

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Филологический
Кафедра Журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Профиль: Периодическая печать

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой

_____ Е.Г. Иващенко
« _____ » _____ 201_ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Региональные филиалы в структуре ФГУП ВГТРК (на примере ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток»)

Исполнитель
студент группы 290.об _____ К.О. Воронцов

Руководитель
доцент, к. филол. наук _____ Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль
доцент, к. филол. наук _____ Е.Г. Иващенко

Благовещенск 2016

РЕФЕРАТ

Работа содержит 54 страницы, 46 источников информации и 1 приложение.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО, МЕДИАХОЛДИНГ, ТЕЛЕКАНАЛ, ТЕЛЕКОМПАНИЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ИНФОСФЕРА, ПРОГРАММА.

Структура работы включает в себя три главы. В первой главе решаются теоретические задачи: рассматривается история создания медиахолдинга ВГТРК, его структура и направления работы, его информационная и экономическая политика в отношении сети региональных филиалов, процесс замещения медиахолдингом вакуума, образовавшегося в медиа-пространстве страны после исчезновения единой системы советского телевидения, а также раскрывается понятие «информационное пространство». Во второй и третьей главах рассматривается информационная политика ГТРК «Владивосток» и ГТРК «Амур» – региональных филиалов ВГТРК. Освещаются особенности информационной политики, выявляется жанровая принадлежность и цель создаваемого контента, объясняются механизмы взаимодействия ВГТРК и структурных подразделений медиахолдинга. Автор делает вывод о том, что телекомпании ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток» осуществляют выпуск преимущественно информационно-аналитического контента, придерживаются информационной политики медиахолдинга, освещают экономическое и инфраструктурное развитие регионов и вступают в активное взаимодействие с ВГТРК.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. ФГУП ВГТРК: история, структура, региональная политика холдинга	6
1.1 История ВГТРК	6
1.2 Структура ВГТРК	7
1.3 Экономическая политика ФГУП ВГТРК	9
1.4 Информационная политика ФГУП ВГТРК	11
1.5 Медиахолдинг ФГУП ВГТРК как субъект информационного пространства	15
2. Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Владивосток»: история, информационная политика, контент	28
2.1 История ГТРК «Владивосток»	28
2.2 Особенности взаимодействия со штаб-квартирой ФГУП ВГТРК	29
2.3 Информационно-аналитические программы	30
2.4 Художественно-публицистические программы	38
3. Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Амур»: история, информационная политика, контент	40
3.1 История ГТРК «Амур»	40
3.2 Особенности взаимодействия со штаб-квартирой ФГУП ВГТРК	41
3.3 Информационно-аналитические программы	42
3.4 Художественно-публицистические программы	52
Заключение	54
Библиографический список	58
Приложение А	62

ВВЕДЕНИЕ

Федеральное Государственное Унитарное Предприятие Государственная Телевизионная и Радиовещательная Компания (ФГУП ВГТРК) на сегодняшний день – это крупнейший медиахолдинг в Российской Федерации. Кроме штаб-квартиры в Москве, телекомпания располагает также 89-ю региональными филиалами и сетью корреспондентов практически во всех странах мира. Помимо собственно телевидения, сотрудники ВГТРК осуществляют радиовещание и уделяют внимание интернет – проектам.

Главной особенностью медиахолдинга является разветвленная сеть филиалов, присутствующих в каждом субъекте Российской Федерации. Благодаря своим региональным отделениям, ВГТРК занимает лидирующее положение среди отечественных телекомпаний, имея преимущество в оперативности получения информации из любого региона страны.

Подразделения ВГТРК имеют чёткую структуру и стандарты производства, со стороны штаб-квартиры медиахолдинга осуществляется постоянный контроль качества выпускаемого материала.

Актуальность исследования связана с изучением специфики взаимодействия структурных подразделений медиахолдинга ВГТРК и его информационной политики. ФГУП ВГТРК, на данный момент, единственный в России медиахолдинг, охватывающий своими филиалами все регионы страны и формирующий единое информационное пространство многонационального и многоконфессионального государства.

Цель исследования – проанализировать специфику работы региональных филиалов ВГТРК и их взаимодействие в рамках медиахолдинга.

Цель требует решения ряда **задач**:

- 1 Познакомиться с историей медиахолдинга, обозначить его структуру, размер аудитории и основные направления работы ВГТРК.
- 2 Рассмотреть структуру медиахолдинга ВГТРК.
- 3 Рассмотреть экономическую и информационную политику ВГТРК.

