
НАУЧНЫЙ ДЕБЮТ

УДК 070

Научная статья

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ
РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В КБР**

Блиева К. Р.

*ФГБОУ ВО “Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х. М. Бербекова”,
Россия, г. Нальчик*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу социальных сетей как инструмента распространения информации на примере КБР. В ней рассматриваются вопросы, связанные с ролью цифровых технологий в жизни социума. Социальные медиа интерпретируются как новый вид СМИ, различающихся уровнем доверия населения к информации из них. Выявлено, что роль цифровых технологий в нашей жизни достигла новых высот, и все больше людей ориентируются на интернет с целью получить достоверную информацию. Одним из положительных эффектов социальных сетей является распространение информации в современном мире. Чем дольше информация находится в обращении, тем больше дискуссий она порождает и тем больше влияние социальных сетей. Однако некоторые важные проблемы остаются нерешенными, и предстоит еще многое сделать для обеспечения того, чтобы все люди во всем мире имели справедливый и равный доступ к изменяющим жизнь цифровым сетям.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: цифровые технологии, интернет, распространение информации в современном мире, влияние социальных сетей, изменяющие жизнь цифровые сети.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.014

Поступила в редакцию: 21.01.2021

В окончательном варианте: 21.02.2021

Для цитирования. Блиева, К. Р. Социальные сети как инструмент распространения информации в КБР/ К. Р. Блиева. – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 148 – 158. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.014

ВВЕДЕНИЕ

За последние годы (14 лет) информационно-коммуникационные технологии быстро трансформировались и ключевым событием стало появление социальных сетей. При этом темпы перемен принимают ускоренный характер. Так, например, развитие мобильных технологий сыграло важную роль в формировании влияния социальных сетей. В силу этого во всем мире мобильные устройства доминируют по общему

количеству времени, проведенного в интернете, что дает возможность подключаться к процессу коммуникации в любом месте, в любое время на любом устройстве. Этот фактор актуализирует необходимость обращения к социальным сетям. Исходя из этого, в данной работе ставится цель – рассмотреть социальные сети как инструмент распространения информации в Кабардино-Балкарской Республике.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология данного исследования опирается на комплексный междисциплинарный подход, который был реализован на основе общенаучных принципов объективности и системности. Принцип объективности с его опорой на фактический материал дает возможность проанализировать каждое явление в его многогранности и противоречивости.

В соответствии с принципом системности социальные сети рассматривались как составная часть единой системы распространения информации. На основе данных методологических принципов использовался комплекс общенаучных методов (анализ, синтез, индукция, дедукция). Проблемно-хронологический метод позволяет исследовать разные стороны социальных сетей в их последовательном развитии.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Согласно исследованию, проведенному Digital 2020, количество пользователей интернета во всем мире выросло до 4,54 миллиарда, увеличившись на 7 процентов (298 миллионов новых пользователей) по сравнению с январем 2019 года. В январе 2020 года во всем мире насчитывается 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, и это число растет.

В настоящее время средний пользователь интернета ежедневно проводит в сети 6 часов 43 минуты. Это на 3 минуты меньше, чем в прошлом году, но все равно составляет более 100 дней подключенного времени на одного пользователя интернета в год. Если мы позволяем себе спать примерно 8 часов в день, это означает, что в настоящее время мы проводим более 40 процентов нашей бодрствующей жизни, используя интернет. Более того, в 2020 году пользователи провели в интернете в общей сложности 1,25 миллиарда лет, причем более трети этого времени было потрачено на использование социальных сетей [1]. В них активно обсуждаются базовые ценности общества [2], семейные и иные интерперсональные отношения [3], значимые события в жизни социума [4] и др. Указанное сопряжено с тем, что социальные медиа используются для формирования политики, бизнеса, мировой культуры, образования, карьеры, инноваций и т.д.

