

Телевидение Сибири

МОНОГРАФИЯ

кусе внимания Е. Ивановой, С. Мелешко⁷⁸ — координация федерального и регионального телевидения, лингвистические особенности телевизионной речи — предмет изучения Г. Ковальчука и П. Павлова⁷⁹, региональная телеаудитория — С. Клюхина, П. Ковалёва, О. Цехоня⁸⁰.

О. Ерёмченко, А. Ярославцева

Современные исследования телевидения Сибири

Изучению телевизионной специфики сибирских регионов посвящено сравнительно небольшое количество работ, однако нельзя не отметить их многоплановость: это диссертационные исследования, учебно-методические пособия, монографии, художественно-документальные издания, материалы научных конференций, статьи в общественно-политической прессе и специализированных изданиях для журналистов. Некоторые из них построены на сравнительном анализе телевидения

наук. М., 1990. 28 с.; Кокшина Е. В. Стратегическое управление развитием рынка информационных услуг средств массовой информации в регионе : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2008. 23 с.; Сенькин А. О. Социально-экономическое управление структурой вещания региональных телекомпаний : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 1999. 26 с.; Сухов А. Х. Совершенствование механизма социально-экономического управления структурой вещания региональных телекомпаний : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2004. 23 с.; Усанов А. И. Конкурентоспособность медиакомпаний на региональном рынке средств массовых коммуникаций : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Казань, 2005. 18 с.; Якубова Л. А. Совершенствование механизма управления региональной телекомпанией : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2004. 22 с.

⁷⁸ Иванова Е. А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы: на примере Ростовской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2003. 25 с.; Мелешко С. А. Проблемы координации федерального и регионального телевидения в условиях одноканального функционирования (на примере телевидения Липецкой области) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 25 с.

⁷⁹ Ковальчук Г. Л. Языковые и стилистические особенности телевизионной речи в информационных программах телеканалов Республики Татарстан: на материале информационных выпусков 2002—2007 гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2008. 18 с.; Павлов П. В. Образ капитала в современной региональной журналистике: на примере телевизионных и печатных СМИ Челябинской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009. 22 с.

⁸⁰ Клюхин С. В. Социально-психологические аспекты восприятия телепередачи региональной аудиторией : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Иваново, 1998. 24 с.; Ковалёв П. А. Российская телевизионная аудитория: дифференциация и типологические группы : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2006. 25 с.; Цехоня О. С. Восприятие телевизионных каналов различными социальными группами телеаудитории : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1998. 20 с.

сибирских регионов (работы Н. Алпеевой, К. Антонова, О. Еременко), остальные по большей части сосредоточены на изучении специфики ТВ конкретного региона. Среди «наиболее изученных» сибирских территорий — Красноярский край и Томская область.

Остановимся подробнее на результатах, полученных теоретиками и практиками телевизионного творчества в последнее десятилетие.

Диссертационные исследования и монографии

Попытка комплексного исследования истории и современного состояния сибирских студий телевидения (Новосибирска, Томска, Красноярска, Омска, Кемерово, Барнаула и Иркутска) сквозь призму интеграционных процессов предпринята в работе **Ольги Еременко «Телевидение Сибири в контексте развития отечественного вещания: опыт и проблемы межрегиональной интеграции»** (2002 г.)⁸¹. Обращение к истории развития телевидения в Сибири позволило автору раскрыть «особый сценарий» становления сибирского ТВ и поставить вопрос об уточнении дат возникновения телецентров в ряде сибирских городов.

Хронологические рамки исследования включают в себя два этапа становления сибирского телевидения: первый — с конца 1950-х до начала 1990-х годов — период функционирования местных студий телевидения как филиалов ЦТ; второй — с 1992—1993 годов по 2000 год — период становления региональных компаний как активных самостоятельных субъектов рынка массовой информации, имеющих свои мотивации и предпочтения.

Автор анализирует специфические условия возникновения и становления сибирских телевизионных студий, выявляет типологические характеристики системы сибирского телевидения, оценивает межрегиональные информационные телепрограммы как результат сибирской интеграционной инициативы, квалифицируя направленность на интеграцию как имманентное свойство местного телевидения. О. Еременко объясняет это объективными и субъективными причинами: «терпимый регионализм» местного самоуправления, традиционно основанный на удаленности Сибири от центра, автономности и самостоятельности этой пространственно-локализованной территории; «особый сценарий» возникновения сибирских студий («местная инициатива» + «свой

⁸¹ Еременко О. А. Телевидение Сибири в контексте развития отечественного вещания: опыт и проблемы межрегиональной интеграции : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Спб., 2002. 20 с.

