

УДК 008

DOI 10.34670/AR.2019.45.5.029

Специфика регионального телевидения (на примере Республики Узбекистан)

Гафурова Париход Аслон кизи

Аспирант, кафедра теории и истории журналистики,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;
e-mail: gafurova@mail.ru

Матвиенко Валентин Викторович

Кандидат филологический наук,
доцент, кафедра теории и истории журналистики,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;
e-mail: matvienko@mail.ru

Аннотация

Зарубежные исследования свидетельствуют, что во многих странах мира региональные и местные СМИ гораздо более привлекательны для аудитории, чем общенациональные. И это не удивительно, учитывая специфику их содержания, отражающего состояние социальной среды, с которой каждодневно взаимодействует человек. Отметим, что постоянный приток актуальной информации об изменениях, происходящих в регионе жизненно важен для ориентации граждан в социальной действительности: участия в местном самоуправлении, для принятия адекватных решений в производственной деятельности, поведения в повседневной жизни.

Этому способствуют и процессы, связанные с развитием самостоятельности областей, местного самоуправления. В работе показано, что региональное телевидение территориально и по содержанию наиболее близкие населению, а потому способны теснее взаимодействовать с местным населением.

Это требует концептуального пересмотра его роли, поиска новых форм организации деятельности и переосмысления содержательных приоритетов с учётом насущных потребностей людей, проживающих в данной местности и получения полноценной и разнообразной актуальной информации.

Первоочередной, жизненно важной является проблема повышения конкурентоспособности регионального телевидения как источника информации. В условиях информационной и экономической открытости, включённости в глобализационные процессы, необходимость соответствовать жёстким требованиям конкурентной борьбы неизбежно распространяется и на региональные субъекты, не исключая и медийные организации регионов.

Для цитирования в научных исследованиях

Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Специфика регионального телевидения (на примере Республики Узбекистан) // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. С. 224-230. DOI 10.34670/AR.2019.45.5.029

Ключевые слова

Телевидение, культура Узбекистана, историческое мышление, культурные ценности, просвещение.

Введение

Место телевидения в жизни населения городов Узбекистана остается значительным. Согласно отраслевому докладу, более половины опрошенных считают: «лишившись ТВ на месяц, они потеряют нечто жизненно важное; 83,7% частично или полностью согласны с этим утверждением (для сравнения скажем, что, по данным социологических опросов, потеря Интернета станет существенной для 2/3 респондентов, газет – для 3/4)»¹.

Таким образом, самым действенным средством влияния на сознание граждан, безусловно, остается телевидение. Оно – наиболее мощный канал воздействия на человеческий разум и психику. Присутствие не только голоса, но и яркой «живой» картинки на экране – это, безусловно, то, почему телевидение сейчас наиболее популярно среди прочих электронных СМИ. Соответственно, оно имеет больше рычагов влияния на общественное сознание.

Основная часть

Еще совсем недавно местные телерадиокомпании представляли собой звенья единой системы советского телевидения. Демократизация телевидения предъявила новые требования к региональному телевидению. Оно должно было восполнить недостаток информации на центральных государственных телеканалах о событиях, происходящих в областях республики.

Поэтому взаимоотношения местной телестудии с властными структурами зачастую были предельно упрощены и сводились к простой указке - диктовке тем и проблемных направлений, стремлению объединить, "увязать" планы работы местной администрации и планы студии. Однако указующий перст местного руководства редко учитывал многообразные факторы реальной вещательной политики, тем более, что, судя по результатам опроса экспертов, местная элита специфику телевизионной журналистики представляла слабо, местных передач практически не смотрит.

Мало того, весьма приблизительными были также суждения об отражаемой телевидением реальной действительности. К сожалению, здесь можно сделать вывод о том, что если в прошлые времена мешало преобладавшее неверное отношение самих тележурналистов к предназначению местного телевидения (амбиции "монополиста эфира"), то со временем таким тормозом стали неверно выработанные требования "издателя".

С обретением Независимости телевидение стало свободным от партийных пропагандистских указов и норм. Появилась реклама, высокими темпами стало развиваться

¹<http://xn--e1aaatbcqh4abgd.xn--p1aacd.xn--p1ai/products/item310.php>

региональное телевидение, появление которого было обусловлено все возрастающим вниманием жителей областей к своим собственным, местным проблемам. С экранов телевизоров люди стали получать правдивую, яркую информацию о мире.

