионате. И это выдает отношение автора к аграрной теме, как, в некоторой степени, теме экзотической. Хотя нельзя сказать, что аграрная проблематика представлена неактивно в «Вести. Крым». Герои сюжетов - виноградари и виноделы, хлеборобы, фермеры–животноводы, тепличники - встречаются почти в каждом выпуске. Программист, который создал цифрового помощника, распознающего любой голос - Дмитрий Савченко из Симферополя - «большую часть времени проводит в виртуальном мире, чтобы изменить реальный». Молодой курсант руку и сердце своей возлюбленной перед несколькими сотнями танцоров «Офицерского бала» (6).

Однако, к сожалению, именно вечный крымский праздник делает этих людей героями эфира. Так, например, рыбаки, трюмы корабля которых забиты рапаной, а также их портовый лоцман, появляются в выпуске не потому, что журналиста интересует их ежедневный труд, просто город отмечает День рыбака (7).

Герой эфира «Вести. Крым» спортивен и патриотично настроен, поэтому он и бежит «тропами памяти», - так называется марафон в горах на Южном берегу Крыма. Участники соревнований – не только местные жители, которые пришли на старт семьями, но и туристы из других городов России. Все они посчитали нужным примкнуть к горному марафону, организованному в честь 75 годовщины освобождения Крыма (8). Жанр материала можно определить как «оперативный

портрет», он основан на рассказе о поступке героя. Еще один жанр, который используют «Вести. Крым», – портретная зарисовка, где помимо героя важна сама ситуация и другие люди, которые оказались рядом. И, непосредственно, сам репортаж является успешным жанром для раскрытия героя, а, точнее, профессионально подготовленный репортаж обязательно «продвигает» героя с его личной историей, даже если в сюжете говорится о больших, массовых и чрезвычайно важных событиях.

Но если с героями все более-менее понятно, то кто такой антигерой в новостных программах? С антигероем связаны антиценности и образ антигероя в новостных сюжетах почти не прописан в научной литературе. Есть некоторые наброски и общие подходы у Л. Г. Свитич, Е. В. Зелениной, Г. В. Лазутиной. Общее в этих работах – представление антигероя как ложного героя дня, аксиологического конфуза, который порождает медиа в головах людей. Нет отдельных исследований образов антигероев в региональных СМИ. Мы также не нашли убедительного портрета антигероя в региональных новостях, кроме нескольких упоминаний о террористах, членах запрещенных религиозных организаций, пьяных водителях и строителях-бездельниках. Но почти всегда антигерои оставались безмолвными. И это отличает «Вести. Крым» от федеральных информационных программ. Антигерой здесь если и показывается, то «издали», совсем не крупным планом, либо слово дается его представителям, сам он становится «героем» очень редко. Антигероя, как правило, не описывают и не «препарируют», его только упоминают. Например, в период с 1.07.2019 по 1.08.2019 в выпусках «Вести. Крым» антигероями, к которым «не приближались», но о которых с осуждением упоминали за кадром или в интервью с экспертами, были: мошенник, который подделывал документы (не показан), браконьеры, которые занимаются нелегальным выловом мидии (не показаны), подозреваемый в убийстве (не показан), наркоман на мопеде (не показан), члены запрещенных мусульманских движений (не показаны), украинский генерал (процитирован), строитель модульного детского сада, который не может договориться с жильцами (показан, проинтервьюирован), нарушители закона по использованию транспорта на воде (показаны без интервью), нерадивые строители

жилия в п. Черноморское (показаны без интервью), строитель мемориала памяти (показан, проинтервьюирован), фотографы-живодеры (показаны, голоса за кадром). Очень часто за антигероев интервью дают представители силовых структур. Новости тиражируют стереотипные представления об отрицательном герое, предполагающие немедленное разделение социума по отношению к нему на своих и чужих. Очевидно то, что тексты об антигероях содержат средний и высокий уровень манипулятивности.