научно-технический потенциал» + «материальная база региональных предприятий»); исторически сложившиеся формы сотрудничества телестудий. Это сотрудничество переросло в творческий союз, вышло на новый — официальный уровень, приобрело регулярный характер, обогатились и формы его реализации — обмен телевизионными программами, межрегиональные ТВ-проекты: проведение межрегиональных семинаров и телефестивалей, информационные программы «Новости Сибири» на NTSC; «Губернские новости» и телемост «Есть мнение» (совместное производство ГТРК пяти сибирских регионов). Сегодня эти программы заменил проект «Вести Сибири», который встроен в сетку вещания телеканала «Россия». В течение рабочей недели на территории 10 областей и краев Сибири вместе с региональными в эфире идут выпуски межрегиональных новостей. Интеграционная телепрограмма одобрена и поддержана на государственном уровне, получила частичное бюджетное финансирование.

В разделе, посвященном информационному вещанию Сибири, автор диссертационной работы раскрывает основные особенности регионального информационного вещания: камерность, невысокая по сравнению с центральными каналами частотность выпусков новостей, локальность информационного поля региональных СМИ, расширение ниши информационного вещания и проблемно-тематического диапазона, персонификация вещания, переход к дифференцированным новостям, особое внимание к информационному дизайну. Специфику сибирских новостей во многом определяют и особые отношения телевидения с властными структурами города и области. По степени зависимости от местных властей, с определенной долей условности, телекомпании можно разделить на: абсолютно зависимые (в форме учредительства/соучредительства); зависимые в значительной степени (в том числе через «джентльменские соглашения» с дружественными администрации предпринимателями) и зависимые в некоторой степени. Эта степень, безусловно, влияет на концепцию канала, жанровые приоритеты его программы. Из двух утвердившихся в практике регионального телевидения подходов к освещению новостей — 1) новости — скандал и сенсация; 2) новости — модель жизни — наиболее востребованным, отвечающим сути и функциям местного телевидения является второй. Выпуски новостей сибирских телекомпаний демонстрируют наиболее оптимальный вариант использования потенциала местного телевидения, его уникальной возможности осуществлять процесс информирования в условиях максимальной приближенности к потреб-

ностям своей аудитории, способствуют объединению жителей своих регионов.

Резюмируя, автор констатирует: появилось недостающее звено в цепочке «страна (макроуровень) — регионы (микроуровень)»: *межрегиональные информационные передачи* — мезоуровень, который заполнил институциональные пустоты. Межрегиональные информационные программы стали, с одной стороны, посредником, имеющим возможность для проведения общенациональных интересов методами, адаптированными к условиям регионов, входящих в Сибирский округ. С другой стороны, межрегиональные проекты служат объединению и укреплению всех местных интересов.

Работа Натальи Алпеевой «Социокультурная роль регионального телевидения России: анализ деятельности телекомпаний Западной Сибири» (2003 г.)⁸² посвящена изучению особенностей социокультурной роли регионального телевидения России на современном этапе. Для достижения поставленной цели автор дает структурно-функциональную характеристику телекомпаниям Западно-Сибирского региона как субъектам социокультурного пространства России, для чего анализирует программные сетки вещания телестудий в Барнауле, Новосибирске, Томске, Омске и Кемерове, а также текущий архив местных студий телевидения. Для изучения особенностей социокультурной деятельности региональных телестудий выбран Алтайский край — регион, где тесно взаимодействуют элементы различных культур (русской, украинской, алтайской, немецкой, казахской национальностей; религиозных направлений: православного, католического, мусульманского, буддистского и т.д.). Для анализа автором отбираются программы, подготовленные студиями краевого центра — города Барнаула (660 тысяч жителей), двух крупных (по меркам провинции) городов — Бийска и Рубцовска (238 тысяч и 167 тысяч человек соответственно), маленького города Каменьна-Оби (52 тысячи жителей), а также двух районов — Благовещенского и Михайловского (37 тысяч и 26 тысяч человек соответственно), тем самым обеспечивается репрезентативность исследования. По итогам исследования Н. Алпеева приходит к подтверждению выдвинутой гипотезы о том, что региональные студии телевидения влияют на формирование единого социокультурного пространства, которое во многом обеспечивает сохранение самобытности российского народа.

⁸² Алпеева Н. Н. Социокультурная роль регионального телевидения России: анализ деятельности телекомпаний Западной Сибири : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2003. 22 с.