4 Дать определение понятию «информационное пространство».

5 Проанализировать контент, выпускаемый филиалами «ГТРК Амур» и «ГТРК Владивосток».

6 Выделить сходство и различие работе двух структурных подразделений ВГТРК.

7 Обозначить особенности взаимодействия региональных филиалов с штаб-квартирой ФГУП ВГТРК

Объект – специфика функционирования региональных филиалов в составе медиахолдингов.

Предмет – специфика функционирования региональных филиалов ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток» в структуре медиахолдинга ВГТРК.

Степень научной разработанности темы. Для проведения анализа мы обращались к отечественным исследователям журналистики, истории и экономики. Е. А. Корнилов и И. И. Засурский говорят о начальных этапах формирования медиахолдинга, позволяя лучше понять путь развития ВГТРК. В. Евстафьев, М. М. Хучиев и И. И. Идилов приводят сведения об экономическом аспекте формирования регионального телевидения, в том числе и структурных подразделений ВГТРК. Профессор Р. А. Борецкий объясняет причины попадания региональных телекомпаний в орбиту ВГТРК. Исследователь В. А. Копылов говорит о важности создания единого информационного пространства.

Новизна исследования состоит в том, что в работе мы рассмотрели особенности работы двух региональных филиалов, ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток», в структуре медиахолдинга ВГТРК.

Эмпирическая база исследования – новостные выпуски «Вести – Благовещенск» и «Вести – Приморье», а также ряд уникальных тематических программ, выходивших в эфир в период с 05.05.15 по 20.05.16.

В ходе исследования были использованы теоретические методы: метод историзма, общелогические методы анализа, метод классификации, дедукции и

обобщения. Эмпирические методы: метод контент-анализа, описания, сравнения.

Теоретическая значимость работы. В исследовании мы проводим параллель между работой двух телекомпаний, находящихся в единой структуре холдинга ВГТРК, выявляя их сходства и различия, а также рассматриваем особенности взаимодействия региональных структурных подразделений и центра. Данная бакалаврская работа может помочь в дальнейшем изучении специфики функционирования крупных медиахолдингов.

В практической деятельности начинающих журналистов это исследование может быть полезно в качестве пособия, объясняющего принципы работы крупных медиахолдингов. Также данная работа может служить дополнительным материалом по дисциплинам «Тележурналистика» и «Новейшая история Отечества журналистики».

1 ФГУП ВГТРК: ИСТОРИЯ, СТРУКТУРА, РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

1.1 История ВГТРК

Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) была образована постановлением президиума Верховного Совета Российской Федерации от 14 июля 1990 г. Спустя несколько месяцев после подписания постановления, в эфир вышло «Радио России», а 13 мая 1991 г. началось вещание телеканала «РТР», который с 2001 г. стал называться «Телеканал Россия», с января 2010 г. – «Россия 1»¹.

Сегодня «Россия 1» – ведущий национальный канал, вещание которого покрывает практически всю территорию страны. Аудитория канала – 98,5% населения России и более 50 млн. телезрителей в странах СНГ и Балтии. Международную версию «России» – канал «РТР-Планета» – смотрят жители Европы, Ближнего Востока, Северной Африки и США.

В начале 1993 г. Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная Компания получила статус общегосударственной телерадиокомпании. В том же году ВГТРК стала действительным членом Европейского Вещательного Союза (ЕВУ) с правом принятия ключевых решений в работе ЕВУ.

В 1997 г. по инициативе крупнейших деятелей российской культуры и искусства, среди которых были Дмитрий Лихачев, Мстислав Ростропович, Даниил Гранин, был создан общероссийский телеканал «Культура».

Новый этап в жизни Всероссийской Государственной Телерадиокомпании начался в 1998 г., когда указом президента РФ были объединены все медийные активы ВГТРК. В России появилась крупнейшая корпорация государственных электронных масс-медиа².

¹ «История ВГТРК» [Электронный ресурс]: сайт МИА «Россия сегодня». – 10.05.2016. – URL: <http://ria.ru/spravka/20100714/254284496.html>

² Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – С. 272

В декабре 2009 г. ВГТРК запустил телеканал «Моя планета» - первый российский цифровой круглосуточный познавательный телеканал о путешествиях, природе и истории.

В январе 2010 г. ВГТРК провела ребрендинг каналов. Телеканал «Россия» стал называться «Россия 1», «Вести» - «Россия 24», «Культура» - «Россия К», «Спорт» - «Россия 2». Изменились логотипы каналов. Телеканал «Спорт» помимо названия изменил и концепцию.