Нами было проведено исследование с использованием инструмента Google Формы [5], в котором приняли участие жители Кабардино-Балкарской Республики от 18 до 65 лет. Опрос проходили 31 человек: 14 человек в возрасте 18 – 25 лет, 4 – в возрасте 26 – 35 лет, 9 – в возрасте 36 – 45 лет и 3 – в возрасте 46 – 65 лет. Опрос состоял из 13 вопросов:

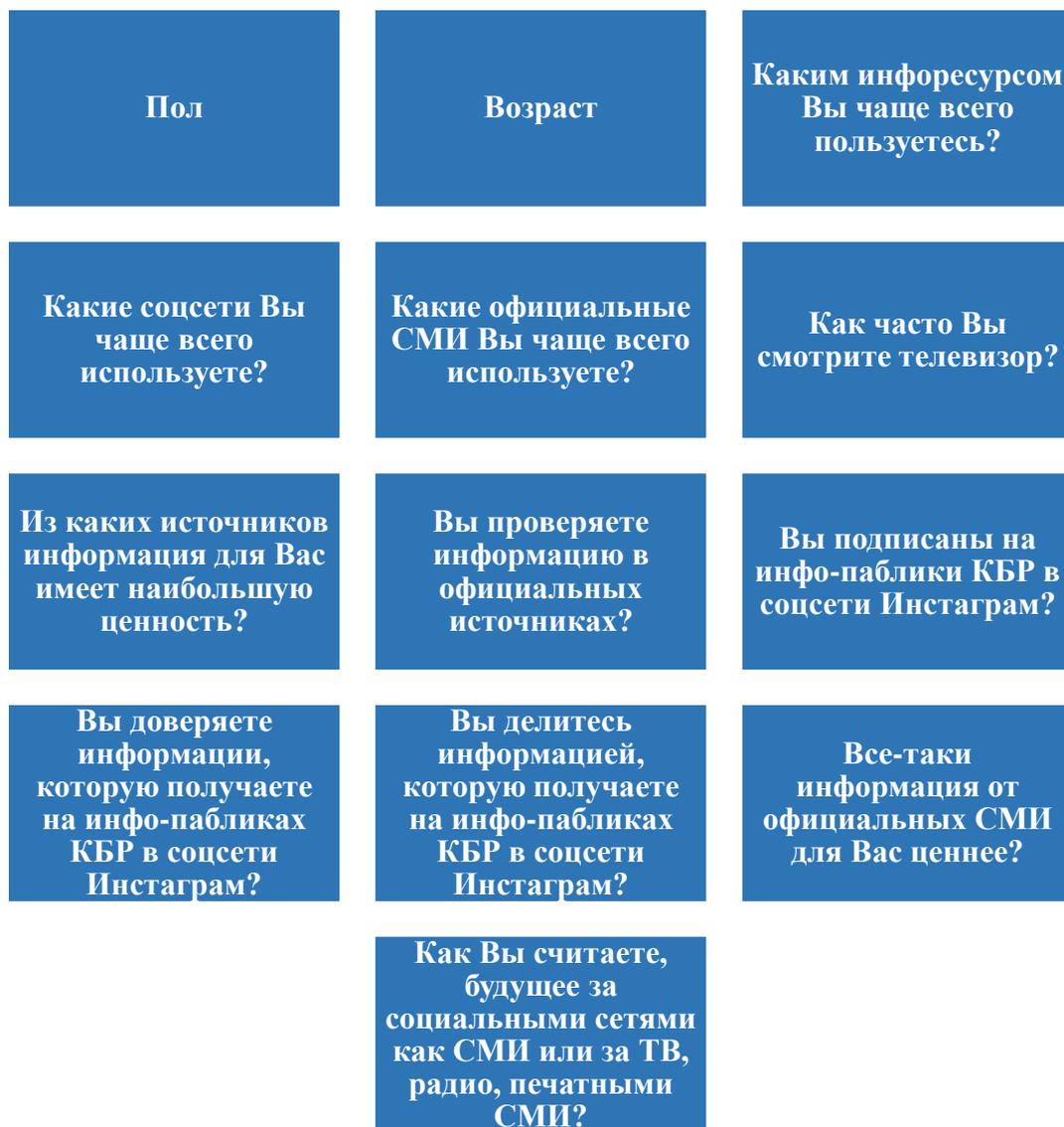


Рис. 1. Количественные показатели

Из числа опрошенных 73,3 % респондентов утверждают, что получают новости из социальных сетей, причем 53 % делают это очень часто.