Какой же преобладающий психотип медиагероя мы видим на крымском региональном экране в исполнении «Вести. Крым»? Это герой в процессе преодоления трудностей (в идеальном варианте) или подачи «заявки» на свершение чего-либо полезного для общества. Он произносит интенции о том, что трудности обязательно преодолест. Герой может также находиться на вершине успеха.

Вот как выглядит статистика героев по профессиональному признаку в сканируемом нами промежутке времени с 1.07.2019 по 1.08.2019 (для анализа мы брали только «антропоцентричные» сюжеты, содержащие небольшую историю конкретного человека): так в течение месяца героями сюжетов «Вести Крым» стали строители – 6 сюжетов, ученые – 8, специалисты в области культуры – 14, герои «Крымской весны» – 0. Достаточно необычно, но уже очевидно для Крыма, что ореол героизма участников «крымской весны» сменился престижем успешного фермерства, предпринимательства, волонтерства. Так, например, о героях «крымской весны» – ополченцах, казаках, «вежливых людях» журналисты вспоминали в последний раз разве что в канун 5-летия Крымской весны в выпуске от 17.03.2019 (9). В связи с датой на экране появился традиционный набор действующих лиц крымского юбилейного сюжета. Вспоминали, «как это было», руководители республики В. Константинов и В. Аксенов. Конечно, на экране были и «простые люди»: например, симферополец Александр Коновалов, который сделал открытки о воссоединении Крыма с Россией. «Первый юбилей после долгих и изнурительных украинских будней», – звучит закадровый оценочный текст. Показан Женя – уже большой мальчик, «прототип» памятника, – именно ему сделал «вежливый человек» предложение погладить кота. Правда, скульптор вместо Жени все же изобразил в

бронзе девочку. В юбилейном сюжете показан полуостров, как рекорсмен по количеству желающих вступить в юнармию, в кадре - присяга юнармейцев. Пожилые женщины благодарят: «Спасибо Путину, Кадырову» (10).

Итак, в период мониторинга (1.07.2019 – 31.08.2019), в числе героев выпуска новостей были «чиновники на работе» – 7, военные, спасатели, силовики - 22, политики - 8, производственники - 1, аграрии (в том числе рыбаки) – 17, представители бюджетной сферы (врачи учителя, соработники) – 3, студенты - 4, школьники – 2, спортсмены - 13, просто люди (сюжеты о «повседневной жизни», «вишенка на торте») - 17, дети – 7, антигерои – 13. Таким образом, ярче всех в новостях «Вести. Крым» представлены военные, спасатели и др. (силовой блок), на втором месте – аграрии и просто люди – герои из будничной жизни, а на третьем - специалисты в области культуры. Наименьшая представленность – у производственников, школьников и служащих различных областей бюджетной сферы.

В самом «романтичном» ключе «Вести. Крым» рассказывают о строителях. Например, сюжет о строителях крымского моста в выпуске от 19.03.2019 (11). Закадровый текст изобилует эвфемизмами и патетикой, это напоминает дискурс времени строительства БАМа и освоения целины: «руки рабочих создают новую историю», «стройка века запомнится надолго», «автодорожная часть бьет все рекорды», «мост достойно пережил первую зиму - благодаря ему Крым действительно воссоединился с Россией», «здесь трудились специалисты со всей России». В интервью с Дмитрием Кондаковым, заместителем Директора компании – генерального подрядчика на строительстве моста - ставится акцент на надежную систему безопасности: «сотни камер следят за состоянием моста». «О мосте говорится как о народном достоянии, про его белоснежные арки сочиняют поэмы, в его честь делают вино», – подчеркивает журналист. Свою очередную минуту славы всякий раз при обращении к крымскому мосту получает и «главный начальник» – Кот Мостик, который следит за ходом стройки, он – «ровесник моста и холостяк».