На данный момент Всероссийская Государственная Телевизионная и Радиовещательная Компания - это три общенациональных телеканала: «Россия 1», «Россия К», «Россия 2»; 89 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации; первый в России круглосуточный информационный канал «Россия 24»; телеканал «РТР-Планета», выходящий за рубежом с 2002 г.; русская версия телеканала «Евроньюс»; первый общедоступный государственный телеканал для детей и юношества «Бибигон»; пять радиостанций - «Радио России», «Маяк», «Культура», «Вести ФМ» и «Юность», и государственный интернет-канал «Россия», который объединяет десятки интернет – ресурсов³.

1.2 Структура ВГТРК

Сегодня Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания занимает лидирующее положение на рынке национального вещания и является одной из ведущих компаний по производству информационного контента на постсоветском пространстве, чья аудитория оценивается в 200 млн. человек. Основа успеха медиа-холдинга заключается в разветвленной сети региональных филиалов, предоставляющих оригинальный контент для федеральных каналов. В состав ВГТРК входят:

- федеральные каналы: «Россия 1» и «Россия К»;
- первый в России круглосуточный информационный канал «Россия 24»;

³ «История компании» [Электронный ресурс]: официальный сайт ФГУП ВГТРК. – 10.05.2016. – URL: <http://vgtrk.com/#page/221>

- международный телеканал на русском языке «РТР-Планета», выходящий за рубежом;
- русская версия телеканала «Евроньюс»;
- пять радиостанций – «Радио России», «Маяк», «Культура», «Вести ФМ» и «Юность»;
- государственный Интернет-канал «Россия», который объединяет десятки Интернет-ресурсов;
- первый российский пакет неэфирных каналов «Цифровое телевидение»⁴;
- 89 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации.

Учитывая количество филиалов ВГТРК в субъектах РФ, работа с ними является одной из важнейших сторон информационной и экономической политики медиахолдинга.

Структура взаимодействия региональных подразделений и штаб-квартиры ВГТРК построена по сетцентричной схеме, где в центре паутины находится штаб-квартира, а по окружности расположены подчиненные центру, но равные между собой филиалы. Для сотрудников филиалов существуют конкретные стандарты производства, еженедельно производится контроль качества материала посредством отбора вышедших в эфир программ специальным надзорным органом, осуществляющим мониторинг деятельности структурных подразделений. Также существует ряд шаблонных программ, единых для всех региональных подразделений ВГТРК, например, программа о здоровье «Пульс».

Кроме того, на базе штаб-квартиры холдинга, расположенной в Москве, проводят периодические встречи топ-менеджмента ВГТРК с руководителями региональных филиалов, где до их сведения доводят дальнейшие направления развития медиахолдинга, а также определяется экономическая и информационная политика организации.

⁴ «История компании» [Электронный ресурс]: официальный сайт ФГУП ВГТРК. – 10.05.2016. – URL: <http://vgtrk.com/#page/221>

Помимо руководителей, центр налаживает сотрудничество с редакцией в целом, привлекая ее ресурсы для получения оперативной информации и видеоряда из регионов, где произошло какое-либо значимое событие. Это, в свою очередь, позволяет получать информацию и выдавать ее в эфир быстрее основных конкурентов медиахолдинга.

1.3 Экономическая политика ФГУП ВГТРК

Переход от командно-директивной экономики к рыночной болезненно отразился на всех сферах экономики, масс – медиа не стали исключением. Единая система советского телевидения, охватывавшая все регионы и жившая за счет государственного бюджета, рухнула⁵.

Учитывая тот факт, что в начале 90-ых годов рекламного рынка, как такового, в большинстве субъектов РФ не существовало, у региональных телекомпаний было два пути для выживания в новых экономических реалиях – либо присоединиться к ВГТРК, либо создавать информационный продукт социальной и политической направленности по заказу региональных и муниципальных властей. При этом следует иметь в виду, что власти, заказывая социальную тематику, в ответ рассчитывали на политическую лояльность компаний, а порой и жестко требовали этой отдачи⁶.

Таким образом, большинство своих филиалов холдинг ФГУП ВГТРК приобрел благодаря нестабильной экономической обстановке в стране, заменив собой для потерявших источник финансирования региональных телекомпаний систему советского ТВ.

В то же время, экономическая разруха последнего десятилетия XX века не позволяла инвестировать необходимое количество средств для модернизации материально-технической базы и улучшения качества контента региональных филиалов. Так что вплоть до 2002 года главной

⁵ Новиков А. Телевизионная революция в регионах //Журналист. – 1996, №1. – С. 215.