За последние годы региональное телевидение стало основным источником, из которого население узнает местные новости, особенно это характерно для небольших провинциальных городов, которым очень часто доступны лишь несколько телеканалов.

В целом говорить о региональном телевидении весьма сложно. У таких телекомпаний трудностей возникает гораздо больше. Нужно отметить, что региональное телевидение зависит от местных предпринимателей.

Объектом отражения для всех СМИ является реальная действительность с многообразием политических, экономических, культурных проблем, общественных отношений, природных условий и т.д. адресуют продукцию своей деятельности одному и тому же зрителю, слушателю, читателю, не логично ли предположить, что различные органы массовой информации должны избрать для отражения лишь определенные стороны, грани действительности.

По мнению авторов, можно указать два основных признака, в соответствии с которыми должны дифференцироваться местные телепрограммы. Во-первых, это географические, экономические и социокультурные особенности региона, а, во-вторых - региональная аудитория. В любом случае, эти теоретические положения вполне позволяют сделать вывод, что при планировании деятельности вновь создаваемых студий, и при упорядочении вещания недавно существующих, требуются достаточно точные знания специфических особенностей внешней среды и качественного состава зрителей по всем ее признакам.

Однако изучение многофакторных особенностей "внешней среды" в регионах ведется недостаточно эффективно. Вряд ли могут удовлетворить объективного исследователя и ставшие столь распространенными измерения рейтинга программ, и их влияние на вещательную политику телеканалов. Еще меньше ощущаются в деятельности местных студий, проводимые от случая к случаю, социологические исследования региональной телеаудитории.

Если в проведении социологических исследований местные медиа уступают, то в плане эксклюзивности региональные тележурналисты вне конкуренции, когда речь идет о местных новостях. Что же касается оперативности, то она требует соответствующей материально-технической базы, что в большинстве случаев недоступно региональным телекомпаниям. В тех же случаях, когда щедрые "вливания" спонсоров или местных властей в богатых регионах обеспечивают местные телестудии ультрасовременной телетехникой, нередко не хватает профессионального мастерства журналистов для ее использования, да и специфические местные условия (огромная территория, климат) существенно ограничивают указанные факторы в местном телевещании.

Региональное телевидение в какой-то степени всегда будет побеждать любой национальный канал потому, что обсуждает проблемы местного масштаба, а не Узбекистана в целом.

Развитие регионального телевещания – важный вопрос, решение которого позволит обеспечить жителей отдельных городов качественной информацией, касающейся как страны в целом, так и отдельных ее областей и районов, поскольку им не всегда уделяется должное внимание в выпусках национальных новостных программ. Региональное телевещание – это важнейшая составляющая часть всей телепродукции, которая изготавливается в республике. В контексте цифровизации необходимо, прежде всего, думать, что делать для поддержания регионов, поскольку именно к программам местных компаний наиболее высока степень доверия.

В условиях функционирования современного общества немаловажную роль играет и пропагандирование культурных ценностей края. Создание качественных местных программ дает возможность населению обсуждать актуальные проблемы на уровне отдельных регионов.

На сегодняшний день местное телевидение ведет активную и зачастую успешную борьбу за аудиторию с национальными каналами. Однако оно от них отличается, имеет ряд своих особенностей. В основном это связано с особенностями региона и, как следствие, – с интересами аудитории.

В работах по истории, теории и практике журналистики термины «местная», «провинциальная», «периферийная», «региональная» используются как синонимы применительно к областной и региональной журналистике. Под понятием «регион» подразумевается также определенная географическая территория (не обязательно административная), население которой тесно связано экономической, культурной, этнографической, конфессиональной и другой общностью.²

Аудитория у государственного и коммерческого телевидения одна. Однако, региональное вещание оказывает на нее более ошутимое воздействие, поскольку сохраняет за собой статус наиболее распространенного источника информации. Региональной системе СМИ приходится привлекать зрителей различными информационными и культурно-развлекательными программами. Журналист областного телеканала должен учитывать многочисленные факторы, определяющие интересы такой аудитории: политические, религиозные, национальные, демографические, исторические. Их совокупность с реальными условиями проживания и есть объективные условия, в которых приходится работать региональным журналистам. Они должны иметь общее представление о проблеме, чтобы показать ее в целом и пути её решения, с учетом особенностей отдельно взятой области. Национальное же телевидение освещает в основном государственные, мировые, то есть масштабные события, которые вызывают интерес у всех жителей страны.