Наталья Григоренко, основываясь на результатах социологических исследований, проведенных в Красноярском крае на рубеже XX—XXI веков, **описала основные тенденции и особенности процессов трансформации региональных СМИ в контексте социального реформирования российского общества (2003 г.)**⁸³. Полученные данные позволили автору утверждать, что в России 90-х годов XX века в контексте тотального социального реформирования система региональных СМИ претерпевает кардинальную трансформацию и становится одной из важнейших сфер общественной жизни, причем в это время наблюдается усиление функции манипулятивного воздействия на социум в интересах узкого слоя правящих элит. Возникает переходная кланово-олигархическая модель управления информационными потоками. Наряду с этим начинается формирование скрытых механизмов государственного воздействия на формально независимые СМИ.

В работе выделены особенности трансформации региональных СМИ исследуемого периода: изменение количественных показателей в СМИ региона, децентрализация, регионализация с утратой монопольного, но не преобладающего контроля государства в исследуемой сфере, снижение уровня информированности населения (из-за сокращения социально значимых блоков информации и распространения политико-манипулятивных). Автором проанализированы статистические данные, характеризующие качественные трансформации системы СМИ: изменение состава аудитории, изменение содержательной составляющей информации, изменение показателей форм собственности на СМИ (формируется многоуровневая государственная (центральная, краевая, областная, муниципальная, районная), корпоративная и частная собственность системы СМИ), трансформация структуры управления СМИ (советская вертикально-иерархическая структура единого общероссийского рынка постепенно уступает место горизонтальным, почти сетевым конфигурациям региональных рынков), изменение удельного веса рекламы (процессы коммерциализации).

Особенности трансформации системы СМИ обусловлены в первую очередь спецификой региона: экономической, географической, политической и др.

⁸³ Григоренко Н. И. Основные тенденции и особенности процессов трансформации региональных СМИ в контексте социального реформирования российского общества: по материалам социологических исследований в Красноярском крае на рубеже XX—XXI веков : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Красноярск, 2003. 20 с.

Установлено, что региональные СМИ выступают в качестве фактора, ведущего к размыванию системы традиционных нравственных, культурных, духовных ценностей. Определены и проанализированы способы и возможности влияния на СМИ различных ветвей государственной власти с приоритетом влияния органов исполнительной власти, финансирующих некоторые СМИ из бюджета региона. Автор приходит к выводу о том, что наиболее оптимальной моделью региональной системы СМИ может выступать компромиссная система государственно-общественных СМИ, основанная на единой государственной концепции информационной политики, разработанной на законодательной базе, и регулировании сферы СМИ при помощи коллегиальных общественно-государственных советов по СМИ.

Характеризуя ситуацию в Красноярском крае, Н. Григоренко отмечает, что в исследуемый период (1990—2001 гг.) наиболее тиражируемыми и, следовательно, потребляемыми становятся не центральные (федеральные, краевые), а местные, районные, муниципальные издания и каналы ТВ. К началу 2002 года на территории края только 30% всех СМИ имели статус государственных и муниципальных, а 70% — были частными (коллективными, общественными). Приведенные статданные свидетельствуют о «взрывообразном» увеличении информационного рынка, сопровождающемся утратой госмонополии на тиражирование, фильтрацию информации через СМИ. При проведении контент-анализа содержания информационных потоков ряда региональных СМИ было отмечено сокращение материалов, связанных с реальными проблемами населения, возрастание материалов коммерческо-рекламного, развлекательного характера, доли политически ангажированных материалов и, в свою очередь, сокращение количества публикаций критического характера. Увеличивается количество нарушений законодательства, связанных со СМИ, растет количество судебных исков как к СМИ, так и с их стороны. Вывод: трансформация региональных СМИ явилась в том числе причиной резкого снижения тиражей и подписки на печатные СМИ, ухудшения материально-технической базы всех форм СМИ. Основной причиной сложившейся ситуации автор называет отсутствие единой государственной концепции информационной политики и информационной безопасности России и предлагает модель возможной оптимизации процессов в рассматриваемой сфере, основанную на комплексном концептуально-обоснованном подходе к решению проблемы использования СМИ как важнейшей системы, влияющей на жизненные силы нации, а также на кардинальном изменении отношения государства и общества к проблеме информационной открытости.

