

## Информационные телепрограммы в формате «breaking news»: композиция, технология и особенности медиавосприятия

Статья рекомендована И.Ю. Алексеевой 15.02.2018.



**ЕФАНОВ Александр Александрович**  
*Кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью и журналистики, Оренбургский государственный университет*

### Аннотация

В статье проводится научное осмысление «breaking news» как особого формата информационных программ на телевидении. Композиционно информационные телепрограммы в формате «breaking news» строятся по принципу нарратива. В своих дискурсивных стратегиях журналисты сочетают прямое «жесткое» информирование и риторику скорби. Результаты авторского онлайн-опроса «"Breaking news": феномен медиавосприятия» (n=400) подтвердили, что наибольшую обеспокоенность и тревожность у аудитории вызывают новости о чрезвычайных происшествиях. При этом информацию о них респонденты стремятся получить посредством телевидения. Что касается социальных эффектов от новостей в формате «breaking news», большинство опрошенных описывали свои реакции как ужас. Подобные сильные реакции возникают в результате оперирования технологией инфофриллинга.

### Ключевые слова:

**breaking news, телевидение, информационные телепрограммы, медиавосприятие, инфофриллинг.**

В настоящее время все коммуникационные процессы протекают в условиях «общества риска». В понимании основоположника данной теории У. Бека риски представляют собой «не исключительный случай, не «последствие» и не «побочный продукт» общественной жизни. Риски постоянно производятся обществом, причем это производство легитимное, осуществляемое во всех сферах жизнедеятельности общества — экономической, политической, социальной» [1, р. 79]. Амплификация рисков, в первую очередь, наблюдается на фоне возникновения чрезвычайных ситуаций (терактов, авиакатастроф, крупных аварий, пожаров и проч.).

В современном медиaprостранстве телевидение выполняет ключевую роль в освещении трагических событий (несмотря на динамическое развитие интернета и релевантность веб-контента, телевизионный сигнал остается наиболее распространенным, охватывая 98% территории России). В этой связи акторы поля телевидения стали активнее заимствовать зарубежный опыт, обращаясь к формату «**breaking news**».

Дословно устойчивую лексику «breaking news» можно перевести с английского языка как «разрушение «повестки дня»». Иными словами, при производстве телевизионных новостей существует планирование (как краткосрочное — на эфирный день, — так и долгосрочное — на неделю, месяц и т.д.). Однако при возникновении чрезвычайного происшествия, волнующего миллионы людей по всей стране, происходит перепланирование съемочного дня, — по сути, создание информационных продуктов «с колес».

Сам термин «breaking news» зародился в западной телевизионной практике, обозначая формат экстренных / срочных / специальных выпусков новостей — «визитную карточку» информационных служб таких крупнейших телекомпаний, как CNN, NBC, CBS. Феномен «breaking news» становился предметом изучения зарубежных исследователей (С. А. Таггл, С. Хоффман [2]; Л. Холл [3]; Б. Л. Нейкос [4]; Э. Рейнолдс, Б. Барнетт [5]; В. Лаусон [6]). Среди российских ученых формат «breaking news» не получил глубокого анализа. Представленное исследование призвано восполнить существующий теоретический и методологический пробел.

На современном российском телевидении формат «breaking news» активно используется Первым каналом, телеканалами «Россия 1», «Россия 24», РБК и LIFE (прекратил свое существование в 2017 году), которые берут за основу практику зарубежных (преимущественно западных) телевещателей. Композиционно информационные телепрограммы в формате «breaking news» строятся по принципу нарратива: ведущий и корреспонденты в режиме реального времени (в основном это всегда прямой эфир) раскрывают новые детали (подробности случившегося инцидента), а затем повторяют всю хронологию уже известных событий (структура: «новое + данное»). Что касается стилистических особенностей речи, в своих дискурсивных стратегиях журналисты сочетают прямое «жесткое» информирование и риторику скорби. Об этом можно судить как по вербальному («и вернемся к трагедии в...»; «Россия скорбит»; «тысячи человек несут цветы...» и др.), так и по невербальному ряду — паузам между словами, явному сдерживанию эмоций и т.д. В одежде ведущих также преобладают «траурные» темные цвета.

К. В. Чобанян (единственный российский исследователь, обративший внимание на рассматриваемый коммуникационный феномен) обозначает «breaking news» как жанр [7]. Однако в существующей «академической» системе жанров СМИ «breaking news» как дискретно функционирующий жанр не выделяется [8]. Нынешние медиареалии и особенности медиапроизводства заставляют не согласиться с позицией исследователя, а рассматривать «breaking news» как особый формат телевизионных новостей. Главной особенностью данного формата является сочетание как информационных (заметка и расширенная заметка (на телевидении их именуют как БЗ), репортаж, хроника, некролог, событийное интервью), так и аналитических жанров (комментарий, обозрение, аналитическое интервью).