В профессиональном отношении требования к работе регионального тележурналиста не отличаются от требований к журналисту национального телеканала: учет интересов своей аудитории, умение работать в кадре, говорить картинками, находить темы и героя, предлагать разные точки зрения, выбирать верную интонацию и следить за современностью стиля. Хотя применение этих знаний на практике сильно различается, хотя бы потому, что существуют различия в аудитории, ее численности, интересах и предпочтениях. Такой журналист должен хорошо представлять жизнь и проблемы своего края.

Характерной особенностью происходящих сегодня культурных изменений является регионализация социально-культурной сферы и медиапотребления. Контент локальных СМИ, несмотря на общую тенденцию подражания национальным телеканалам, как было сказано выше, имеет свои особенности, хотя бы потому, что стоит к своему зрителю гораздо ближе: оно рассказывает о той жизни, в которой учатся, работают, отдыхают люди города N. Национальное же телевидение «рисует» жизнь далеко за пределами этого города, зачастую не погружая зрителя в водоворот событий, а просто информируя его о происходящем.

Значение регионального ТВ в современных условиях, по мнению автора, возрастает. В отличие от программ центрального ТВ, рассчитанных на определенную усредненную аудиторию, местное вещание рассматривает проблемы и дает информацию, конкретно связанные с повседневной жизнью населения определенного региона.

²Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (<http://www.library.cjes.ru>)

Таким образом, преимущества, возникающие в силу специфики и особого положения регионального телевидения следующие:

- Возможность вести диалог со зрителем более доверительно, установить личную дистанцию. Эта дистанция, как никакая другая, соответствует самой профессии телеведущего и дает возможность раскрыться на экране.
- Проблемы имиджа, стиля, акцента и диалекта проще на местном телевидении, так как на экране появляется "один из нас" - говорит, как мы, одет как мы и т.д.
- Близость к зрителю означает погружение тележурналиста в ту среду, о которой и для которой он готовит репортажи. Сам тележурналист является участником событий, о которых рассказывает.
- Близость к зрителю означает особую поддержку населения тем, кто ведет настоящую журналистскую работу. Кредит доверия со стороны зрителя, его умение прощать неточности, погрешности, поспешность - удивительное качество местного телевидения.
- Близость к зрителю дает возможность находить уникальный контент, описывающих героев, местных зрителей.

Следующее особое качество, - это универсальность регионального тележурналиста. В большинстве своем региональные телекомпании не имеют возможности закрепить за конкретным работником какую-либо узкую специализацию. Часто можно видеть такие программы новостей, где журналист выполняет функции и ведущего, и корреспондента новостей.

Заключение

Региональное телевидение территориально и по содержанию наиболее близкие населению, а потому способны теснее взаимодействовать с местным населением.

Это требует концептуального пересмотра его роли, поиска новых форм организации деятельности и переосмысления содержательных приоритетов с учётом насущных потребностей людей, проживающих в данной местности и получения полноценной и разнообразной актуальной информации.

Первоочередной, жизненно важной является проблема повышения конкурентоспособности регионального телевидения как источника информации. В условиях информационной и экономической открытости включённости в глобализационные процессы, необходимость соответствовать жёстким требованиям конкурентной борьбы неизбежно распространяется и на региональные субъекты, не исключая и медийные организации регионов.

Библиография

1. Абдурахманов К. П., Бекназарова С. С. Из истории развития медиаобразования в Узбекистане // Медиаобразование. – 2011. – №. 2.
2. Ганиева Э. Р. Перспективы развития и модернизации каналов репродукции кино в Узбекистане // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – №. 43. – С. 68-73.
3. Юсупалиева Д. К. Телевидение Узбекистана в годы независимости // Оргкомитет конференции. – 2015. – С. 38.
4. Юсупалиева Д. К. Историко-социологический анализ развития телевидения в Узбекистане // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №. 1 (383).
5. Ганиева Э. Р. Перспективы развития и модернизации каналов репродукции кино в Узбекистане // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – №. 43. – С. 68-73.
6. Хасанов Б. М. Интернет-СМИ в Узбекистане и их влияние на развитие гражданского общества // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. – 2017. – №. 2.