О регионализации вещания говорит и **Людмила Кротова в диссертационном исследовании, посвященном выявлению основных тенденций развития информационного телевизионного вещания Красноярского края (2005 г.)**⁸⁴. Данная работа интересна, прежде всего, авторской точкой зрения, поскольку Людмила Кротова обладает опытом работы не только на местном телевидении, но и в должности начальника главного управления телевидения, печати и информации администрации Красноярского края (в целом этот опыт составляет более 20 лет). Автор утверждает, что региональный фактор является главным параметром, определяющим качественные и количественные характеристики регионального телевидения, а также организационные условия его функционирования. Особым видом региональной общности исследователь Людмила Кротова называет региональные пространство и время. Взаимоотношения между центральными и региональными вещателями характеризуются одновременно конкурентной борьбой за зрителя и постоянным поиском оптимальных вариантов сотрудничества. Говоря о специфике телевизионного рынка в Красноярском крае, Л. Кротова отмечает преобладание государственного сектора (до 80%), неравномерность телевизионного потенциала, расчленение телевизионного рынка, стремление телекомпаний к диверсификации и выходу на новые, более рентабельные рынки в поисках большей устойчивости бизнеса. Анализируя развитие регионального телевидения, наряду с ростом уровня профессионализма, укреплением материально-технической базы автор отмечает тенденцию к коммерциализации телевидения, политизации вещания и медиатизации политики, превращение ТВ в субъект и объект манипуляции с целью усиления влияния на политические, экономические и социальные процессы территории. «Только в нынешнем созыве Заксобрания края журналисты составляют около 12% общей численности депутатов», — подчеркивает Людмила Кротова. Таким образом, автор делает вывод о том, что сложившаяся система СМИ в основном обслуживает интересы чиновников, политических сил и олигархов, в том числе регионального уровня, служит инструментом борьбы за власть в сфере политики и большого бизнеса. Говоря о желании краевой власти изменить ситуацию на местном телерынке, автор приводит в пример стратегические документы, разработанные с целью создания эффективной системы

⁸⁴ Кротова Л. Г. Основные тенденции развития информационного телевизионного вещания Красноярского края : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 23 с.

информирования населения о деятельности органов государственной власти (это и краевая программа по развитию телерадиовещания на 2001—2005 гг., и перечень основных направлений развития краевого вещания, утвержденных в 2004 г.).

Автором описывается история зарождения красноярской журналистики (выделяются этапы развития местных СМИ), подробно рассмотрены развитие краевого телевидения, история создания первых телепрограмм.

Переходя к предмету исследования — информационным программам, — Л. Кротова отмечает, что производством выпусков новостей, еженедельных аналитических программ занимаются все без исключения телекомпании Красноярска. В системе эфирного вещания новости занимают 80% эфирного времени. Автор анализирует новостные программы ведущих телекомпаний края, выявляет их особенности и информационные приоритеты производящих телекомпаний. Так, одним из выводов являются результаты контент-анализа: при освещении событий одного и того же дня для телекомпаний только 25% тем сюжетов являются общими. Так, в информации ряда телекомпаний (ТВК, «Прима-ТВ») заметен уклон в сторону сенсации, скандала. В целом на информационные приоритеты компаний влияет степень зависимости каналов от власти и владельцев, следствием чего можно считать появление определенного, выдержанного в русле требований определенных структур угла зрения на проблемы, явное преобладание комментариев над фактами, склонность ведущих и репортеров к аналитическим размышлениям в кадре, единообразный видеоряд информационных сюжетов.

Исследователь отмечает, что политизация информационного вещания привела к размыванию жанровой палитры, увеличению сегмента «властной» информации и снижению доли социально значимой информации. Таким образом, в традиционной цепочке «журналист — аудитория» появилось еще одно звено — «владелец», «администрация», «спонсор» и т.п., из чего следует неутешительный вывод: телевидение края отражает преимущественно интересы политических и экономических элит.

Работа Игоря Куксина посвящена изучению факторов повышения конкурентоспособности местных теленовостей (2007 г.)⁸⁵. Предмет его исследования — новости томских телевизионных компаний

⁸⁵ Куксин И. А. Местные теленовости: факторы повышения конкурентоспособности: на материалах Томской области : дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 145 с.

ГТРК «Томск», коммерческих телекомпаний — ТРК ТВ-2 и «Открытое телевидение — СТС», представляющих холдинг ЗАО «Томская меди-агруппа», а также частной телекомпании NTSC, являющейся томским филиалом ТРК NTSC, вещающей в регионах Западной Сибири, их жанрово-тематическое разнообразие, качественные характеристики, а также изобразительно-выразительные средства. Анализируется информационная политика телекомпаний, принципы организации работы редакции, определяется роль новостных программ в региональной системе коммуникаций.

