

# Телевидение Сибири

МОНОГРАФИЯ



## ГЛАВА 3. Практика современного сибирского телевидения

### Региональные телепрограммы: творческие поиски, тенденции и проблемы

Революционные изменения в социальной жизни, политике, идеологии, культуре России (а значит, новые взаимоотношения ТВ и общества, ТВ и власти, ТВ и аудитории) и технологическая революция в сфере производства и распространения электронных средств массовой информации в мире (появление в ведущих странах мира многопрограммного интерактивного ТВ) настоятельно требуют профессионального анализа телепрограммы как своеобразной социально-эстетической системы. Телевизионная программа как система нуждается не только в исследовании взаимодействия типов, жанров, форм в рамках единой программы (эстетико-телевизионный анализ), но и в анализе закономерностей взаимоотношений через нее экрана и зрителей, экрана и общества (социально-психологический анализ), а также выяснения связей ТВ в рамках «внешней системы массовых комму-

никаций и смежных искусств» (коммуникативно-искусствоведческий анализ)<sup>96</sup>.

Особенную область в проблематике телевизионного программирования составляет проблема специфики, качества, обстоятельств и характера составления программ на региональном уровне — государственными и коммерческими телекомпаниями. Стало «общим местом» в характеристике регионального ТВ отмечать — в качестве позитива — близость его к своей аудитории (знание важных и интересных для местной аудитории тем и проблем), детальное и конкретное знание своего региона, желание и умение установить связи с местной властью. А в качестве негатива отмечать трудные обстоятельства работы регионального ТВ (сокращение времени в программе канала, отток талантливых журналистов на центральные каналы, сложные взаимоотношения с властью и спонсорами и т.д.). При этом «за кадром» нередко оставались вопросы качества самих телепрограмм, обнаруживающие внутренние конфликты, непростые отношения государственных и коммерческих телекомпаний в регионе, центральных и региональных телекомпаний, работающих на одном канале, а также телекомпаний «большого» региона между собой (например, государственных телекомпаний всего Сибирского федерального округа).

Географические, экономические, социальные особенности Сибири определяют содержательность информационного поля и особенности характера местной аудитории. В 2000 году в рамках исследования «Региональное информационное вещание и пути его совершенствования» на материале Новосибирской области эксперты отмечали социальный динамизм и веру в социальную перспективу сибиряков, отсутствие этнических конфликтов в регионе («Мы не русские, не татары и не евреи, мы — сибиряки»), стремление областей повысить свой общероссийский статус («Новосибирск — столица Сибири»; «Томск — сибирские Афины»), разнообразие уровней промышленного, сельскохозяйственного и банковского развития областей Сибири (определяемое, как правило, наличием или отсутствием ценных сырьевых источников), высокий уровень развития сферы высшего образования (исторически традиционный в Томске, «взлет» академической науки с 1960-х годов в Новосибирске), развитую информационную инфраструктуру в сибирских городах (количество газет, журналов, теле- и радиоканалов для местной аудитории), широкое распространение в регионе возможно-

---

<sup>96</sup> Борецкий Р. В Бермудском треугольнике ТВ. М., 1998. С. 6.

стей Интернета (по данным исследований, больше всех в России пользуется Интернетом именно сибирская молодежь)<sup>97</sup>.

Одной из важных особенностей развития сибирского ТВ, отмеченной и экспертами, и зрителями в 2000 году, являлось творческое сотрудничество сибирских ГТРК. История межрегиональной программы «Губернские новости» в определенном отношении демонстрирует поиски, находки и просчеты регионального ТВ в Сибири. «Губернские новости» начинали свой путь в 1993 году как информационная программа, которая подводила итог событиям недели в сибирском регионе, выделяя главные и оценивая их, чаще всего устами местного начальства. Постепенно и закономерно программа становилась информационно-аналитической: выделение в контексте программы проблемных блоков, переключки областей Западной Сибири по главной проблеме, общие поиски решения трудных проблем повышали уровень аналитичности. С 2000 года программа разделяется на информацию и аналитику: в будние дни на экраны губернии выходят «Губернские новости» (в формате чисто информационной программы), а по субботам — еженедельная программа «Есть мнение», в которой предпринималась попытка «сообща, всем миром» осмыслить проблемы экономики, политики, культуры Сибири<sup>98</sup>.