При этом формат «breaking news» трансформирует форму и содержание жанров. К примеру, появилась новая разновидность репортажа, именуемая как «лайф-ту-тейп» (ЛТТ), подразумевающая максимальную включенность корреспондента в происходящее — постоянное появление в кадре, комментирование событий в режиме реального времени (западная новация сегодня активно используется и российскими телекомпаниями). Таким образом, под воздействием формата «breaking news» журналист превращается не просто в хроникера событий, а в аналитика, комментатора, интервьюера, умеющего работать в прямом эфире, импровизировать в кадре, не имея «права на ошибку» (поскольку за происходящим следят миллионы людей у телеэкранов, от точности данных и их интерпретации зависит физическое и психоэмоциональное самочувствие зрителей).

Производство информационных программ в формате «breaking news» зачастую предполагает оперирование технологией инфофриллинга — «репрезентации новостей, заключающейся в злоупотреблении ярким, зрелищным, «трешевым» видеорядом, что позволяет резко, «стрессово» привлекать внимание аудитории, формировать устойчивый интерес к контенту, провоцируя аффективные реакции индивидов и тем самым обуславливая процесс медиаманипулирования» [9]. Однако, в отличие от «классических» теленовостей, при производстве информационных программ в формате «breaking news» происходит непреднамеренное медиаманипулирование (поскольку отсутствует заранее спланированная стратегия — все материалы подаются «с колес»). В данных условиях определяющими являются профессиональная ответственность и моральный выбор каждого отдельного журналиста и телеканала в целом (что будет приоритетным: погоня за рейтингами и спекулирование на трагедии или уважение своей аудитории, дозированная подача информации?).

Функционирование формата «breaking news» в информационных программах федеральных телеканалов можно условно разделить на две разновидности: краткосрочное и долгосрочное.

Под краткосрочным функционированием формата «breaking news» понимается создание экстренных выпусков новостей в течение 1–3 дней. Информационными поводами могут стать теракты [10], авиакатастрофы, крупные аварии, пожары и проч. Завершение «жизненного цикла» новости может быть обусловлено отсутствием новых деталей или нахождением условного «виновника» (в результате чего происходит угасание медиа-интереса).

Долгосрочное функционирование формата «breaking news» характерно для репрезентации социальных прецедентов преимущественно затяжной милитаристской природы. Впервые это отчетливо наблюдалось в 2014 году во время Российско-украинского кризиса [11]. Хронометражи новостных выпусков с 30 минут были увеличены до 60 (к примеру, «Вести» на телеканале «Россия 1»). Ежедневно в течение года выходили экстренные выпуски новостей (в связи с резонансными событиями на Украине, в ДНР и ЛНР или громкими заявлениями политиков по этому поводу). Согласно данным авторского контент-анализа, все основные федеральные телеканалы (Первый канал, «Россия 1», НТВ) делали акцент на кадры военных действий, представляя репортажи корреспондентов из «горячих точек» (Киева, Донецка, Луганска и т.д.). Исходя их аудиовизуальной природы телевидения, данные материалы, изобилуя зрелищной «картинкой», привлекали особое внимание аудитории (что продиктовано первичной потребностью общества — стремлением к безопасности и защищенности).

Однако в конце 2015 — начале 2016 годов вследствие относительной стабилизации обстановки на Украине в информационных программах федеральных телеканалов в 7 раз сократилось количество эфирного времени на освещение данного вопроса [12, с. 116]. Долгосрочное функционирование формата «breaking news» проявилось вновь, но уже в результате иного явления — контр-террористической миссии Российской Федерации в Сирии [13]. Весь ход спецоперации против ИГИЛ (запрещенной в России террористической организации) освещался федеральными телеканалами. Наблюдалось оперирование технологией инфофриллинга посредством ретрансляции кадров военных действий (особенно при наведении точечных ударов с воздуха по группировкам террористов,

являясь для телезрителей новым подходом, привлекающим особое внимание), а также комментариев политических акторов. С конца 2016 года события в Сирии освещались исключительно в рамках «классических» информационных программ. А в 2017 году вследствие завершения антитеррористической миссии России в Сирии наблюдалось падение медиа-интереса к данному явлению, его исключение из «повестки дня».