Автор отмечает, что к качественному росту региональной журналистики привело развитие конкурентной среды на региональном информационном рынке. Борьба за расширение телеаудитории обострилась, каждый телеканал начал разрабатывать собственные принципы повышения конкурентоспособности новостей, ставя целью привлечение внимания к информационному продукту. Среди факторов, призванных обеспечить такое повышенное внимание, названы: рост уровня профессионального мастерства репортеров, редакторов, продюсеров службы информации телекомпании; собственная концепция подачи информации, оригинальный способ прочтения события корреспондентом; поиск новых изобразительно-выразительных средств для продвижения информационного продукта; культура телевизионного общения, а также культура оформления самой программы, эфирного дизайна. И. Куксин также выделяет фактор заданности (административный ресурс, цензуру учредителей, коммерческий или политический интерес), который может влиять на качество и конкурентоспособность новостных программ.

Говоря о произошедшей телевизионной революции в регионах России в последнее десятилетие, связанной с новой технологией подготовки и способов подачи телевизионной информации, автор указывает на возрастание социальной роли регионального телевидения, выступившее посредником в налаживании обратной связи между властью и населением. На этой волне активизировались телекомпании негосударственной формы собственности, причем «в ряде регионов, — отмечает автор, причисляя к ним и Томскую область, — позиции частных телеканалов настолько серьезны, что именно они становятся «законодателями новостной моды» в регионе, оставляя позади по многим показателям некогда лидировавшее государственное региональное телевидение»⁸⁶.

⁸⁶ Там же, с. 77.

Отчасти причину сложившейся ситуации автор видит в неэффективной вертикально интегрированной структурной организации ВГТРК, что предполагает проведение единой государственной информационной политики в регионах. «Следствием такой политики стало исчезновение из регионального эфира ГТРК материалов, в которых звучит критика федерального правительства и президента, превращение информационной программы ГТРК в пропагандистскую, что существенно влияет на доверие телезрителя. Этим успешно пользуются каналы-конкуренты, чьи информационная политика не скована ведомственными инструкциями и приказами сверху»⁸⁷, — констатирует автор.

Сравнивая эксклюзивность новостной информации местных телепрограмм, автор приводит следующие данные: реже других используют информацию, которая была доступна всем СМИ, «Час-Пик» — 36%, чаще «Обстоятельства» — 48%. В то же время у «Обстоятельств» больше доля эксклюзивной информации (46%), но это, как правило, та информация, которая редко находит место в программах конкурентов из-за своей невысокой значимости для аудитории. Почти каждое третье сообщение программы «Час-Пик» относится к разряду эксклюзива, на втором месте — «Новости NTSC» и только на третьем — «Вести-Томск». Большинство эксклюзивных материалов, которыми располагают «Вести-Томск», получены редакцией за счет своего государственного статуса. Частные телекомпании, как правило, самостоятельно находят такие сообщения.

Таким образом, исследователь приходит к выводу, что форма собственности телекомпании становится важным фактором в доступе СМИ к источникам информации. Региональные ГТРК часто имеют преимущество в получении оперативной информации из официальных структур. Телекомпании негосударственной формы собственности, сталкиваясь с барьерами во властных структурах, активно используют неофициальные источники, альтернативную информацию, которая приходит к ним за счет более высокого по сравнению с государственными СМИ уровня доверия аудитории. Немаловажное значение здесь имеет сложившееся мнение, что частное ТВ в меньшей степени зависит от региональной власти и способно представлять в эфире альтернативные точки зрения.

В исследовании Евгении Войтик «Региональные СМИ в системе массовых спортивных коммуникаций: предметно-тематические и

⁸⁷ Там же, с. 61.

структурные особенности» (2008 г.)⁸⁸ определенное внимание уделено телепрограммам Томска, Новосибирска и Красноярска на спортивную тематику (в частности, это передачи «Наш большой футбол» («СТС – Открытое ТВ», Томск), «Мир спорта» («Звезда-Томск»), «Овертайм» (ГТРК «Кузбасс», Кемерово), «Сотвори себя» (ВТК, Барнаул), «Край-спорт» («Енисей», Красноярск), «Овертайм» (ГТРК «Иртыш», Омск), а также новости спорта в программах «Вести Плюс Томск» (ГТРК «Томск»), «АТФ-новости» (ГТРК «Томск»), специальные выпуски: «Вести-Спорт. Местное время» (ГТРК «Томск»), «Вести-Спорт. Местное время» (ГТРК «Красноярск»), «Вести-Спорт. Местное время» (ГТРК «Новосибирск»).