Рис. 2. Результаты исследования

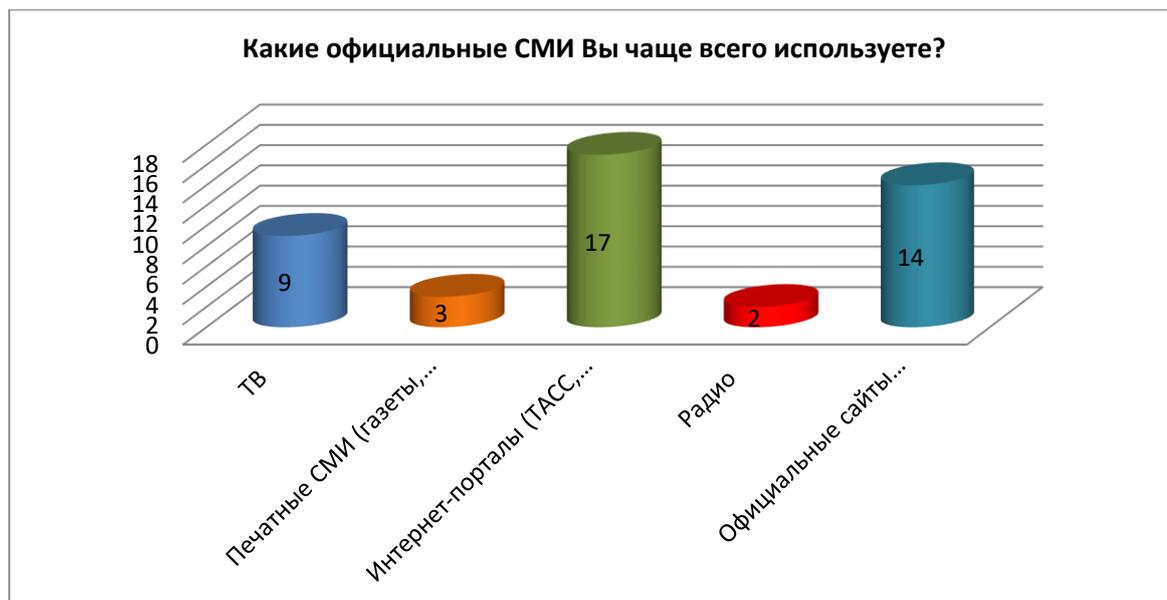


Рис. 3. Результаты исследования.

По сравнению с другими средствами массовой информации, влияние социальных сетей в политических кампаниях значительно возросло. Социальные сети играют все более важную роль в электоральной политике.

Поскольку социальные сети дают возможность людям общаться друг с другом более свободно, то они помогают создавать и влиятельные социальные организации среди некогда маргинализированных групп. Они питаются взаимодействием между людьми и становятся при этом более мощными по мере роста. Без них социальные, этические, экологические и политические проблемы будут иметь минимальную видимость. Повышенная видимость проблем сместила баланс сил из рук немногих в руки масс [6].

Налицо и другой аспект рассматриваемого нами феномена – социальные медиа медленно убивают реальный активизм и заменяют его “слэктивизмом”. В то время как активность в социальных сетях приносит повышенную осведомленность о социальных проблемах, остаются вопросы о том, переводится ли эта осведомленность [7].

Это человеческая реакция, когда людям дают выбор, который освобождает их от ответственности действовать. Например, в результате проведенного экспертного интервью с начальником колл-центра и помощником директора по вопросам средств массовой информации ООО “Экологистика” в вопросе обращения граждан к коммунальной службе, было разработано несколько способов обращения граждан в соответствующий орган:

- 1) по номеру горячей линии в колл-центр,
- 2) в директ Инстаграм,
- 3) по номеру Ватсап организации,
- 4) через электронную почту.

