

Тематическая рубрикация видеосюжетов на интернет-сайтах телекомпаний Челябинской области

Лахтачева Ольга Сергеевна, аспирант
«Академия медиаиндустрии» (г. Москва)

Актуальность исследования обусловлена тем, что тематика во многом определяет структуру интернет-сайта. Каждая тематическая группа занимает на сайте определенную нишу, что ведет к членению аудитории СМИ по интересам. Интернет-сайты телекомпаний Челябинской области обычно имеют 6–8 разделов новостей. Самые популярные и востребованные аудиторией тематические блоки — «Политика», «Экономика», «Общество», «Культура» и «Спорт». Именно здесь сосредоточено самое большое количество информационных материалов. Региональные СМИ с помощью интернет-сайтов, с одной стороны сегментируют свою аудиторию по интересам, создавая условия для общения и обмена информацией каждой пользовательской нише, с другой — объединяют зрителей телеканала с целью привлечения их к участию в деятельности СМИ.

На интернет-сайте ГТРК «Южный Урал — Челябинск» имеется шесть тематических групп новостей с видеосюжетами: государство, политика, экономика, общество, происшествия, в мире. Каждая тематическая группа содержит ленту новостей, обязательным элементом которой является видеосюжет. Таким же образом формируется информационная лента на сайте ГТРК «Южный Урал — Магнитогорск». Но в отличие от челябинского аналога среди тем помимо «Политика», «Экономика», «Общество», «Происшествия» имеются также рубрики «Культура» и «Спорт».

Распределение информационных сообщений на сайте ОТВ («Первый областной») по тематическим группам во многом совпадает с рубрикой интернет-сайта ГТРК «Южный Урал — Челябинск»: политика и власть, экономика и бизнес, общество, культура, происшествия. При этом имеются рубрики, характерные только для этого сайта, такие как «Проекты», «Спорт», «Хоккей», «Здоровье», «Это интересно». Совпадение в тематических блоках на региональных интернет-сайтах телекомпаний происходит по причине аудиторной общности, одинаковых интересов и формата вещания.

Формирование новости на сайтах ГТРК «Южный Урал — Челябинск», ГТРК «Южный Урал — Магнитогорск» и ОТВ («Первый областной») начинается с размещения видеосюжета и определения его в тематическую группу. Если видеосюжет имеет прикладной утилитарный смысл, то он попадает в рубрику «Общество»; если в новости повышается престиж ее носителя и речь идет о государственных персонажах или об экономике, то в рубрику «Политика» и «Экономика» соответственно; если имеется эстетическая ценность информации, то в рубрику «Культура»; если видеосюжет вызывает сопереживание зрителя, связанное со спортивными событиями, то в рубрику «Спорт» и т. д. Иногда видеосюжет может содержать несколько видов информации одновременно, тогда он попадает в две или более рубрик.

На некоторых интернет-сайтах нет тематического деления новостных сообщений. Среди них сайт «31 канала», на главной странице которого имеется общая лента новостей, куда попадают абсолютно все сообщения. Формирование

ленты, также как и на сайте ГТРК «Южный Урал — Челябинск», начинается с размещения видеосюжета, изначально созданного для телевизионного эфира. Наряду с этим видеосюжеты размещаются также на интернет-страницах специальных программ телекомпаний: «Beauty time» — программа о модных тенденциях, светских событиях, происходящих в Челябинской области; «Личное мнение» — интервью с интересными людьми, «Агентство чрезвычайных новостей» — программа о происшествиях, «Полезная программа», «Депутатский вестник» — программа о жизни государственных служащих, политиках «без галстуков»; «Автострада» — это информационная передача для автолюбителей; «Ген молодости» — молодежное ток-шоу и др. ТРК «Восточный экспресс» на своем сайте также уделяет особое внимание собственным программам. В рубрике «Красота!» размещаются выпуски программы «Дела домашние», в рубрике «Наше дело — Зелено!» — выпуски «Зеленой передачи», в «Строительстве» — программа «Строители», в «Родителям» — выпуски программы «Мамочки!», в рубрике «Медицина» — «Медсовет», а рубрика «Ретрофакт» — содержит архивные материалы, вышедшие в эфир канала «Восточный экспресс». Особого внимания заслуживает рубрика «Губернатор», где размещены материалы, освещающие деятельность губернатора Челябинской области. Данная информационная рубрика — единственная, которая находится в центре структуры сайта и вынесена в отдельный блок.