В настоящее время творческое сотрудничество сибирских ГТРК осуществляется в формате 15-минутной информационной программы «Вести. Сибирь», идущей по будням в эфире Алтайского и Красноярского краев, Республики Алтай, Кузбасса и Бурятии, Хакасии и Тывы, Омской, Томской и Читинской областей. В общесибирских новостях зритель узнает о самых значимых событиях региона, может увидеть, как обстоят дела у соседей, и сравнить с их собственными. Наконец, некоторые процессы и явления имеют не региональный, а общий для всей Сибири характер. В контексте окружного информационного проекта их раскрыть легче.

Нельзя сказать, что межрегиональная программа «Вести. Сибирь» потеряла творческие традиции, вновь став чисто информационной и сократившись до четверти часа. В небольшой информационной программе действительно удастся выделить актуальные и важные для сибиряков проблемы, увидеть «общее» и «особенное» в решении этих проблем в областях Сибири (к примеру, проблема детских садов в Новосибирске, Улан-Удэ, Алтайском крае — «Вести. Сибирь» от 8.09.09, или проблема автотранспорта в Кемерове и Новосибирске — «Вести. Сибирь» от 9.09.09).

<sup>97</sup> Региональное информационное вещание и пути его совершенствования. М., 2000. Ч. I. С. 92—102.

<sup>98</sup> Региональная журналистика на рубеже веков. Томск, 2003. С. 36.

Сохранилось и стремление авторов рассмотреть конкретную ситуацию, рассказать об отдельной человеческой истории (история об одной семье в проблемном разговоре о внутреннем туризме сибиряков – «Вести. Сибирь» от 9.09.09; живые рассказы археологов в сюжете о неожиданных раскопках в Новосибирске – «Вести. Сибирь» от 8.09.09).

Но при этом «потерялись» характерные для «Губернских новостей» и дискуссионного приложения к ним («Есть мнение») важные творческие качества: содержательная подвижность программы, зрительское соучастие и со-размышление (интерактивный опрос), авторское стремление более пристально взглянуть в жизненные процессы и оценить их под углом зрения рядового жителя Сибири.

В драматической судьбе межрегиональной программы «виноваты» различные обстоятельства и причины: довлеющая над региональными ГТРК «рука центра» (все ГТРК с 2000 года стали филиалами ВГТРК), существенное сокращение эфирного времени и штатного расписания, смена руководства (Томск, Новосибирск, Омск) и обилие финансовых проблем для всех государственных и коммерческих телекомпаний в Сибирском регионе.

Главные творческие принципы телепрограммы теоретики ТВ объединяют на двух уровнях: эстетическом (связанном с эстетикой и спецификой ТВ) и социологическом (связанном со знанием, пониманием аудитории и умением воздействовать на нее). При этом оба уровня органично взаимодействуют: высокий профессионализм, творческое совершенствование помогают установлению и развитию диалога ТВ и зрителей.

На региональном уровне важнейшие творческие принципы телепрограммы проявляются, прежде всего, в информационном вещании, которое (в силу обстоятельств работы региональных телевизионщиков и логики развития их компаний в системе общенационального телевещания) оказалось средоточием творческих поисков, доказательством профессионализма, главным орудием в конкурентной борьбе с другими местными телекомпаниями.

В начале XXI века информационное вещание в региональной программе включает не только «Новости», но и программы делового, просветительского и даже информационно-развлекательного характера. Центром же информационного вещания в региональных программах остаются все-таки «Новости». Творческий уровень новостей во многом определяется конкурентной борьбой (в регионах телекомпания больше соперники, чем союзники, в борьбе за аудиторию, рекламу, спонсоров),

стремлением совершить «опережающий сдвиг в полшага от выхода новостей конкурента»<sup>99</sup>. Это касается и оперативности подачи материала, и профессионального качества телевизионных сюжетов, их интересности, полезности и необходимости для общей региональной аудитории.