7. Ирматов И. Р. История телевидения Узбекистана и его роль в жизни общества // Молодежь в науке и культуре XXI в.: материалы междунар. науч.-. – 2016. – С. 89.
8. Беляев И. Национальное телевидение и духовная жизнь общества // Высшее образование в России. – 2004. – №. 12.
9. Каримов А. А. Место и роль ток-шоу на каналах национального телевидения Узбекистана // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2012. – №. 3.
10. Юсупалиева Д. К. Деятельность частных телеканалов в Узбекистане // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика. – 2019. – С. 286-288.

Specificity of regional television (on the example of the Republic of Uzbekistan)

Parikhod A. Gafurova

Postgraduate,
Department of theory and history of journalism,
Peoples' Friendship University of Russia,
117198, 10, Miklukho-Maklay st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: gafurova@mail.ru

Valentin V. Matvienko

PhD in Philology,
Docent,
Department of theory and history of journalism,
Peoples' Friendship University of Russia,
117198, 10, Miklukho-Maklay st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: matvienko@mail.ru

Abstract

Foreign studies show that in many countries of the world, regional and local media are much more attractive to audiences than national ones. And this is not surprising, given the specificity of their content, reflecting the state of the social environment with which people interact every day. It should be noted that the constant flow of relevant information about the changes taking place in the region is vital for the orientation of citizens in social reality: participation in local self-government, for making adequate decisions in production activities, behavior in everyday life.

This is facilitated by the processes associated with the development of independence of regions, local self-government. The paper shows that regional television is geographically and content closest to the population, and therefore able to interact more closely with the local population.

This requires a conceptual revision of its role, the search for new forms of organization and rethinking of substantive priorities, taking into account the urgent needs of people living in the area and obtaining full and diverse relevant information.

The problem of increasing the competitiveness of regional television as a source of information is of primary and vital importance. In the context of information and economic openness, inclusion in globalization processes, the need to meet the stringent requirements of competition inevitably extends to regional actors, not excluding the media organizations of the regions.

For citation

Gafurova P.A., Matvienko V.V. (2019) Spetsifika regional'nogo televideniya (na primere Respubliki Uzbekistan) [Specificity of regional television (on the example of the Republic of Uzbekistan)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 9 (5A), pp. 224-230. DOI 10.34670/AR.2019.45.5.029

Keyword

Television, culture of Uzbekistan, historical thinking, cultural values, education.

References

1. Abdurakhmanov K. P., Beknazarova S. S. (2011) From the history of media education in Uzbekistan. no. 2.
2. Ganieva E. R. (2015) Prospects of development and modernization of cinema reproduction channels in Uzbekistan in the world of science and art: questions of Philology, art criticism and cultural studies. no. 43. Pp. 68-73.
3. Yusupalieva D. K. (2015) Television of Uzbekistan in the years of independence. Organizing Committee of the conference. P. 38.
4. Yusupalieva D. K. (2016) Historical and sociological analysis of the development of television in Uzbekistan. Herald of the Chelyabinsk state University. no. 1 (383).
5. Ganieva E. R. (2015) Prospects of development and modernization of cinema reproduction channels in Uzbekistan. in the world of science and art: questions of Philology, art criticism and cultural studies. no. 43. Pp. 68-73.
6. Khasanov B. M. (2017) Internet media in Uzbekistan and their influence on the development of civil society Locus: people, society, culture, meanings. no. 2.
7. Irmatov I. R. (2016) History of television in Uzbekistan and its role in society. Youth in science and culture of the XXI century: proceedings of the international journal. science. P. 89.
8. Belyaev I. (2004) National television and spiritual life of society. Higher education in Russia. no. 12.
9. Karimov A. A. (2012) the Place and role of talk shows on the channels of the national television of Uzbekistan. Bulletin of Chelyabinsk state pedagogical University. no. 3.
10. Yusupalieva D. K. (2019) Activity of private TV channels in Uzbekistan Innovative scientific research: theory, methodology, practice. Pp. 286-288.