Для изучения реакций общества на новости в формате «breaking news» в январе 2018 года был проведен авторский онлайн-опрос «"Breaking news": феномен медиавосприятия» (n=400) в социальной сети «ВКонтакте» (Таблицы 1–4). При помощи идентификационных вопросов удалось установить, что в исследовании приняли участие жители Оренбургской, Московской, Самарской, Саратовской областей в возрасте от 20 до 60 лет, из них женщин — 247, мужчин — 153.

**Табл. 1** Распределение ответов на вопрос: «Из какого источника вы чаще всего получаете информацию о событиях?»

Интернет . . . . .	42%
Телевидение . . . . .	55%
Радио . . . . .	2%
Газета . . . . .	1%
Другое . . . . .	0

**Табл. 2** Распределение ответов на вопрос: «Новости на какую тему вызывают у вас наибольшую обеспокоенность и тревожность?»

Чрезвычайные происшествия . . . . .	49%
Криминал . . . . .	34%
Политика . . . . .	11%
Экономика . . . . .	4%
Социальная сфера . . . . .	2%

**Табл. 3** Распределение ответов на вопрос: «Где вы предпочитаете получать информацию о чрезвычайных происшествиях (терактах, авиакатастрофах, крупных пожарах)?»

Интернет . . . . .	31%
Телевидение . . . . .	63%
Радио . . . . .	5%
Газета . . . . .	0
Другое . . . . .	1%

**Табл. 4** Распределение ответов на вопрос: «Как вы можете описать свои реакции на экстренные новости (о терактах, авиакатастрофах, крупных пожарах)?»

Испуг . . . . .	2%
Тревога . . . . .	24%
Страх . . . . .	31%
Ужас . . . . .	34%
Паника . . . . .	9%

Так, результаты исследования подтверждают, что из источников получения новостей у респондентов на первом месте пока остается телевидение — 55%

(несмотря на то, что Интернет значительно усиливает свои позиции — 42%). Это можно объяснить, с одной стороны, широкой доступностью телевидения, с другой, — сохранением высокого «кредита доверия» у аудитории, устойчивых практик медиапотребления (особенно в возрастной категории 45+).

Среди основных медиатопиков наибольшую обеспокоенность и тревожность вызывают новости о чрезвычайных происшествиях — 49%. Не случайно варианты ответов «Чрезвычайные происшествия» и «Криминал» были разделены, поскольку, если криминальная тематика (убийства, наркотики, коррупция и т.п.) регулярно присутствует в «повестке дня», то информация о чрезвычайных происшествиях, во-первых, содержит элемент неожиданности и неподготовленности зрителя (по содержанию), во-вторых, — имеет иную паралингвистическую форму (другими словами, «упаковку» сообщения).

Ответ на вопрос об устойчивых практиках получения информации о чрезвычайных происшествиях окончательно конституировал примат телевидения — 63% (на фоне Интернета — 31%). Данная картина обусловлена широкой медиа-репрезентацией инцидента: репортажей с места событий (в формате ЛТТ), комментариев уполномоченных лиц, постоянно обновляющихся данных о жертвах, конструирующих адаптированную для зрительского восприятия нарративную историю (в отличие от Интернета, предлагающего фрагментарные сведения, требующего определенных интеллектуальных усилий для навигации и формирования целостного представления). Не случайно информационные программы в формате «breaking news» являются одними из самых рейтинговых на телевидении (превосходя даже новогоднее поздравление Президента РФ).

Что касается социальных эффектов от новостей в формате «breaking news», при формулировании ответов использовалась концепция «тревожного ряда» (испуг — тревога — страх — ужас — паника) [14], разработанная М. И. Витковской. В итоге большинство респондентов описывали свои реакции на экстренные новости как ужас (четвертое звено градационной цепи) — 34%. 31% опрошенных в результате потребления новостей в формате «breaking news» испытывали страх. Можно предположить, что подобные сильные реакции возникают в результате оперирования технологией инфофриллинга, формирующей иллюзию социальной катастрофы.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что «breaking news» является особым форматом информационных программ на телевидении. Композиционно информационные телепрограммы в формате «breaking news» строятся по принципу нарратива: ведущий и корреспонденты в прямом эфире раскрывают новые детали, а затем повторяют всю хронологию уже известных событий (структура: «новое + данное»). Если говорить о стилистических особенностях речи, в своих дискурсивных стратегиях журналисты сочетают прямое «жесткое» информирование и риторику скорби. Формат «breaking news» трансформирует форму и содержание жанров. Появилась новая разновидность репортажа, именуемая как «лайф-ту-тейп» (ЛТТ), подразумевающая максимальную включенность корреспондента в происходящее — постоянное появление в кадре, комментирование событий в режиме реального времени. Функционирование формата «breaking news» в информационных программах федеральных телеканалов делится на две разновидности: краткосрочное (создание экстренных выпусков новостей в течение 1–3 дней; информационными поводами могут

стать теракты, авиакатастрофы, крупные аварии, пожары) и долгосрочное (репрезентация социальных прецедентов затяжной милитаристской природы, таких как российско-украинский кризис, контртеррористическая миссия Российской Федерации в Сирии).

