

**Секция «Журналистика»**

**Региональная телепублицистика Сибири в 2000-е годы**

***Байдина Вероника Сергеевна***

*Соискатель*

*Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия*

*E-mail: nekae@mail.ru*

Водоразделом двух исторических периодов в развитии ТВ, как для государственных, так и для частных телекомпаний, стал 1998 год. Организация ВГТРК и дефолт кардинально изменили программную политику региональных телекомпаний.

К концу 90-х годов определяются фавориты вещания частных телекомпаний Сибири – новости и аналитические программы.

Государственные телекомпании в этот период переживают серьезные структурные изменения. К концу 90-х лидером среди государственных телекомпаний Сибири стала Новосибирская ГТРК. С 2000 года в сетке ее вещания произошли значительные перемены. Программа субботнего информационного канала «Губерния» разделяется на новости и аналитику: в будничные дни на экраны выходят «Губернские новости» (в формате новостной программы), а по субботам – еженедельное часовое ток-шоу «Есть мнение» с участием Томска, Омска, Барнаула и Кемерово.

В 2002 «Губернские новости» переименованы в «Вести-Сибирь». Программа стала информационным продуктом, но в ней по-прежнему можно увидеть аналитические элементы за счет эффекта панорамности. К 2008 году проект объединяет 10 сибирских территорий.

В 2006 году в регионах запущен проект информационно-аналитической программы «Вести. События недели». Однако программы с одинаковым названием «События недели», выходящие в разных регионах страны, являются скорее информационными, чем аналитическими. Региональным ГТРК рекомендовано «соблюдать баланс объективного освещения деятельности власти и продуктивно взаимодействовать с ней». Под этим понимается активное и всестороннее информирование общества о работе и проблемах, решаемых госорганами, конструктивная критика власти, представление различных точек зрения, что исключает навязывание зрителю собственных интерпретаций» . [1, С. 22]

Такие установки ограничивают журналистов государственных телекомпаний в выборе тем, проблем и способов представления в материале авторской позиции.

Усиление роли Москвы в воздействии на телекомпании-филиалы ограничило степень влияния местной политической элиты на деятельность региональных ГТРК. Главам областных и муниципальных центров потребовался свой медийный ресурс. В Сибири появляются губернаторские или губернские телекомпании: «Омская региональная телерадиовещательная компания 12 канал», Новосибирская «Областная телерадиовещательная сеть» (ОТС). В Кемеровской области трансляция публичных выступлений губернатора и политические программы, имеющие скрытый агитационный прогубернаторский характер, выходят в эфир на телекомпании «СТС-Кузбасс». Важная особенность – телекомпания входит в состав холдинга ГТРК «Кузбасс». В 2001 году в Красноярске появился краевой телеканал «Енисей-Регион». О развитии качественной

аналитики на таких каналах говорить не приходится, основной принцип работы – агитация фактами и диалог (или иллюзия такового) главы региона с жителями области или края.

Частные телекомпании в этот период испытывают два ряда проблем. Первая - экономический кризис – отсюда необходимость поиска финансирования.

Вторая проблема – взаимодействие, а порой – противодействие расширению программ сетевых партнеров в местном телеэфире.

В этот период в регионах наблюдается еще одна тенденция. Происходит концентрация средств массовой информации в одних руках, образуются так называемые холдинги.

Как следствие, в такой ситуации СМИ отражают интересы своих учредителей, а не интересы всего общества. Фактически снижается конкуренция и возможности выбора для телезрителя при видимости таковых.

Экономический кризис 2008 года усилил отрицательные тенденции в развитии региональной аналитической телепублицистики.

Сегодня наиболее благоприятная ситуация для развития публицистики складывается в Томской области. Здесь сильная конкуренция между государственной телекомпанией ГТРК «Томск» и негосударственной телекомпанией «ТВ-2». Телекомпании выпускают информационно-аналитические программы – «Вести-Томск. События недели» и «Час пик. Суббота». Журналисты информационно-аналитической программы ГТРК «Томск» в большей степени выстраивают хронологию событий, предоставляют зрителю спектр мнений. Телекомпания ТВ-2 стремится к заострению тем и проблем в своих материалах, предпочитает комментировать и интерпретировать произошедшие на неделе события. Наличие сильного конкурента заставляет каждую телекомпанию искать новые пути к освещению событий.

В Новосибирске информационно-аналитическая программа сегодня существует лишь на государственной телекомпании. «Новосибирск. События недели». Особое внимание программа уделяет подготовке материалов на социальную, общественно-значимую и спортивную тематику, в то время как политические вопросы редко отражены и проанализированы в материалах журналистов.

В Кемеровской области аналитическая программа «Вести – Кузбасс. События недели» также единственная в регионе передача такого жанра. Информационная политика ГТРК «Кузбасс» определяется тесным взаимодействием с местной властью. Низкий уровень свободы слова приводит к самоцензуре журналистов при работе над проблемными материалами. Позиции государственного сектора на медиа-рынке Кемеровской области особенно усилились в период с марта – по июнь 2010 года. Единственная частная городская телекомпания Кемеровской области («10 канал», Новокузнецк) преобразована в губернаторскую.

В Красноярском крае в августе 2010 года закрыто производство собственных передач на негосударственной телекомпании «Афонтово». Телеканал перешел в режим ретрансляции программ сетевого партнера «ТВ-3». Программа ГТРК «Красноярск» «Вести – Красноярск. События недели» демонстрирует скорее информационный, нежели публицистический подход к созданию материалов программы.

Кризисные явления в региональной телепублицистике за последние два года усилились. Тем не менее, телекомпании Сибири ищут возможности для обретения большей

творческой и финансовой независимости. С 2006 года наметилась тенденция к отказу региональных телекомпаний от сетевого партнерства и стремление заполнять эфир собственными программами. Бывает, что в такой борьбе региональные компании теряют свое лицо, но сама по себе тенденция к самостоятельности – факт, безусловно, положительный.

### **Литература**

1. 1. Региональное информационное вещание и пути его совершенствования. Часть I. – М., 2000.