Автор работы выявляет принципиальную разницу в подходах центрального и регионального телевидения к раскрытию спортивной тематики: на ТВ федерального уровня акцент чаще делается на программах, посвященных конкретному виду спорта (особенно футболу). В регионах это чаще всего передачи, раскрывающие все аспекты спортивной жизни, независимо от вида или направления спорта. Проведенный автором контент-анализ позволил сделать вывод о том, что местное телевидение больше тяготеет к информированию и фрагментации материала, чаще показывая внешнюю, наиболее зрелищную сторону спортивной жизни, оставляя за кадром существующие проблемы и негатив, вследствие чего зритель лишен возможности объективно оценить спортивное событие. Автор подмечает также, что в спортивных материалах региональных СМИ, наряду с традиционными персонажами (спортсменами, тренерами, болельщиками), «новым» героем часто становится «неспортивный» человек — представитель государственных (властных) структур или бизнеса. В целом спортивная тематика на региональном ТВ достаточно разнообразна, однако пока масс-медиа не в полной мере выполняют задачу приобщения населения к занятиям физической культурой, сетует автор.

Метод социологического анализа положен в основу **исследования модернизационных социальных изменений СМИ Красноярского края, проведенного Юлией Пономарёвой** (2009 г.)⁸⁹. В целях изучения отражений модернизационных социальных изменений используется контент-анализ, для которого автор выбирает наиболее репре-

⁸⁸ Войтик Е. А. Региональные СМИ в системе массовых спортивных коммуникаций: предметно-тематические и структурные особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 24 с.

⁸⁹ Пономарева Ю. Е. Социологический анализ отражения модернизационных социальных изменений в региональных СМИ: на материалах Красноярского края 2001—2005 гг. : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Иркутск, 2009. 19 с.

зентативные СМИ региона (всего 34) — печатные издания края (в т.ч. районная пресса), а также наиболее популярные теле- и радиопередачи (популярность определяется по имеющимся данным медиа-измерений, проведенных управлением информационной политики администрации края). В фокусе исследования — семь краевых программ модернизации: реформа ЖКХ, реформа системы льгот, образования, здравоохранения, пенсионной системы, местного самоуправления и вида паспорта гражданина РФ — и оценка их реализации населением. Автор выявляет мнения населения в оценке социальных изменений: стихийные либо реформаторские, в результате получая картину их типологизации по разным уровням социума.

В диссертационном исследовании известного тележурналиста, долгое время работавшего сибирским собкором Первого канала, **Константина Антонова «Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования»** (2009 г.)⁹⁰ проводится сравнительный анализ выпусков телевизионных новостей телекомпаний ГТРК «Кузбасс» (Кемерово), ГТРК «Новосибирск» (Новосибирск), ГТРК «Томск» (Томск), ТК ТВ-2 (Томск), ГТРК «Центр России» (Красноярск), ТК ТВК (Красноярск), ТК «Афонтово» (Красноярск) (1996—2007 гг.). В основу исследования положена одноименная монография, вышедшая в 2006 году⁹¹.

Рассматривая телевизионные новости в политической практике, автор анализирует, с помощью каких механизмов, социальных, профессиональных практик медиа-форма «телевизионные новости» конструируется; в каких отношениях она находится с другими участниками политического процесса, какое влияние на него оказывает и что, в свою очередь, влияет на ее облик. Среди таких групп влияния К. Антонов называет информационные структуры государства, корпоративные структуры, СМИ в их политическом назначении, спонсоров, рекламодателей и медиа-магнатов, террористические организации, различные сегменты социума («публика», политически активные граждане), а также собственно корпус репортеров и редакторов. При этом деятельность производителей медиа-посланий рассматривается как определенная ша-

⁹⁰ Антонов К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Кемерово, 2009. 46 с.

⁹¹ Антонов К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования. Кемерово, 2006. 282 с.

блонная профессиональная форма конструирования реальности. «Телевизионные новости — продукт иерархизированного производства. На каждой ступени медиа-версия события уточняется, согласовывается с учетом интересов всех участников коммуникативного акта и рутинными правилами производства. ...Итоговая версия события приводится в соответствие с неким нормативным образцом». Помимо экономических, политических и идеологических факторов, которые определяют тип и характер производства телевизионных новостей, автор выделяет *внутрикорпоративный* фактор, или «медиа-логику», определяющую тематизацию события в выпуске новостей и его семантику.