В соответствии с отчетом за 2020 г. 47% граждан обращались в орган для решения проблем через социальную сеть Инстаграм [8] (в КБР почти 80% всех пользователей интернета находятся на Instagram платформе), 43% в колл-центр, включая Ватсап, и

только 8% на электронный адрес организации. Остальные 2% выбирают другие способы обращения (через другие инстанции либо по месту жительства).

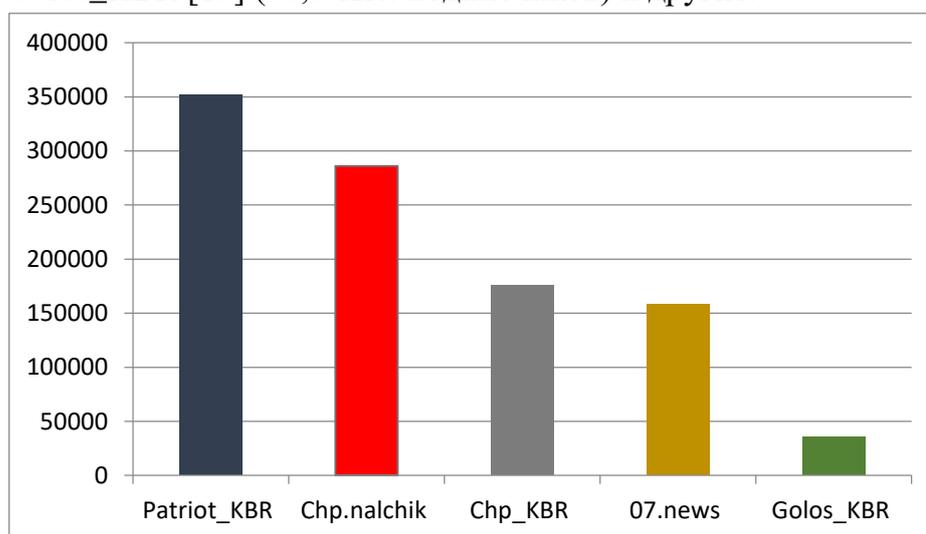
Компании осознают важность использования социальных сетей для установления контактов с клиентами и получения дохода. Они могут использовать социальные сети для получения информации, стимулирования спроса и создания целевых предложений продуктов. Это важно в бизнесе и, очевидно, в мире электронной коммерции.

Многие исследования показывают, что внедрение социальных сетей на рабочем месте может усилить обмен знаниями. Результатом является совершенствование деятельности по управлению проектами и обеспечение возможности распространения специализированных знаний. Полное внедрение социальных технологий на рабочем месте устраняет границы и может повысить уровень взаимодействия, а также помочь создать более высококвалифицированных и знающих работников.

Общеизвестно, что информация – это сила. Без средств ее распространения невозможен и диалог власти и общества. Одним из позитивных эффектов социальных сетей является распространение информации в современном мире. Такие платформы, как Instagram, Facebook, ВКонтакте и другие, позволили получить доступ к информации одним нажатием кнопки.

Разберем на примере социальной сети Instagram. В Кабардино-Балкарской Республике наибольшей популярностью пользуются следующие инфо-паблики:

1. Patriot_KBR [9] (352 тыс. подписчиков),
2. Chp.nalchik [10] (286 тыс. подписчиков),
3. Chp_KBR [11] (176 тыс. подписчиков),
4. 07.news [12] (158 тыс. подписчиков),
5. Golos_KBR [13] (35,8 тыс. подписчиков) и другие.



Данные паблики одни из первых, кто освещает актуальные новости в республике. Основными видами контента пабликов являются информационный и вовлекающий. Администраторы групп собирают информацию на официальных сайтах компетентных органов. Несмотря на это, происходит “слив” недостоверной информации путем обращения граждан в инфо-паблики через директ. Администраторы групп чаще всего не

проверяют информацию и выкладывают на своих платформах, в результате чего происходит общественный резонанс.