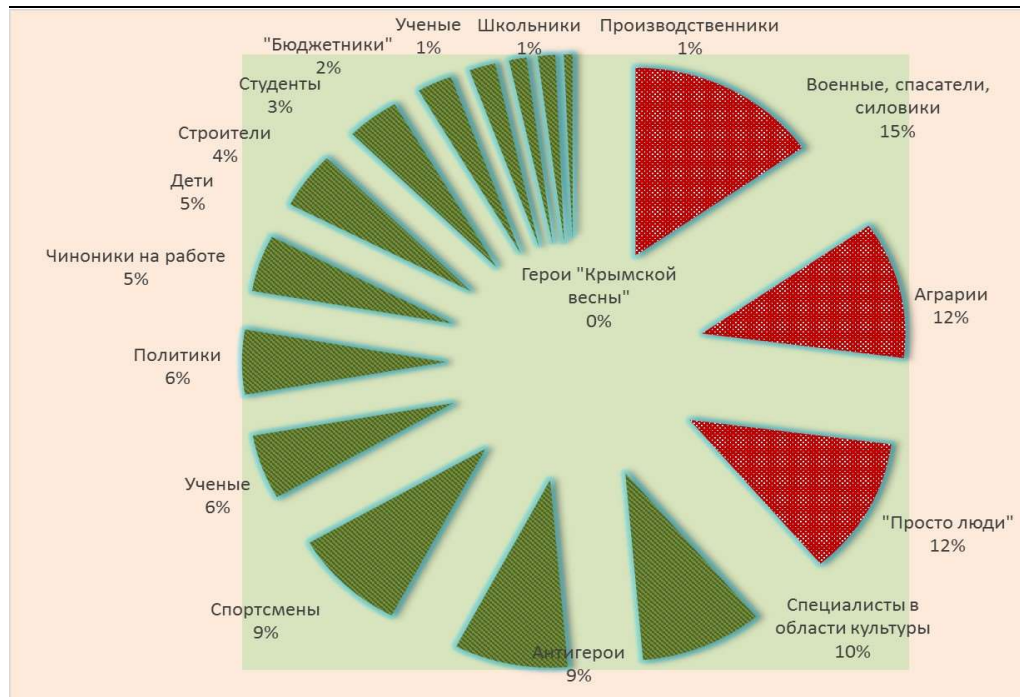


Рис. 1. Эфирный мониторинг героев в сюжетах выпусков «Вести. Крым» 01.07.2019 – 31.07.2019

Среди героев сюжетов есть настоящие бренды, к которым «Вести. Крым» возвращаются часто, при первой же возможности. И по этой причине из эндемичных и нестандартных, они становятся стандартными. Например, это бывший прокурор РК, а теперь Депутат Государственной Думы России Наталья Поклонская (12). В интервью-осмыслении собственной роли в событиях крымской весны, Наталья Поклонская – настоящая героиня, всегда готова «взять автомат и пойти защищать крымскую границу». Поклонская предпочитает обтекаемые выражения, например, об экологической катастрофе в Армянске: «Чтобы не запускать панику, говорят, что все хорошо в Армянске, на самом деле, не все хорошо. Пусть чиновники действуют активнее». Еще один брендовый герой, который появляется в эфире «Вести. Крым» при каждом удобном случае - это байкер Хирург (Золдостанов) со своими последователями (13). Этот герой из эндемичного и нестандартного, благодаря усилиям журналистов, тоже стал стандартным и привычным. Мотопробег,

организованный «Ночными волками» в марте 2019, собрал сотни автомобилистов и байкеров со всей России. На горе Гасфорта под Севастополем участники автопробега развернули самый большой российский флаг - 1423 кв. м. Елена Еремина из Краснодара приехала в Крым с мужем-байкером, почему-то говорит: «Раньше мы не могли попасть в Крым». Хотя ежегодное байк-шоу на горе Гасфорта «Ночные волки» проводят с 2009 года. «Никто не знал, что будет после того, как сделали первый шаг в пропасть, но подошла рука России», - вспоминает руководитель клуба «Ночные волки» из Севастополя. Все, что делает Хирург с последователями, для «Вести. Крым» сакрально. Посещает ли он места предварительного заключения, где беседует с тремя подростками, говорит ли с сотнями тысяч зрителей во время байк-шоу.