Автор также отмечает, что внутренняя логика медиа заставляет медиа-производителей обращаться к развлекательным стандартам, под воздействием чего частное событие трансформируется в публичное и наоборот. «Поскольку выпуск новостей наследует черты телесериала, это сказывается на подходе к освещению политических событий. Они должны подчиняться логике развлечений, драматизма, быть фрагментированными и продолжительными во времени — от выпуска к выпуску представлять собой нарратив, наполненный новыми деталями и персонажами».

К. Антонов делает вывод о том, что тип отношений между политической элитой и медиа-производителями в России можно охарактеризовать как клиентские, что устраняет конфликты из публичной сферы. Электронные медиа и телевизионные новости, в частности, виртуализируют политику, сводят рациональные действия к символическим презентациям в телевизионном эфире. Политический процесс трансформируется от прямого участия граждан в совокупность опосредованных действий и акций, которые разворачиваются в символических формах в медиа-пространстве. Таким образом, новостной дискурс является результатом конвенционально-иерархического характера производства медиа-посланий и сам по себе является формой социально-политической практики.

Учебные и документальные издания

Работа **Татьяны Зыряновой**, доцента кафедры телевидения, радиовещания и истории журналистики Иркутского госуниверситета, «**Мастера экранной публицистики Сибири**»⁹² составлена в форме учебного по-

⁹² Зырянова Т.Д. Мастера экранной публицистики Сибири: учеб. пособие. Иркутск, 2009. 135 с.

собия и предназначена, прежде всего, для студентов, изучающих историю журналистики, а также для широкого круга читателей, интересующихся искусством документального кино, которое создавали известные режиссеры и операторы Восточно-Сибирской студии кинохроники. На ней Татьяна Зырянова проработала более 30 лет. Автору удалось собрать уникальный историко-краеведческий материал о возникновении и развитии экранной журналистики Сибири, начиная с 1897 года и до наших дней. В книге представлены воспоминания о людях, оставивших след в истории документального кино Сибири (творческие биографии «мастеров экрана»), проведен анализ документальных фильмов, получивших признание на всероссийских и международных конкурсах.

Психологические особенности телевизионного общения раскрываются в одноименном учебно-методическом пособии Эмилии Блиновой⁹³, профессора кафедры телерадиожурналистики Томского государственного университета. Пособие посвящено комплексному исследованию диалога на телеэкране — особенной формы, в которой с большей силой и яркостью проявляются качества телевидения, — и, в частности, анализу его психологических особенностей, психологических возможностей и психологических проблем. Работа имеет теоретико-практическую направленность, одна из основных ее задач — научить студентов на практике применять некоторые приемы и способы беседы на телеэкране. Объектом изучения помимо передач федеральных каналов — «Школа злословия», «К барьеру!», «Детали», «Неделя с Марианной Максимовской», «Времена» и др. — становятся томские программы: «Час Пик. Суббота» с Юлией Мучник, «100 вопросов губернатору» (ТВ-2), «Ход конём», «Так говорит губернатор» (ГТРК «Томск»), «Июньские тезисы» («Алиса+ТВ»), «Умные люди» (ТВЦ).

В жанре документалистики написана книга Юрия Светлакова **«Кемеровское телевидение. История в черно-белых фотографиях»**⁹⁴. Ю. Светлаков в разное время вел на ГТРК «Кузбасс» циклы передач «Кинолетопись Кузбасса», «Рассказы о Кузбассе», «Колесо», «Люди земли Кузнецкой», «Семейный альбом», «Шаг за горизонт». Ныне — доцент кафедры фотовидеотворчества Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Его книга — своеобразный хронограф,

⁹³ Блинова Э. В. Психологические особенности телевизионного общения : учеб.-метод. пособие. Часть 1. Томск, 2001. 72 с.; Блинова Э. В. Психологические особенности телевизионного общения : учеб.-метод. пособие. Часть 2. Томск, 2008. 92 с.

⁹⁴ Светлаков Ю. Я. Кемеровское телевидение. История в черно-белых фотографиях. Кемерово : Сибирский писатель. 2007. 288 с.

где запечатлены наиболее яркие события первых трех десятилетий работы Кемеровской студии телевидения и самого Юрия Светлакова. Структура книги представлена тематическими очерками «Хроника», «Начальники», «Дикторы», «Редакторы», «Режиссеры», «Операторы», «Гости», которые иллюстрируются фотоработами автора.