⁶ Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – С. 127.

задачей руководства ВГТРК было привлечение инвестиций и сдерживание волны банкротств среди телекомпаний холдинга⁷.

В 2002 году наметился бурный рост региональных рекламных рынков. Докризисный уровень в \$440 млн в 2002 году был перекрыт более чем на половину, и региональные рекламные бюджеты достигли отметки в \$700 млн⁸.

Столь резкий скачок в развитии рекламного рынка можно объяснить как ростом усилий местных региональных рекламодателей, так и перераспределением рекламных бюджетов общенациональных рекламодателей с федеральных и сетевых телеканалов в пользу регионов. Данное явление стало наблюдаться со второй половины 2001 года и достигло своего пика в середине 2008 года⁹.

Стоит отметить, что после того, как в сентябре-октябре 2001 года общенациональные телеканалы стали значительно поднимать цены на размещение рекламы, большая часть рекламодателей постепенно начали либо уходить в другие медиа (радио, наружная реклама, журналы), либо переходить на размещение рекламы в регионах. Но цены продолжали расти, и уже крупные (а отчасти и крупнейшие рекламодатели) стали подумывать о смещении своей рекламной активности с общенационального телевидения на региональное.

Совокупность роста рекламных рынков вкупе с увеличением ассигнований в ВГТРК со стороны федерального бюджета и высокими ценами на энергоресурсы в период с 2000 по 2008 год позволила совершить глубокую модернизацию материально-технической базы и осуществлять контроль качества выпускаемого региональными филиалами контента.

Переход на частичную самокупаемость региональных отделений ВГТРК разгрузил бюджет холдинга, что привело к повышению качества

⁷ Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. Лекции, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале – мае 2010 г. – М.: Икар, 2011. – С. 72.

⁸ Евстафьев В. Состояние рекламного рынка в России в 2001 году //Рекламные технологии. – 2002. №2. – С. 57.

⁹ Хучиев М.М., Идилов И.И. Методы оценки экономической эффективности внедрения новых телекоммуникационных услуг//Экономические науки. – 2013, № 101. – С. 153.

выпускаемого материала в целом. Это, в свою очередь, отразилось на имидже и рейтингах телеканалов ВГТРК как федерального уровня, так и регионального. Все это увеличило интерес потенциальных рекламодателей и инвесторов¹⁰.

2008 – 2014 годы стали пиковыми для телевизионного рекламного рынка. Но в нынешнем году рынок телевизионной рекламы в первом полугодии сократился на 22% впервые с момента перехода на рыночную модель экономики. Основным конкурентом для традиционных видов рекламы в СМИ стал Интернет. За первое полугодие сегмент сетевой рекламы подрос на 10%¹¹.

Руководство холдинга своевременно отреагировало на возникновение новых тенденций на рекламном рынке. Были созданы Интернет – версии каналов, а также новостные сайты, специализирующиеся на определенной узкой теме – политика, экономика, спорт и т.п. Кроме того, на сегодняшний момент каждый региональный филиал ФГУП ВГТРК имеет собственный Интернет – сайт, ежедневному обновлению и поддержанию которого уделяется огромное внимание.

Экономическая политика ФГУП ВГТРК в отношении региональных филиалов делится на три периода – период выживания 1991 – 2002 годов, когда содержание региональных отделений висело тяжелым грузом на бюджете холдинга; 2002 – 2010 годы, время частичной самокупаемости и стремительной модернизации сети филиалов; и период с 2010 по 2014 годы, когда региональные филиалы стали приносить прибыль.

1.4 Информационная политика ФГУП ВГТРК

Информационная политика – деятельность субъекта по актуализации и реализации своих интересов в обществе посредством формирования, преобразования, хранения и передачи всех видов информации. Информационная политика – это особая сфера жизнедеятельности людей

¹⁰ Райбман М. Рекламный рынок 2010: ключевые тренды и динамика. – МГТУ 2010 г. – С. 65.

¹¹ «ВестиЭкономика.ru» [Электронный ресурс]: ВГТРК. – 10.05.2016 – URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/6121>

(политиков, ученых, аналитиков, журналистов, слушателей и читателей и т.д.), связанная с производством и распространением информации, удовлетворяющей интересы социальных групп и общественных институтов.