Преследовалась цель выявить характеристику данных аккаунтов и их специфику взаимоотношений с официальными аккаунтами СМИ, с аудиторией.

№ п/п	Показатели
1.	оформление аккаунта
2.	индивидуальные особенности аккаунта
3.	разнообразие контента по формату
4.	длина текста
5.	жанр публикаций
6.	частота публикаций
7.	ведение «Instagram Stories»
8.	количество подписчиков
9.	динамика подписчиков
10.	количество лайков
11.	количество комментариев
12.	количество постов
13.	вовлеченность

Рис. 5. Качественные показатели исследования.

Полученные в ходе исследования данные показали, что аккаунты СМИ активно используют видеоматериалы и фотографии, набирают популярность Instagram Галереи. Длина постов колеблется от 63 символов до 238, отметим, что данный показатель стремится к сокращению. Не существует жесткой зависимости между количеством публикуемых постов в день и вовлеченностью аудитории. Так, аккаунт «Патриот КБР» ежедневно размещает около 7 постов, средняя вовлеченность которых составляет 0,78%.

В результате проведенного анализа мы выделили ряд направлений, которые необходимо учитывать при введении аккаунта СМИ. Среди них можно выделить следующие:

- 1) в аккаунтах социальной сети Instagram новости появляются раньше, чем на официальных страницах СМИ;
- 2) социальная сеть Instagram в значительной мере меняет характер всех социальных сетей;
- 3) возрастает роль визуализации контента;
- 4) стремительно сокращается текстовое сообщение;
- 5) увеличивается популярность использования Instagram Галереи;
- 6) продолжается динамика доминирования видеоконтента над другими форматами;
- 7) аудитория все больше внимания обращает на такие элементы, как бэкграунд или контекст;
- 8) социальная сеть Instagram, как другие средства коммуникации, транслирует фейковые и тенденциозные новости;
- 9) увеличивается степень автоматизации при выборе публикаций для официальной страницы СМИ в Instagram;

10) большую роль в социальной сети Instagram продолжают играть блогеры различного масштаба.

Исследование, проведенное компанией parse.ly, показывает, что ожидаемая продолжительность жизни истории, опубликованной в Интернете, составляет 2,6 дня по сравнению с 3,2 днями, когда история публикуется в социальных сетях. Это разница в 23%, что весьма существенно, если учесть, что миллиарды людей ежедневно пользуются Интернетом, значит, чем дольше информация находится в обращении, тем больше дискуссий она порождает и тем больше влияние социальных сетей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что обмен информацией – это то, что люди видят и реагируют на контент. До тех пор, пока контент остается актуальным и потребность в информации все еще существует, для любой организации всегда стоит использовать социальные сети для продолжения публикации.

Мы пришли к выводу, что социальные сети выступают в качестве универсальной публичной площадки, предоставляющей возможность как для неформального общения, так и для официальных коммуникаций. Нами были выявлены функции, характерные для средства массовой коммуникации и присущие социальной сети Instagram, среди них: коммуникативная; имиджевая; социальная; информационная; развлекательная и коммерческая.

Таким образом, мы можем заключить, что на данный момент социальная сеть Instagram прочно вошла в инструментарий полноценной работы корреспондентов СМИ благодаря таким факторам, как распространение личного контента журналиста; увеличение погруженности в события; Instagram способствует повышению профессиональных навыков.

Мы выяснили, что публикации, выложенные на просторы веб-пространства, обладают такими характеристиками, как гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность. Социальная сеть Instagram, как и СМИ, ориентирована на персональный подход, обладает такими качествами, как оперативность, измеримость, иллюстративность и гибкость. Все это позволяет говорить нам о том, что трансформировавшийся готовый продукт начал носить характер медиатекста, существование которого успешно поддерживается интернет-средой социальной сети Instagram.