Изучение героев-эндемиков приближает нас к пониманию главных идеологем информационных выпусков – мыслей-слоганов-посланий, которые повторяются неоднократно, в том числе, и самими героями, и характерны прежде всего для Крыма, а большинство из них – только для Крыма. Их нельзя назвать «общим местом», но их и не надо разъяснять телезрителям. Они – как знакомые символы, общие выводы, частной иллюстрацией которых является тот или другой сюжет. Вот основные идеологемы анализируемых выпусков: «У украинцев повышенный интерес к отдыху в Крыму (или «мы все равно – братья»)), «Наши корабли дают отпор поржавевшим посудинам НАТО», «Крымских аграриев ожидает рекордный урожай зерновых», «Молодежь сохраняет и модернизирует культурный код своих предков» (14) (выпуск от 05.07.2019). Традиционные мысли и высказывания героев: «было сложно, но сейчас все налаживается» (15): «история в Крыму не ушла в прошлое» (16), «Россия – страна возможностей» (17), «Жизнь меняется. Крым меняется» (18), «Новые объекты изменяют Крым до неузнаваемости», «Восстановление справедливости» (по многим вопросам, например, возвращение Балаклавы статуса города). «Генерал Незалежной разразился паникой. Украине нечего противопоставить России» (19), «Идея родилась давно, но не находила поддержки в Украине» (20), «в Крыму есть все, как в Греции, и даже больше» (21), «Мы – разные, мы - равные» (о детях с ограниченными физическими возможностями) (22), «Крым снова бьет рекорды» (о

туристическом потоке) (23). Мы обязательно найдем повторение этих идеологем и их визуальную иллюстрацию в выпусках любого месяца.

Все вышеперечисленные идеологемы действительно имеют право быть осмыслены в обществе, и, более того, большинству из них зрители верят. Но, судя по явным перекосам в информационном поле в сторону определенных сфер жизни, тем и типов героев, о которых мы говорили выше, создается некая доминантная реальность, которая имеет довольно отдаленное отношение к действительному состоянию общественной жизни. Об этом подробно писал Бакулев Г. П. [1]. Эта культивируемая социальная реальность создается в результате многократного показа по телевидению шаблонных презентаций социальных явлений, в том числе, и определенных героев.

Принцип вовлечения в жизнь героев репортажа соблюден журналистами «Вести. Крым» достаточно профессионально. Это происходит благодаря «театрализации» медийного дискурса. Театрализация медийного дискурса, перформанс, геймификация, часто с активным включением аллюзий, элементов интертекстуальности и сценических действий, - становится обязательной частью практически каждого сюжета. Наше общество остается «обществом спектакля», даже когда оно смотрит региональные новости. Например, выпуск итоговой программы от 02.06.2019, сюжет об отмене роуминга (24). Сюжет рассказывает о том, как изменит нововведение жизнь молодого водителя старых «Жигулей», у которого много друзей на Кубани. Корреспондент едет в машине рядом с водителем. Затем разговаривает по телефону со своей коллегой из Москвы, они обсуждают погоду, работу и следят за счетчиком. Это - иллюстрация новой законодательной нормы, доходчивый способ рассказать крымскому телезрителю, что любой регион России стал для его гаджета «домашним». Или корреспондент в багажном отделении аэропорта «Айвазовский» ищет потерянный танцором из Тулы багаж - сопровождает ленту конвейера, потом садится рядом с водителем кара и путешествует по залу распределения багажа. Или доит буренку на конкурсе крымских дояров, а также «засургучивает» бутылку вина 2014 года для защиты от кислорода (25). Ведущий идет по стадиону в Артеке во время празднования дня рождения лагеря и пытается перекричать детские голоса.

Перформанс содержится в самих анонсах будущих выпусков, которые являются составной частью новостей «Вести. Крым». Так, корреспондент в старом «газике» на разбитой горной дороге снимает стендап способом сэлфи и сообщает, что параллельно его маршруту, без всякой дороги, поднимаются в гору, на вершину Эклизи-Бурун, герои его сюжета – участники крестного хода (26).