Не имеет тематической рубрикации и сайт телекомпания «Еманжелинск-ИНФОРМ» («Еман-ТВ»). На данном сайте невозможно найти отдельные видеосюжеты, т. к. в ленту новостей попадают выпуски новостей, вышедшие в телевизионный эфир. Обычно это 5–6 видеосюжетов о жизни Еманжелинского района Челябинской области. Схожее строение имеет сайт телерадиокомпания ТВС, который также не имеет тематического деления, а в ленту новостей попадают выпуски новостей, содержащиеся в среднем три видеосюжета.

Сайты ГТРК «Южный Урал — Челябинск», ГТРК «Южный Урал — Магнитогорск», ОТВ «Первый областной» имеют разветвленную тематическую систему, которая охватывает все сферы жизнедеятельности человека. При этом информация в видеосюжетах соответствует интересам и потребностям жителей Челябинской области. Сайты ТРК «Восточный экспресс», «31 канал», «Еманжелинск-ИНФОРМ» («Еман-ТВ»), ТРК «ТВС» не имеют тематической рубрикации. Видеосюжеты попадают в общую новостную ленту и никак не дифференцируются. На таких сайтах внимание уделяется либо телевизионным программам и их рубрикации, либо выпускам новостей.

Каждый тематический раздел на интернет-сайтах имеет свои особенности. Раздел «Государство» на сайтах ГТРК «Южный Урал» и ОТВ («Первый областной») содержит подборку новостей, сообщающих об изменениях в законодательстве Российской Федерации, о работе Государственной Думы, взаимодействии региональных и федеральных органов власти, а также информации о Челябинской области и ее политике. Это такие материалы, как

«Программа предоставления бесплатной земли на Южном Урале работает плохо», «ЛДПР предлагает доработать антитабачный закон», «Южный Урал налаживает деловые отношения с Польшей» и др. Обычно такие материалы представляют собой объективные сообщения официального характера, при этом не содержащие оценок. Такие новости занимают лидирующие позиции среди других тем и являются для информационной политики интернет-сайтов телекомпаний главными. Схож по тематике раздел – «Политика», но материалы ориентированы здесь, прежде всего, на освещение проблем, связанных с внутренней и внешней политикой России. Например, «Регионы смогут сами определять порядок выборов губернаторов», «Спросить у Путина».

Новости в разделе «Экономика» связаны с проблемами экономической отрасли Челябинской области и, так же как и политические, не содержат оппозиционных точек зрения. Иногда новости в данном разделе напрямую не относятся к экономике. Так, в материале «На Южном Урале будут минимизированы выбросы загрязняющих веществ» не говорится об экономике. Подобное ранжирование связано с тем, что новость не соотносится с темой ни с одним блоком. В этом случае редакторы сайта размещают новость в том тематическом разделе, к которому считают ее ближе всего.

Раздел «Общество» можно назвать универсальным, т. к. именно сюда попадают новости, имеющие отношение к жизни отдельных граждан области, политической власти, культурных и спортивных мероприятий, судебные разбирательства, другие социально-значимые истории, которые могут быть интересны жителям Челябинской области независимо от пола, возраста или профессии. Тематика данного блока разнообразна, так как рассчитана на широкую аудиторию. Главным героем видеосюжетов, размещенных в данной рубрике, становится сосед, знакомый, сослуживец и др., чья жизнь представляет особый интерес в связи с близостью интересов. Подобные видеосюжеты обладают особой привлекательностью для пользователей сайта, т. к. им больше всего верят. Именно потому они занимают важное место в структуре контента интернет-сайтов телекомпаний. Пользователи интернет-сайтов идентифицируют таких героев с собой, а значит – больше сопереживают. Например, «Чибаркульские школьники увидели Шоу Менделеева», «Ряженка для главы, молоко для спикера», «Жительница села Миасское недовольна размером компенсации ущерба от падения метеорита», «Все больше челябинцев обзаводятся лысиной». Особенностью тематического блока «Общество» на интернет-сайте ГТРК «Южный Урал – Челябинск» является то, что новости спорта также включены в ленту.