Можно заключить, что современные СМИ стоят перед необходимостью адаптации своего контента под каждый отдельный канал коммуникации, в том числе и под визуальную социальную сеть Instagram. Следуя актуальным тенденциям развития данной сети, СМИ может расширять свою аудиторию, потенциал которой в социальных сетях на данный момент является наивысшим.

КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ. Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1]. Глобальный обзорный отчет Digital 2020 “Special reports: Digital 2020: 3.8 billion people use social media”. – Текст: электронный. – 2020. – URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения 25.12.2020).
- [2]. Ахматова, М. А. Репрезентация концепта “ум” в карачаево-балкарском языке/ М. А. Ахматова, М. Б. Кетенчиев. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. – № 2 (30). – С. 57 – 64. – DOI: 10.29025/2079-6021-2018-2(30)-57-64.
- [3]. Кетенчиев, М. Б. Вербализация семьи в карачаево-балкарском фольклоре/ М. Б. Кетенчиев, А. Т. Додуева, А. А. Девеева. – Текст: непосредственный // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7. – № 1 (22). – С. 81–84.
- [4]. Кетенчиев, М. Б. Особенности вербализации депортации 1943–1957 гг. в карачаево-балкарской народной лирике/ М. Б. Кетенчиев, А. Т. Додуева, А. М. Мизиев. – Текст: непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 1. – С. 112 – 119. – DOI: 10.29025/2079-6021-2020-1-112-119.
- [5]. Google Формы. – Текст: электронный – 2020. – URL: <https://forms.gle/Ppm5kNuZQN478o1b6> (дата обращения 05.01.2021).
- [6]. Лэнг, Ванесса Родригес Социальные сети против традиционных медиа – сделайте переход к цифровому маркетингу /Ванесса Родригес Лэнг.– Текст: электронный – 2020.– URL: <https://uhurunetwork.com/> (дата обращения 25.12.2020).
- [7]. Понимание влияния социальных сетей: плюсы и минусы. – Текст: электронный – 2020. – URL: <https://www.simplilearn.com/> (дата обращения 12.01.2021).
- [8]. Экспертное интервью с помощником директора ООО “Экологистика” по вопросам СМИ. – Текст: электронный – 2020. – URL: https://www.instagram.com/ecologistika_kbr/ (дата обращения 25.12.2020).
- [9]. Информационный паблик в социальной сети Instagram @Patriot_KBR. – Текст: электронный – 2020. – URL: https://www.instagram.com/patriot_kbr/ (дата обращения 05.01.2021).
- [10]. Информационный паблик в социальной сети Instagram @chp.nalchik. – Текст: электронный – 2020. – URL: <https://www.instagram.com/chp.nalchik/> (дата обращения 24.12.2020).
- [11]. Информационный паблик в социальной сети Instagram @chp_KBR. – Текст: электронный – 2020. – URL: https://www.instagram.com/chp_kbr/ (дата обращения 26.12.2020).
- [12]. Информационный паблик в социальной сети Instagram @07.news. – Текст: электронный. – 2020. – URL: <https://www.instagram.com/07.news/> (дата обращения 25.12.2020).
- [13]. Информационный паблик в социальной сети Instagram @golos_KBR. – Текст: электронный – 2020. – URL: https://www.instagram.com/golos_kbr/ (дата обращения 24.12.2020).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Блиева Карина Руслановна,

ведущий эксперт Министерства промышленности,
энергетики и торговли Кабардино-Балкарской Республики;
магистрант ФГБОУ ВО “Кабардино-Балкарский
государственный университет им. Х. М. Бербекова”

e-mail: k.blieva@yandex.ru

ORCID 0000-0003-2966-1075

SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR INFORMATION DISSEMINATION IN THE KBR

Blieva K. R.