«Вести. Крым» имитируют «альтернативность», критичность взгляда на окружающую жизнь в отличие от «мейнстримных» медиа (напр., каналов АНО ТРК «КРЫМ» - «Первого крымского» и «Крым 24»). Например, репортаж о визите министра транспорта России на строительство трассы «Таврида», соединяющей Севастополь с Керчью, был сделан с минимальным вниманием к высокому гостю и максимальным к крымским дорогам - главным и второстепенным, сельским, разбитым, но очень важным для жителей и туристов (27). В то время как на канале «Крым 24» московскому министру было уделено максимальное время, «мейнстримные» медиа всегда излагают точку зрения власти на происходящие события и значение в них того или иного человека, в то время как альтернативные медиа в большей степени ориентируются на «человеческие истории» и на мнения экспертов [2, 3]. «Вести. Крым» стараются занять позицию скорее альтернативных, нежели «мейнстримных» медиа. Здесь уместно вспомнить автора обобщающей практику репортажа книги О. Лонскую, которая пишет, что «в репортажах, поводом для которых становятся показушные мероприятия власти, очень тяжело отойти от навязанного властью восприятия события» [6]. Мы не можем с уверенностью сказать, что «Вести. Крым» всегда предоставляют альтернативную точку зрения. Однако степень «сервитутности» в этой программе ощутимо меньше, чем у других «мейнстримных» медиа в Крыму. Впрочем, с другой стороны, именно «сервитутность» заставляет «Вести. Крым» вести себя в духе всех «мейнстримных» медиа, когда речь идет об Украине. «Соседняя» страна обычно называется «незалежной», о руководителях говорится исключительно в высокомерном и ироничном стиле, как об интеллектуально неполноценных людях, военная техника называется «ржавой» и не способной выполнять боевые задачи и т.д. Но все меньше зрителей согласны воспринимать такого рода информацию, тем более, что у

большинства крымчан на Украине остались родственники и друзья. «Вести. Крым» продолжают настаивать на таких формулировках и задают тем самым определенные стандарты отношения к соседней стране для людей, не привыкших мыслить самостоятельно. Но если мы хотим, чтобы наши внуки пожимали друг другу руки, а семьи воссоединились, мы должны сопротивляться навязыванию в текстах региональных новостей ярлыков, эпитетов, метафор, эвфемизмов, оскорбительных сравнений в отношении людей соседней страны.

С другой стороны, неприкасаемость «брендовых» личностей, отсутствие альтернативной точки зрения на то, что они делают, характерно для «Вести. Крым». Так, байк-шоу «Тень Вавилона» 10 августа 2019, которое посетил сам В. Путин на мотоцикле с коляской, в сопровождении руководителей Крыма и Севастополя, было представлено в итоговом выпуске «Вестей. Крым» исключительно в позитивном, восторженном, патетическом ключе. В то время как социальные сети были полны возмущенными высказываниями, осуждавшими многочасовые пробки на дорогах, медлительность ДПС, огромное количество пьяных зрителей, недостаток туалетов, антисанитарию, дороговизну билетов, примитивные пропагандистские интенции, идеологические штампы в сценарии и драматургии шоу (28).

ВЫВОДЫ

Контент-анализ информационных выпусков «Вести. Крым» позволил проанализировать крымского эндемичного героя на фоне социальных проблем различного характера. Важнейшим условием диалога с аудиторией стал фактор отражения в региональной программе новостей с эндемичными (свойственными только этому региону) инфоповодами, событиями и героями, а также эндемичными идеологемами.

Предъявленная научная проблема определяет спектр дальнейших научных исследований, ключевой элемент которых - изучение точек деструкции и барьеров доверия в новостных программах региональных СМИ и роль телевизионного героя в нарушении процесса эффективной коммуникации. Что же касается эволюции самой

профессии журналиста в ее региональном телевизионном информационном срезе, то мы не можем согласиться с исследователями, которые говорят о деградации журналистской профессии, «зацикливании» журналистов на коротких новостях, рерайте и т.д. (Задорин И. В., Сапонова А. В., Сирина Е. А, Колисниченко А. В.) Региональные телевизионные новости - многоаспектная задача, и здесь требуются специалисты с разнообразными навыками и талантами – автора, редактора, ведущего, очень часто видеооператора и режиссера, модератора контента социальных сетей и сайта в одном лице. Т.е. сам журналист, работающий в региональном информационном поле, - тоже герой, он представляет собой достаточно «эндемичное» явление, профессиональная деятельность которого заслуживает отдельного исследования.