Анализ двух томских новостных программ («Вести. Томск» — телекомпания ГТРК «Томск», работающей на областную аудиторию 1 час 25 минут в сутки, и «Час пик» — коммерческой телекомпании ТВ-2, которая вещает на городскую аудиторию 2 часа 35 минут в сутки) дает некоторое представление о современном состоянии информационного вещания в регионе, о новом опыте и старых ошибках, о творческой эволюции теленовостей. Кроме того, учитывая схожесть путей развития сибирских телевизионных рынков, подобное сравнение позволит нам высветить некоторые общие тенденции в современном региональном телевещании и сделать определенные выводы.

Телекомпания ГТРК «Томск» — старейшая в Сибири, богатая традициями, опытом, профессиональными кадрами, техникой. ТВ-2 — коммерческая телекомпания, работающая с 1991 года, одна из лучших провинциальных телекомпаний, заслужившая популярность в Томске и в стране. Достойные соперники соревнуются, прежде всего, в информационном вещании, нередко подхватывая «находки» друг друга, переманивая талантливых авторов. В последние годы в более сложном положении оказались государственные региональные телекомпании, вынужденные вписываться в перманентно меняющуюся сетку вещания федерального канала и теряющие время в эфире и штатные единицы (за счет оттока талантливых работников в коммерческие телекомпании и на центральные каналы). Но творческие, финансовые и кадровые проблемы есть и у коммерческих телекомпаний в регионе.

Закономерная содержательная общность томских новостных программ (Томск — небольшой город с 500-тысячным населением, в котором лента событий невелика и любой значительный факт становится предметом внимания всех программ) только «высвечивает» различие в подаче новостей, связанное с концепцией той или иной новостной программы. Свидетельство тому — программы практически любого будничного дня. Так, например, 3.09.09 обе новостные программы открывались сюжетом о памяти трагедии Беслана. И в той, и в другой программе был в эфире критический материал, а в конце программы — развлекательная зарисовка («Вести. Томск» рассказали об абитуриентке Гурьевой, подавшей заявления на 27 специальностей и «поступившей

<sup>99</sup> Телевизионная журналистика. М., 2005. С. 292—294.

на все», а «Час пик» завершался материалом о том, «как говорят томские политики» в связи с новыми нормами русского языка).

Сильная сторона «Часа пик» — человеческие истории, конкретные ситуации (рассказ о Татьяне Медведевой, инициаторе акции протеста в селе Кафтанчиково, в выпуске от 3.09.09). «Час пик» включает около 10 сюжетов различной тематики и за 35 минут вещания дает возможность более подробного и живого рассказа о событиях и человеческих судьбах. «Вести. Томск», однако, также усилили конкретность рассказа о событиях дня. Прежде (около года назад) профессионально снятые и смонтированные сюжеты не производили впечатления сильных и ярких, мало затрагивали интересы зрителей. В выпуске от 3.09.09 (10—11 сюжетов различной тематики «укладываются» в 20 минут вещания) запоминается содержательный разговор с депутатом А. Губкиным, критический сюжет с яркими синхронами о муниципальном транспорте г. Северска, зарисовка о проблемах вступительных испытаний в вузах.

Примечательна позитивная направленность программы «Вести. Томск». Из 11 сюжетов в программе от 3.09.09 — половина сюжетов о событиях «со знаком плюс» (распределение земельных участков 112 семьям с детьми-инвалидами, открытие Дома молодежи, благотворительный праздник для первоклассников, предстоящий XII Инновационный форум в Томске).

Эмоциональную стилистику «Часа пик» можно назвать «тревожно-критической». Авторы программы критикуют, иронизируют, тревожатся за судьбу города, страны и каждого россиянина. Стилистику «Часа пик» создает, прежде всего, структура программы: выпуск от 3.09.09 начинается драматическим сюжетом о Беслане и заканчивается опросом томичей на улице «Сколько денег нужно для счастья?», а в центре программы — критический сюжет об акции протеста жителей села Кафтанчиково. На стилистику влияет и общая интонация сюжетов, эмоциональная категоричность подводок ведущих («В городской Думе не допустили корректировку бюджета...»), ирония заголовков («Поговорим по-русски», «Громкий скандал в Тихом переулке»).