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov”,
Nalchik, Russia*

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of social networks as a tool for information dissemination on the example of the KBR. It examines issues related to the role of digital technologies in the life of society. Social media is interpreted as a new type of media that differs in the level of public confidence in information from them. It is revealed that the role of digital technologies in our lives has reached new heights, and more and more people are focusing on the Internet in order to get reliable information. One positive impact of social media is in the distribution of information in today’s world. The longer the information is in circulation, the more discussion it generates and the greater the impact of social media. Some important challenges remain, however, and there’s still work to do to ensure that everyone around the world has fair and equal access to life-changing digital connectivity.

KEYWORDS: digital, online, the distribution of information in today’s world, the impact of social media, to life-changing digital connectivity.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.014

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 21.01.2021

REVISION SUBMITTED: 21.02.2021

FOR CITATION. Blieva K.R. (2021) Social'nye seti kak instrument rasprostraneniya informacii v KBR [Social networks as a tool for information dissemination in the KBR]. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost'*. 2021. vol. 1, no. 1. pp. 148 – 158. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.014

COMPETING INTERESTS. The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY. The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

BIBLIOGRAPHY

[1]. (2020) "Special reports: Digital 2020: 3.8 billion people use social media". Available at: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>, (accessed 25 December 2020).

[2]. Akhmatova M. A., Ketenchiev M. B. (2018) Rezentatsiya koncepta "um" v karachaevo-balkarskom yazyke [Representation of the concept "mind" in the Karachay-Balkar language]. Actual problems of philology and pedagogical linguistics, no 2 (30), pp. 57 – 64. DOI: 10.29025/2079-6021-2018-2(30)-57-64, (in Russian).

[3]. Ketenchiev M. B., Dodueva A. T., Deveeva A. A. (2018) Verbalizatsiya sem'i v karachaevo-balkarskom fol'klore [Verbalization of the family in Karachay-Balkar folklore]. Baltic Humanitarian Journal, vol. 7, no 1 (22), pp. 81 – 84, (in Russian).

[4]. Ketenchiev M. B., Dodueva A. T., Miziev A. M. (2020) Osobennosti verbalizatsii deportatsii 1943–1957 gg. v karachaevo-balkarskoj narodnoj lirike [Features of verbalization of deportation of 1943-1957 in Karachay-Balkar folk lyrics]. Actual problems of philology and pedagogical linguistics, no 1, pp. 112 – 119. DOI: 10.29025/2079-6021-2020-1-112-119, (in Russian).

[5]. Google Forms. 2020. Available at: <https://forms.gle/Ppm5kNuZQN478o1b6> (accessed 05 January 2021).

[6]. Vanessa Rodriguez Lang (2020) "Social Media vs. Traditional Media-Make the Transition to Digital Marketing". Available at: <https://uhurunetwork.com/> (accessed 25 December 2020).

[7]. (2020) "Understanding the impact of social networks: pros and cons". Available at: <https://www.simplilearn.com/> (accessed 12 January 2021).

[8]. (2020) Ekspertnoe interv'yu s pomoshchnikom direktora OOO "Ekologistika" po voprosam SMI [Expert interview with the assistant Director of "Ecological" issues of the media]. Available at: https://www.instagram.com/ecologistika_kbr/ (accessed 25 December 2020), (in Russian).

[9]. (2020) Informatsionnyj publik v social'noj seti Instagram @Patriot_KBR [Information public in a social network Instagram @Patriot_KBR]. Available at: https://www.instagram.com/patriot_kbr/ (accessed 05 January 2021), (in Russian).

[10]. (2020) Informatsionnyj publik v social'noj seti Instagram @chp.nalchik [Information public in a social network Instagram @chp.nalchik]. Available at: <https://www.instagram.com/chp.nalchik/> (accessed 24 December 2020), (in Russian).

[11]. (2020) Informatsionnyj publik v social'noj seti Instagram @chp_KBR [Information public in a social network Instagram @chp_KBR]. Available at: https://www.instagram.com/chp_kbr/ (accessed 26 December 2020), (in Russian).

[12]. (2020) Informatsionnyj publik v social'noj seti Instagram @07.news [Information public in a social network Instagram @07.news]. Available at: <https://www.instagram.com/07.news/> (accessed 25 December 2020), (in Russian).