Результаты проведенного онлайн-опроса «Breaking news»: феномен медиавосприятия» (n=400) в социальной сети «ВКонтакте» подтвердили, что наибольшую обеспокоенность и тревожность у аудитории вызывают новости о чрезвычайных происшествиях (49%). При этом информацию о них респонденты стремятся получать посредством телевидения (63%), предлагающего широкую медиа-репрезентацию: репортажи с места событий (в формате ЛТТ), комментарии уполномоченных лиц, постоянно обновляющиеся данные о жертвах, конструирующих адаптированную для зрительского восприятия нарративную историю. Что касается социальных эффектов от новостей в формате «breaking news», большинство респондентов описывали свои реакции как ужас (34%). Подобные сильные реакции возникают в результате оперирования технологией инфофриллинга — репрезентации новостей, заключающейся в злоупотреблении ярким, зрелищным, «трешевым» видеорядом, что позволяет резко, «стрессово» привлекать внимание аудитории, формировать устойчивый интерес к контенту, провоцируя аффективные реакции индивидов и тем самым обуславливая процесс медиаманипулирования. Злоупотребление инфофриллингом зависит от собственных внутренних регулятивов медиаконтролеров, соблюдения этических принципов, а также особенностей информационной политики (сознательного отказа журналистского корпуса «делать рейтинг» любой ценой, в том числе на трагедии).

## ЛИТЕРАТУРА

1. BECK U. **Risk Society and the Provident State // Risk, Environment and Modernity: Towards a New Ecology** / Ed. by Lash S., Szerszynski B., Wynne B. L.: Sage, 1996. P. 78–96.
2. TUGGLE C. A., HUFFMAN S. **Live Reporting in Television News: Breaking News or Black Holes** // Journal of Broadcasting and Electronic Media. 2001. Vol. 45. № 2. P. 335–344.
3. HALL L. **News Makes or Breaks Reputations** // Electronic Media. 2003. Vol. 22. № 29. P. 26–37.
4. NACOS B. L. **Terrorism as Breaking News: Attack on America** // Political Science Quarterly. 2003. Vol. 118. № 1. P. 23–32.
5. REYNOLDS A., BARNETT B. **This just in... How National TV News Handled the Breaking 'Live' Coverage of September 11** // Journalism and Mass Communication Quarterly. 2003. Vol. 80. № 3. P. 689–698.
6. LAWSON W. **Coping with Breaking News** // Psychology Today. 2004. Vol. 37. № 2. P. 16–25.
7. ЧОБАНЯН К. В. **Особенности жанра Breaking News на CNN** // Relga. 2011. № 3 (221). URL: <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=2845> (дата обращения: 3.02.2018).
8. ЦВИК В. Л. **Телевизионная служба новостей: учеб. пособие для вузов.** М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 320 с.
9. ЕФАНОВ А. А. **Инфофриллинг как технология репрезентации телевизионных новостей** // Журналист. Социальные коммуникации. 2018. № 1.
10. ЕФАНОВ А. А. **Конституирование медиаспихоза в отношении терроризма** // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества: труды Междунар. науч. — теор. конф. 28–31 октября 2015 года. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С. 262–265.
11. ЕФАНОВ А. А. **Российско-украинский кризис: была ли моральная паника?** // Logos et Praxis. 2017. Т. 16. № 2. С. 93–99.
12. ЕФАНОВ А. А. **Социально-психологические последствия медиавоздействия:** Монография. Оренбург: Издательско-полиграфический комплекс ОГУ, 2018. 219 с.
13. ЕФАНОВ А. А. **Оренбуржцы в ИГИЛ (запрещенной в РФ организации), или В поисках толерантного ответа на «исламский вопрос» (опыт оренбургских СМИ)** // Современные медиакommunikации как информационная площадка межнационального и межэтнического диалога: Материалы Международной научно-практической конференции. 1-й том. Краснодар: КСЭИ, 2017. С. 130–136.
14. ВИТКОВСКАЯ М. И. **Социальные страхи как предмет социологического исследования:** дис. ... канд. социол. наук. 22.00.01. М., 2006. 182 с.