При этом стоит подчеркнуть, что ироническая стилистика и свойственная «Часу пик» политическая (оппозиционная) направленность особенно наглядно и ярко проявляются в период общественно-политических событий в городе и в стране (например, выборы мэра г. Томска или выборная кампания в российскую Думу). В другие периоды «Час пик» стремится соблюдать определенную меру тона и стиля, не теряя критического пафоса, что свидетельствует и о профессионализме программы, и о влиянии основного конкурента, программы «Вести. Томск».

В целом новостная программа ГТРК направлена на решение важных задач для осуществления диалога ТВ и региональной аудитории. «Идеальные» задачи такой программы — активное и всестороннее информирование аудитории о работе и проблемах местной власти с конструктивной критикой ее действий. Тормозит развитие диалога с аудиторией как раз недостаток «конструктивной критики власти» и реальной помощи людям. Качества, привлекающие зрителей к новостям коммерческой телекомпании, — умение показать «болевы́е точки» современной жизни, острая критика «полумер», «полуработы» местной власти, а также внимание к отдельному человеку, попавшему в трудную ситуацию. В то же время, они нередко сочетаются с навязыванием зрителям собственной позиции, а также с тем, что за повседневной критикой исчезают позитивные импульсы, которые заражают людей энергией и верой в будущее.

Заметен выросший профессионализм региональных новостей государственных и коммерческих телекомпаний в качестве текста (конкретность и простота, доступность и выразительность), в качестве «картинки» (интересный монтаж, поиски яркого кадра), в дизайнерских решениях («упаковка» программы). Сюжеты запоминаются конкретикой деталей событий, равнодушной позицией автора, эмоциональными синхронами героев, умелым использованием средств современного журналистского инструментария. Сохраняя различие авторской концепции, новостные томские программы «сближаются» по уровню профессионального творчества. Конкуренция заставляет перенимать лучшее (большая человечность программы «Вести. Томск» и деловая сдержанность будничного «Часа пик»). Но при этом возникает опасность потери особенного, эксклюзивного стиля программы.

Стандартизация форм и приемов сказывается, например, в «усредненности» жанровых форм: в новостях нередко встречается «размытый» информационный сюжет. В сюжетах программ остается дефицит нестандартных творческих ходов, остаются «проходные» материалы, занимающие неоправданно большое место в программе. Вызывает критику и «расследование» в новостях: обращение к одному факту или событию закономерно в тех случаях, если в информацию добавляется нечто новое в течение дня или недели, если постепенно рассматриваются разные стороны события. Пока еще не реализован по-настоящему интерактивный принцип новостного вещания: в новостях интерактивный опрос встречается редко и только в связи с политическими событиями в регионе.



Все это свидетельствует о творческих проблемах новостного вещания на региональном уровне. В недрах новостного вещания возникает, а потом выходит на экран, образуя собственные формы и жанры, — современная аналитическая тенденция. Ее суть — стремление ТВ разобратся в событиях и проблемах, увидеть в повседневности важный социальный смысл и помочь аудитории разбираться в них самостоятельно. В региональных новостях этому стремлению служат и неоднократное обращение к событию или проблеме (в том случае, когда к факту добавляется нечто новое, когда он показан глубже и многостороннее), и умелое сочетание журналистских приемов анализа проблемы.

Укрепление и развитие аналитической тенденции на экране демонстрируют сегодня информационно-аналитические программы, завершающие «новостную линейку» за неделю и существующие практически во всех региональных программах. В чем причины такого, пока еще мало оцененного теоретиками и практиками ТВ, развития аналитики на телеэкране? Закономерно предположение, что гармоничное соединение ведущих принципов программирования (эстетического и социологического) служит и помогает развитию аналитики на ТВ. С одной стороны, само развитие телевидения, рост профессионализма и мастерства, возможностей техники и технологии приводят ТВ к необходимости не только показать, но и исследовать, оценить жизненные явления и проблемы.

Сегодня речь идет о жизненной необходимости анализа на телеэкране: «Пришло время, когда возможен анализ, необходимый для того, чтобы очиститься от неудач, определенных потрясений и двигаться вперед»<sup>100</sup>. Сегодня «мыслящие аналитики», способные вступать в диалог и с аудиторией, и с властью, все чаще появляются на региональном экране. Свидетельство тому - информационно-аналитические программы новосибирской ГТРК, томской ТВ-2.