Список литературы

1. Бакулев, Г. П. Массовые коммуникации. Западные теории: учебное пособие [Текст] / Г. П. Бакулев – М. : «Аспект пресс», 2016. – 190 с.
2. Богданович, Г. Ю., Калугина, А. Ю. Контент региональной тележурналистики: стендап (отечественный и зарубежный опыт) [Текст] / Г. Ю. Богданович, А. Ю. Калугина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. – 2019. – Том 5 (71). – № 4. – С. 214–226.
3. Дмитриев О. Инструментарий альтернативных медиа в привлечении аудитории в условиях мультимедийности [Текст] / О. Дмитриев // Медиаальманах. – 2019. – № 1. – С. 40–47.
4. Зеленина, Е. В., Порецкая, Т. Ю. Медиагерой нашего времени (по результатам контент-анализа журнала «Русский репортер» [Текст] / Е. В. Зеленина, Т. Ю. Порецкая // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. – № 5 (97). – С. 157–166
5. Зеленина, Е. В. «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты [Текст] / Е. В. Зеленина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – N 2 (6). – С. 33–52.

6. Лонская, О. Репортаж. От идеи до гонора [Текст] / О. Лонская. – ЗАО Издательство «Аспект-пресс», 2015. – с. 17.
7. Черевко, Т. С. Образ, стереотип, имидж – границы применения и модель взаимодействия [Текст] / Т. С. Черевко // Медиаальманах. – 2011. – N 6 (47). – с. 12.
8. Янглева, М. М. Роль современных масс-медиа в продвижении моделей национальной самоидентификации [Текст] / М. М. Янглева // Медиаальманах. – 2019. – N 1. – С. 161–169.

Примечания

1. Выпуск 03.06.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-03-06-2019-1125/>. Дата обращения: 03.07.2019.
2. Выпуск «Вести. Крым» 02.06.2019. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time_continue=673&v=kCo475C9nkw. Дата обращения: 21.07.2019.
3. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/v-sudake-zavershilas-devyataya-smena-foruma-tavrida/>. Дата обращения: 24.07.2019.
4. Выпуск «Вести. Крым» 01.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-01-07-2019-1125>. Дата обращения: 16.07.2019.
5. Выпуск «Вести. Крым» 11.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/>. Дата обращения: 12.07.2019.
6. Выпуск «Вести. Крым» 17.06.2019. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA>. Дата обращения: 04.07.2019.
7. Выпуск «Вести. Крым» 15.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-15-07-2019-1125/>. Дата обращения: 16.07.2019.
8. там же
9. Выпуск «Вести. Крым» 17.03.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/?s=28.03.2019>. Дата обращения: 11.08.2019.
10. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/krymchane-eto-nashe-zhelanie-vernutsya-na-rodinu/>. Дата обращения: 12.08.2019.

11. Выпуск «Вести. Крым» 19.03.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/pervaya-ryatiletka-krymskij-most-simvol-obedineniya/>. Дата обращения: 12.08.2019.
12. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/krymskaya-vesna-intervyu-natali-poklonskoj-polnaya-versiya/>. Дата обращения: 12.08.2019.
13. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/v-krymu-proveli-mnogotysyachnyj-avtomotoprobeg/>. Дата обращения: 12.08.2019.
14. Выпуск «Вести. Крым» 05.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-05-07-2019-1700/>. Дата обращения: 11.08.2019.
15. Выпуск «Вести. Крым» 11.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/>. Дата обращения: 11.08.2019.
16. Выпуск «Вести. Крым» 03.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-03-07-2019-1425/>. Дата обращения: 11.08.2019.
17. Выпуск «Вести. Крым» 02.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/?s=02.07.2019>. Дата обращения: 11.08.2019.
18. Выпуск «Вести. Крым» 10.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-10-07-2019-1700/>. Дата обращения: 11.08.2019.
19. Выпуск «Вести. Крым» 14.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/?s=14.07.2019>. Дата обращения: 11.08.2019.
20. Выпуск «Вести. Крым» 16.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-16-07-2019-2045/>. Дата обращения: 11.08.2019.
21. Выпуск «Вести. Крым» 22.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-22-07-2019-1700/>. Дата обращения: 11.07.2019.
22. Выпуск «Вести. Крым» 23.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-23-07-2019-1700/>. Дата обращения: 11.07.2019.
1. 23. Выпуск «Вести. Крым» 24.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-24-07-2019-1700/>. Дата обращения: 11.08.2019.
23. Выпуск «Вести. Крым» 02.06.2019. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time_continue=673&v=kCo475C9nkw. Дата обращения: 23.07.2019.