[13]. (2020) Informatsionnyj publik v social'noj seti Instagram @golos_KBR [Information public in a social network Instagram @golos_KBR]. Available at: https://www.instagram.com/golos_kbr/ (accessed 24 December 2020), (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Blieva Karina Ruslanovna,
leading expert of the Ministry of Industry,
energy and trade of the Kabardino-Balkarian Republic;
Master's student of the FSBEI of HE "Kabardino-Balkarian
State University named after H. M. Berbekova "
e-mail: k.blieva@yandex.ru
ORCID 0000-0003-2966-1075

УДК 070

Научная статья

ФОРМЫ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В КБР

Габуева А. Н.

*ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х. М. Бербекова»,
Нальчик, Россия*

АННОТАЦИЯ

Статья раскрывает проблемы регионального телевизионного вещания в Кабардино-Балкарии. Одна из основных – жанровый анахронизм, полученный в наследство от системы советского ТВ, что тормозит развитие телевидения, создает определенные трудности и способствует потере массового зрителя. Авторы предлагают свою классификацию телевизионных передач, основанную на новых принципах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: телевидение, Кабардино-Балкария, жанр, передача, проблема.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

Поступила в редакцию: 15.01.2021

В окончательном варианте: 15.02.2021

Для цитирования: Габуева, А. Н. Формы телерадиовещания в КБР/ А.Н. Габуева. – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1. – № 1. – С. 158 – 166. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.015

ВВЕДЕНИЕ

Возникшее в тридцатые годы, телевидение всего за три десятилетия – уже в начале шестидесятых – превратилось из невиданного экзотического развлечения в самое любимое, распространенное и влиятельное средство массовой информации и массовой коммуникации, победив радио. Из технического зрелища, таким образом, телевидение трансформировалось в мощный культурный, идеологический, политический, просветительский орган.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

2. Культурные – сюжеты о культурных мероприятиях, фестивалях, праздниках, выставках, а также интервью с локальными деятелями культуры в рамках портретных репортажей.

3. Социальные – сюжеты о молодежи, здоровье, организации больниц и поликлиник, а также о социальной помощи и социальных проблемах (борьба с безработицей, очереди, пенсии, стипендии и так далее).

4. Актуальная информация, новостные программы.

5. Экономические – сюжеты об изменениях цен, разделении бюджета.

6. Религиозные – сюжеты о религиозной деятельности и праздниках.

7. Познавательные – сюжеты, не несущие актуально важную информацию, обычно не имеющие информационного повода, но призванные заинтересовать зрителя “интересными фактами”, некоторые тематические и портретные репортажи развлекательной тематики.

8. Политические – сюжеты о работе и организации госорганов, деятельности глав регионов, выборах.

9. Республиканские и городские – сюжеты на городскую тематику, посвященные городским преобразованиям, нововведениям и улучшению инфраструктуры, а также сюжеты о “проблемных участках” городов и сел.

10. Специальные репортажи – репортажи дольше средней продолжительности (7-15 минут), приуроченные к важному событию или рассказывающие о необычном явлении.

Всего было просмотрено 158 сюжетов на двух телеканалах.

К примеру, главный канал телевидения КБР имеет ряд цикловых передач, объединенных темой Великой Отечественной войны:

1. Труженики тыла.

2. Дети войны.

3. Забвению не подлежит.

4. Чтобы помнили.

5. Солдаты Победы.

6. Вспоминая о войне.

Даже не вникая особо в концепцию передачи, мы видим, что какие-то из них требуют большей подготовительной работы, сбора и анализа исторических фактов, обработки архивных документов, личного общения с информантами, отбора и систематизации телевизионного материала. Другие же могут ограничиться телевизионным интервью.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

История как таковая и история культуры в частности всегда стремились к упорядочению, системе. Сам термин “система” имеет древнегреческое происхождение и означает нечто целое, связанное из элементов, предназначенное для выполнения определенной функции. Надо полагать, что под жанровой системой телевидения надо подра-