Информационно-аналитическая программа ТВ-2 — «Час пик. Суббота», неоднократно удостоенная премий ТЭФИ (а ее ведущая Юлия Мучник — титула «Лучший интервьюер» (2007)), может служить образцом программы этого типа. В ней профессионально точно выявлены (и работают на зрителей) главные особенности современной аналитики. Так, профессиональным инструментом объективного и многостороннего анализа становится в ней верстка, продуманная структура, в которой факты являют-

<sup>100</sup> Разговор о старых и новых проблемах голубого экрана с режиссёром-документалистом С. Мирошниченко // Литературная газета. 2009. № 37. С. 10.

ся аргументами в исследовании актуальной проблемы, а сама проблема определяет содержательный уровень, динамику и стилистику программы.

Главный структурный элемент информационно-аналитической программы — диалог ведущей (ведущего) с экспертами, ответственными лицами, местной властью. Он может быть недолгим (менее 10 минут) и длительным (разговор с А. Чубайсом продолжался около 25 минут в программе от 23.05.09). Он может входить в общественный диалог (отзывы и реплики в Интернете) и дополняться интерактивным опросом и опросом на улицах города. Показательно в структуре программы и то, что другие рубрики («Феномен», «Цитата дня», «Школа выживания», «Было», «Будет»), казалось бы, прямо не связанные с главной проблемой, в результате создают впечатление «большого» диалога программы и зрителей о жизни, где экономика, политика, культура и нравственность завязаны в единый узел. (Так, в программе «Час пик. Суббота» от 12.09.09 разговор с режиссером кукольного театра «Скоморох» Виктором Шрайманом об актуальности классики и эволюции зрительской аудитории неожиданно входит в общую проблематику взаимоотношений человека и власти, гражданина и государства.)

Другим важным элементом информационно-аналитической программы, также осуществляющим диалог зрителей и экрана, является интерактивный опрос по обсуждаемой проблеме. В самой программе он дает толчок к серьезному разговору с собеседниками, которым и предлагается оценить и прокомментировать итоги опроса. Но интерактивный опрос может выходить и за рамки программы, когда по важной социальной или политической теме он осуществляется в течение недели. Проблемы интерактивного опроса связаны с реальным охватом аудитории (насколько широко и репрезентативно мнение зрителей), а также с нередким стремлением журналистов подвести зрителей к «нужным» ответам на вопрос. Так, на ответы вопроса программы «Зачем с нами говорил Путин?» («Час пик. Суббота» от 6.12.08) несомненное влияние оказали ироническая характеристика ведущей выступления Путина и разговор с политологом И. Дзялошинским о «закручивании гаек» (ответы были таковы: отчитаться — 60; успокоить — 213; узнать, что мы думаем, — 83; показать, что он главный, — 620; ему это нравится — 152).

Попытка объединить более широкую областную аудиторию анализом актуальных проблем и событий характерна и для информационно-аналитической программы ГТРК «События недели», которая идет на экране по воскресеньям, в течение 35 минут. В ней больше фактов,

чем комментариев; журналистов интересует, что меняется в жизни «глубинки» (газификация в Колпашеве в ряде программ осенью 2009 года), в городе Томске (как решается проблема детских садов и школьных учебников — также в программах осени 2009 года). В интервью программы ведущая Татьяна Клименко разговаривает с местной властью и депутатами с той же конкретной и деловой задачей («Почему сделали, но немного не доделали?» — в разговоре с начальником департамента общего образования областной администрации Л. Глоком). Программа менее динамична и выразительна по сравнению с программой «Час пик. Суббота». Исключения составляют живые и яркие репортажи Натальи Шурутовой, (кстати, прошедшей профессиональное становление в телекомпании ТВ-2) о конкретных героях, их судьбах и проблемах («Как бабушке счетчик ставили» — «События недели» от 7.06.09). В свою очередь, «События недели» — проще и яснее по стилистике. Спокойная, благожелательная манера ведения программы, роль заинтересованного слушателя в интервью («ведущий — один из нас») вызывают симпатии зрителей. Программа ищет свои пути к телезрителям, пока еще «совмещающая несовместимое»: стать более энергичной, интересной, выразительной (и здесь несомненное влияние конкурента) и остаться «своей», близкой и понятной городскому и сельскому жителю области.