24. Выпуск «Вести. Крым» 11.07.2019. Режим доступа: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/>. Дата обращения: 12.07.2019.
25. Выпуск «Вести. Крым» 17.06.2019. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA>. Дата обращения: 03.07.2019.
26. Режим доступа: <https://youtu.be/v47bgWZvSI0>. Дата обращения: 22.07.2019.
27. Итоговый выпуск «Вести. Крым» 11.08.2019. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=QY_wC6rXoFg. Дата обращения: 12.08.2019.

References

1. Bakulev G. P. *Massovye Kommunikatsii. Zapadnye Teorii: Uchebnoe Posobie* [Mass Communications. Western Theories. A Study Guide]. Moscow: Aspekt Press Publ, 2016, p. 190.
2. Bogdanovich G. Yu., Kalugina A. Yu. *Kontent Regionalnoy Telezhurnalistiki: Stendap (Otechestvennyi i Zarubezhnyi Opyt)*. [Content of Regional TV Journalism. Stand-up (Domestic and Foreign Experience)] *Uchenye Zapiski Krymskogo Federal'nogo Universiteta Imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie Nauki. Nauchnyi Zhurnal*, Vol. 5 (71), № 4, pp. 214–226.
3. Dmitriev O. Instrumentariy Al'ternativnykh Media v Privlechenii Auditorii v Usloviyakh Mul'timediinosti [Alternative Media Toolkit in Attracting an Audience in a Multimedia Environment]. *Mediaal'manakh*. Moscow St. Univ. Publ., 2019, no 1, pp. 40–47.
4. Zelenina E. V., Poretskaya T. Yu. *Mediageroi Nashego Vremeni (po Rezul'tatam Kontent-Analazia Zhurnala Russkii Reporter)* [The Media-Character of Our Time (Based on the Results of the Content Analysis of the Magazine Russian Reporter)]. *Izvestiya Irkutskoy Gosudarstvennoy Ekonomicheskoy Akademii*, 2014, no 5 (97), p. 157–166.
5. Zelenina E. V. *Portret Geroya: Tsennostno-Smyslovye i Tvorcheskie Aspekty* [Portrait of a Characher. Value-Semantic and Creative Aspects]. *Voprosy Teorii i Praktiki Zhurnalistiki*, 2014, no (6), pp. 33–52.

6. Lonskaya O. *Reportazh. Ot Idei do Gonorara* [Reportage. From Idea to Fee]. Aspekt Press Publ, 2015.
7. Cherevko T. S. *Obraz, Stereotip, Imidzh – Granitsy Primeneniya i Model' Vzaimodeistviya* [Concept, Stereotype, Image. Boundaries and Interaction Model]. *Mediaal'manakh*. Moscow St. Univ. Publ., 2011, no 6 (47), p. 12.
8. Yanglyaeva M. M. *Rol' Sovremennykh Mass-Media v Prodvizhenii Modelei Natsional'nykh Samoidentifikatsii* [The Role of Modern Media in Promoting National Identity Models]. *Mediaal'manakh*. Moscow St. Univ. Publ., 2019, no 1, pp. 161–169.