В разделе «Происшествия» собраны новости о несчастных случаях, пожарах, чрезвычайных происшествиях и др. Например, «В Магнитогорске найдена убитой женщина-сутенер» (ГТРК «Южный Урал – Челябинск»), «Стрельба в центре города» (ГТРК «Южный Урал – Магнитогорск») или «В Магнитогорске сутенершу убили, чтобы отнять деньги» (ОТВ). Тема происшествий одна из самых популярных в Челябинской области. Помимо самостоятельных телевизионных программ, некоторые сайты имеют одноименную рубрику. Видеосюжеты в ленте данной рубрики имеют нейтральный характер, беспристрастное видение ситуации, безэмоциональную подачу. Герои «усреднены» и обезличены. При этом стоит отметить отсутствие большого количества сцен насилия, жестокости и

крови. Чаще всего новости создаются постфактум и события носят итоговый характер.

Безусловно, помимо стандартного набора тематических рубрик (куда входят рубрики «Государство», «Политика», «Общество» и «Происшествие»), для некоторых интернет-сайтов характерны особенные тематические рубрики. Так на интернет-сайте телекомпания ОТВ «Первый областной» имеется рубрика «Хоккей». Выделение в отдельную рубрику обусловлено популярностью данного вида спорта среди жителей Челябинской области. Здесь собраны новости команды, видео лучших матчей, видеоподборки тренеров, хоккеистов и многое другое. Рубрика «Здоровье» также не является постоянной тематической рубрикой и имеется только на интернет-сайтах ОТВ («Первый областной»). Сюда включены новости Министерства здравоохранения, информация о новых методах лечения и медицинских услугах. Тема здоровья представляет интерес для любого человека, независимо от возраста и пола. А в разделе «Это интересно» на сайте ОТВ размещены интересные новости со всего мира. К примеру «Фанаты подарили “Би-2” кусочек метеорита “Челябинск”», «В Челябинске сшили новую форму для клуба “Реал Мадрид”», «Сбежавшая из зоопарка олениха Герда завела аккаунт “ВКонтакте”».

Тематических групп на интернет-сайте ОТВ больше, чем на ГТРК «Южный Урал – Челябинск» или «Южный Урал – Магнитогорск», что дает пользователям возможность поиска информации более узкой тематической направленности. На сайте имеется два типа видеосюжета: видеосюжет, созданный для ленты новостей и видеосюжет, созданный для телеэфира (размещен в блоке «Телепередачи»).

Проанализировав материалы интернет-сайтов региональных телекомпаний, мы можем сказать, что рубрикация материалов по тематике зависит от политики редакции канала, в зависимости от этого на первый план выдвигаются те или иные материалы, создаются специальные блоки. На сайтах государственных каналов ОТВ и ГТРК «Южный Урал» большое внимание уделяется новостям внутренней и внешней политики, экономики и бизнеса, блоки таких материалов являются главными. На сайте «31 канала» новости специально не формируются по тематике, они представлены в специальных проектах и программах. Из таких новостей аудитории сложно выбрать для себя интересные темы, это является минусом. Но у специальных программ больше шансов иметь постоянных зрителей, благодаря периодичности выхода, персонализации информации ведущим. В таких программах популярны темы моды, автомобилей, спорта, полезных советов и гороскопа. Они отличаются глубоким подходом к проблеме, наличием аналитики и ярких героев.

В результате анализа тематических групп видеосюжетов мы пришли к выводу, что ведущими являются рубрики государство (политика, власть), экономика, общество и происшествие. Данные тематические группы характерны для интернет-сайтов ОТВ, ГТРК «Южный Урал – Челябинск», ГТРК «Южный Урал – Магнитогорск». Видеосюжеты носят нейтральный характер, объективный взгляд на проблему, имеют безэмоциональную подачу, в центре сюжета либо политический деятель, либо типичный «усредненный» герой. Для сайтов телекомпаний характерна строгая тематическая иерархия, где рубрики расположены в порядке убывания степени важности. Так верхние строчки занимают рубрики политической, экономической и



общественной тематики, а после следуют рубрики — по интересам (происшествия, культура, спорт, здоровье и др.). Кроме того рубрики можно разделить на универсальные и специализированные. К универсальным относится рубрика «Общество», куда попадают видеосюжеты разной тематической направленности, предназначенные для широкой аудитории. К специализированным относятся все

остальные, т. к. при распределении учитываются тема видеосюжета, его идейная направленность и тип главного героя. Четкая рубрикация информационных сайтов является одним из важных факторов, которая обеспечивает максимальное удобство использования сайта пользователем.