Тенденция регионального вещания к анализу проблем и событий, важных для аудитории региона, своеобразно проявляется в передачах диалогического характера. Разговорных программ на региональном экране немного, но самим своим присутствием на канале, своими позитивными и негативными уроками они противостоят общей тенденции современного ТВ к развлечению, «...к гламуру как настроению, духу последнего десятилетия...»<sup>101</sup>. Они привлекают различные слои телеаудитории своими творческими поисками, стремлением к глубине разговора на экране, к конструктивному решению проблем. Так, в Томске участниками и зрителями разговорных программ становятся не только чиновники и депутаты, по роду своей деятельности обязанные участвовать в них, но и научная интеллигенция, студенчество.

На томском экране диалог с местной властью, депутатами, политологами представлен в программах «Так говорит губернатор», «100 вопросов губернатору», «От первого лица», «Думаем вместе», идущих на разных каналах. Новые модели общения телеэкрана и зрителей во многом связаны с новыми технологиями. До недавнего времени как «новшество» воспринимался интерактивный опрос, в котором зритель

<sup>101</sup> Телевидение: режиссура реальности. М., 2007. С. 35.

может осуществить социальное участие в решении проблем, обменяться с другими — знаниями, опытом, чувствами (удачные «включения» зрителей в разговор с губернатором в программе «100 вопросов губернатору»).

Профессионально проведенный опрос способен изменить ход разговора на экране, открыть новые темы, усилить остроту и выразительность теледиалога. При этом, усиливая природные коммуникативные качества ТВ, опрос может создавать иллюзию интерактивности. Отбор аудитории, предварительная запись звонков зрителей, жесткая структура действия, монтаж, смена правил игры снижают действенность интерактивного опроса. Он нередко становится частью игры, элементом зрелища, в котором зритель оказывается на втором плане либо просто теряется. В начале XXI века все решительнее в союз с ТВ и радио вступает Интернет (новый проект ГТРК «Томская власть — online» ([www.online.tvtomsk.ru](http://www.online.tvtomsk.ru)), связанный с ТВ и радио для разговора о насущных проблемах).

О чем свидетельствует анализ современных региональных программ? Прежде всего — о творческих поисках, обостренной конкуренцией местных государственных и коммерческих телекомпаний и происходящих наглядно в рамках информационных и информационно-аналитических программ. Критическое отношение к собственным промахам и ошибкам, а также умение увидеть достижения конкурента приводят к положительным результатам. При этом все более достойное место в творческих поисках занимают местные «производящие» компании, располагающие свои авторские программы на разных каналах (продюсерский центр «Восьмой день» и авторские программы Марка Минина).

Современные региональные информационные программы постепенно отходят от «катастрофического» рассказа о жизни провинции и, не отказываясь от критического взгляда на жизнь, стремятся показать «нормальную повседневность» в телевизионных образах людей и событий. Не всегда это получается убедительно и интересно, но тенденция ощутима и выражает себя все более отчетливо. Важно, что этот импульс идет из «глубинки», с экрана провинциального ТВ.

Ощутимо и проявление аналитической тенденции на региональном экране. Региональные информационно-аналитические программы (а также некоторые авторские программы) помогают аудитории ориентироваться в условиях кризиса, обрести социальную активность, разобраться

в новой повседневности. В осуществлении на региональном экране аналитической тенденции также не все безоблачно: не всегда получается на экране внятный и умный разговор со зрителем, серьезное обсуждение проблемы и профессиональная оценка нередко подменяются эмоциями или «скольжением по поверхности». Но сама аналитическая тенденция воспринимается как потенциальный источник телевизионных ориентиров и ценностей.

Телевизионный контекст на региональном экране сложен и многогранен. Отслеживать и анализировать телевизионные будни в регионе – достаточно непростая задача. «Само профессиональное сообщество не хочет и боится заниматься изучением самого себя и не желает задумываться над смыслом того, что производит армия телевизионных работников»<sup>102</sup>. Этим занимаются университетские исследователи в регионах страны.

*Э. Блинова*

---

<sup>102</sup> Качкаева А. Гламурный тоталитаризм: телевизионная индустрия в эпоху стабильности // *Телерадиоэфир: история и современность*. М., 2008. С.77.