Заметным вкладом в изучение истории журналистики Кемеровской области можно также назвать коллективный труд **«Журналистика Кузбасса: строки истории»⁹⁵**, приуроченный к 50-летию Кемеровской областной журналистской организации. Книга подготовлена редакционными коллективами печатных и электронных СМИ Кузбасса, ветеранами журналистики, членами семей ушедших журналистов, чьи имена вписаны в историю журналистики Кузбасса, и представляет собой воспоминания сотрудников областных, городских и районных газет, телевидения, радио о своей работе и о работе коллег. Книга вышла ограниченным тиражом всего в 500 экземпляров.

Материалы конференций и периодические издания

Наблюдения и концептуальные разработки исследователей телевидения из регионов Сибири широко представлены в сборниках материалов по итогам научно-практических конференций по филологии и журналистике, которые ежегодно проводятся Московским и Санкт-Петербургским государственными университетами, а также другими образовательными учреждениями страны (прежде всего сибирскими), осуществляющими подготовку кадров по названным направлениям.

Это, прежде всего, регулярные научно-практические конференции и форумы, которые проходят:

- **в Томске:** «Актуальные проблемы журналистики», «Журналистика в поисках модели развития» (факультет журналистики Томского государственного университета); «Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения» (филологический факультет Томского государственного университета), «Медиаобразование молодежи в информационном обществе» (Томский институт информационных технологий);
- **в Кемерове:** «Образование, наука, инновации — вклад молодых исследователей», секция «Филология и журналистика»; «Юрислинг-

⁹⁵ Журналистика Кузбасса: строки истории. Кемеровский редакционно-издательский дом «Книга», 2008.

вистика и лингвоконфликтология: теоретические и прикладные аспекты» (факультет филологии и журналистики Кемеровского государственного университета), «Молодежь и медиа» (НИИ информационных технологий социальной сферы, институт информационных и библиотечных технологий Кемеровского государственного университета культуры и искусств);

- **в Барнауле:** «Коммуникативистика в современном мире» (факультет журналистики, филологический факультет Алтайского государственного университета), «Язык, литература и культура в региональном пространстве» (филологический факультет Алтайского государственного университета);
- **в Иркутске:** научно-практическая конференция молодых ученых «Массовые коммуникации в эпоху глобализации» (Иркутский государственный университет), «Актуальные проблемы филологии», «Практика: опыт, проблемы, решения» (факультет журналистики, факультет филологии Байкальского университета экономики и права); кафедры рекламы и журналистики Иркутского государственного технического университета;
- **в Новосибирске:** «Студент и научно-технический прогресс», секция «Журналистика» (Новосибирский государственный университет), ежегодные филологические Чтения (Институт филологии, массовой информации и психологии Новосибирского государственного педагогического университета); «Наука. Университет. 2009», секция «Журналистика, PR и реклама» (Новый сибирский институт);
- **в Красноярске:** «Молодежь и наука: начало XXI века», секция «Гуманитарные науки» (Сибирский федеральный университет), «Актуальные проблемы филологии: теория и практика», ежегодные славянские Чтения (Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета);
- **в Омске:** «Молодежь третьего тысячелетия», специализация «Филология» (Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского), «Медиадискурс и проблемы медиаобразования» (кафедра стилистики языка и массовых коммуникаций Омского государственного университета) и др.

В тематических приложениях научных периодических изданий названных вузов «Филология», «Журналистика» также можно встретить статьи местных исследователей ТВ. Учреждаются и собственно факультетские издания: в Иркутском госуниверситете с 2004 года выходит журнал факультета филологии и журналистики «Литера». В ТГУ с 2007

года факультетом журналистики совместно с филологическим факультетом выпускается журнал «Вестник Томского государственного университета. Филология». Это издание в 2010 году включено ВАК в список реферируемых научных журналов.

Вопросы регионального телевидения регулярно поднимаются в специализированных изданиях для журналистов — журналах «Журналист»; «Журналистика & медиарынок»; «Меди@льманах», «Медиаскоп» (печатный и электронный журналы факультета журналистики МГУ); изданиях, выпускаемых при поддержке местных журналистских сообществ: «Медиатор» (г. Томск), «Журналист Кузбасса» (г. Кемерово); газета «Новосибирский журналист» (г. Новосибирск). Свои оценки в них дают тележурналисты-практики, описывая функционирование конкретных телекомпаний или регионального телевизионного рынка в целом.

А. Ярославцева