Notes

1. Vypusk 03.06.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-03-06-2019-1125/> (accessed 03 July 2019).
2. Vypusk Vesti. Krym 02.06.2019. Available at: https://www.youtube.com/watch?time_continue=673&v=kCo475C9nkw (accessed 21 July 2019).
3. Available at: <https://vesti-k.ru/v-sudake-zavershilas-devyataya-smena-foruma-tavrida/> (accessed 24 July 2019).
4. Vypusk Vesti. Krym 01.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-01-07-2019-1125> (accessed 16 July 2019).
5. Vypusk Vesti. Krym 11.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/> (accessed 12 July 2019).
6. Vypusk Vesti. Krym 17.06.2019. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA> Data (accessed 04 July 2019).
7. Vypusk Vesti. Krym 15.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-15-07-2019-1125/> (accessed 16 July 2019)
8. tam zhe
9. Vypusk Vesti. Krym 17.03.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/?s=28.03.2019> (accessed 11 August 2019).
10. Available at: <https://vesti-k.ru/krymchane-eto-nashe-zhelanie-vernutsya-na-rodinu/> (accessed 12 August 2019).

11. Vypusk Vesti. Krym 19.03.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/pervaya-pyatiletka-krymskij-most-simvol-obedineniya/> (accessed data 12 August 2019).
12. Available at: <https://vesti-k.ru/krymskaya-vesna-intervyu-natali-poklonskoj-polnaya-versiya/> (accessed 12 August 2019).
13. Available at: <https://vesti-k.ru/v-krymu-proveli-mnogotysyachnyj-avtomotoprobeg/> (accessed 12 August 2019).
14. Vypusk Vesti. Krym 05.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-05-07-2019-1700/> (accessed 11 August 2019).
15. Vypusk Vesti. Krym 11.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/> (accessed 11 August 2019).
16. Vypusk Vesti. Krym 03.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-03-07-2019-1425/> (accessed 11 August 2019).
17. Vypusk Vesti. Krym 02.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/?s=02.07.2019> (accessed 11 August 2019).
18. Vypusk Vesti. Krym 10.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-10-07-2019-1700/> (accessed 11 August 2019).
19. Vypusk Vesti. Krym 14.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/?s=14.07.2019> (accessed 11 August 2019).
20. Vypusk Vesti. Krym 16.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-16-07-2019-2045/> (accessed 11 August 2019).
21. Vypusk Vesti. Krym 22.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-22-07-2019-1700/> (accessed 11 July 2019).
22. Vypusk Vesti. Krym 23.07.2019 Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-23-07-2019-1700/> (accessed 11 July 2019).
23. Vypusk Vesti. Krym 24.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-24-07-2019-1700/> (accessed 11 August 2019).
24. Vypusk Vesti. Krym 02.06.2019. Available at: https://www.youtube.com/watch?time_continue=673&v=kCo475C9nkw (accessed 23 July 2019).

25. Vypusk Vesti. Krym 11.07.2019. Available at: <https://vesti-k.ru/vesti-krym-efir-11-07-2019-2045/> (accessed 12 July 2019).
26. Vypusk Vesti. Krym 17.06.2019. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=FlB20lBA0LA> (accessed 03 July 2019).
27. Available at: <https://youtu.be/v47bgWZvSI0> (accessed 22 July 2019).
28. Itogovyi Vypusk Vesti. Krym 11.08.2019. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=QY_wC6rXoFg (accessed 12 August 2019).
- .

CRIMEA ENDEMIC HEROES IN THE REGIONAL TELEVISION AIR

Gromova E. B.

The article includes analysis of heroes row in the news program “Vesti,Crim” (Teleradiocompany “Tavrida”) Author determines the level of hero’s endemicity and originality, describes their occupation and political position. The emotional ground of the plots is analyzed in this article as well the ideologemes that support the hero’s presentation. A deep and systematic study of the heroes of informational plots, as one of the aspects of personification of regional news content, will help develop recommendations for optimizing and effective functioning of the regional news television program.

Keywords: infotainment, Media hero; contemporary’s portrait; anthropocentrism; storytelling, Crimea regional air, ideologeme.