Существует государственная и негосударственная информационная политика. Информационная политика как отрасль социальной информатики является ее социально-политической составляющей, в этом аспекте информационная политика является информатикой СМИ, которая рассматривает то, как СМИ формируют идеологические, политические, экономические и другие взгляды, мнения, знания и оценки, влияющие на быт, досуг, культуру, поведение и на все стороны жизни людей. Государственная информационная политика в той степени должна удовлетворять, защищать интересы государства, власти, в какой степени государство реализует и защищает интересы гражданского общества, каждой личности. Это фундаментальный принцип осуществления государственной информационной политики.

В.Д. Попов отмечает, что, выражая сущность информационной политики через категорию «информационная власть», можно говорить о том, что «информационная политика – это способность и возможность субъектов политики оказывать воздействие на сознание, психику людей, их поведение и деятельность в интересах государства и гражданского общества с помощью информации»¹².

Исходя из этого, следует отметить, что при формировании информационной политики СМИ должны учитывать множество факторов, таких как специфика региона и аудитории, ее потребности в сфере информации, интересы учредителей СМИ, а также, в данном случае, государственного аппарата. При рассмотрении информационной политики ВГТРК нужно уделить особое внимание ее реализации в субъектах Российской Федерации при помощи системы региональных филиалов.

¹² Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – С. 463

Еще совсем недавно местные телерадиокомпании представляли собой звенья единой системы советского телевидения. Демократизация телевидения привела к дроблению единого когда-то информационного пространства и предъявила новые требования к региональному телевидению¹³. Оно должно восполнить недостаток информации на федеральных телеканалах о событиях, происходящих в регионах России. По мнению Е.А. Корнилова, «необходимость местной прессы и журналистики определяется уже существованием государств с их административно-территориальными структурами, а также существованием различных социальных, национальных, профессиональных, этнических групп, связанных с особенностями данной местности, данного региона и имеющих свои информационные потребности». Также, «существование местной журналистики в целом и телевидения в частности определяется также некоторыми социальными, организационными и культурно-рекреативными функциями»¹⁴.

Можно указать на основные признаки, в соответствии с которыми должны дифференцироваться местные телепрограммы. Признаки эти взаимосвязаны между собой. Речь идет, во-первых, о географических, экономических и социокультурных особенностях региона, и, во-вторых, об особенностях аудитории¹⁵.

Можно сделать вывод, что при планировании деятельности создаваемых филиалов и при упорядочении вещания уже существующих требуются достаточно точные знания специфических особенностей внешней среды и состава аудитории.

Однако изучение многофакторных особенностей «внешней среды» в регионах ведется недостаточно эффективно. Существует определенный шаблон, по которому строится вся информационная политика подчиненных

¹³ Копылов В.А. Единое информационное пространство в современном информационном обществе: проблемы формирования, функционирования, совершенствования // Научно-техническая информация, серия 2: информационные процессы и системы. – 1994, № 9. – С. 27.

¹⁴ Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. – Ростов н/Д, 1999. – С.159.

¹⁵ Кузнецов Г. Местное ТВ: прощай, резервация // Журналист. – 1998. № 7. – С. 213.

центру телекомпаний¹⁶. Кроме того, стандартизации работы филиалов способствует контроль качества новостного контента, постоянно ведущийся из Москвы.

Если в проведении исследований специфики аудитории филиалы ВГТРК уступают частным телекомпаниям, то в плане оперативности и эксклюзивности региональные отделения ВГТРК вне конкуренции, особенно когда речь идет об информации, требующей максимального доступа через местные власти. Учитывая главную константу информационной политики ВГТРК – представление событий исключительно с выгодной стороны для государственных органов, региональные администрации гораздо охотнее идут на контакт с местными представителями Москвы, нежели с частными телеканалами¹⁷. Что же касается оперативности, то она требует соответствующей технической базы, что в большинстве случаев недоступно частным региональным телекомпаниям¹⁸.

Именно в широком взаимодействии центра с региональными филиалами и заключается преимущество медиахолдинга ВГТРК над конкурентами как федерального уровня, так и регионального. С одной стороны, региональные структурные подразделения имеют преимущество перед частными телеканалами в виде современного оборудования, узнаваемости логотипа, возможности транслировать свои выпуски на федеральном канале и финансовой поддержке из Москвы, с другой – федеральные каналы ВГТРК, благодаря филиалам, оперативно получают эксклюзивный контент в высоком качестве из любого региона России, чего не могут позволить себе другие центральные телекомпании.

Также региональные телеканалы выступают связующим звеном между аудиторией и местной властью. Филиалы ВГТРК дают больше возможностей – они позволяют доносить проблемы регионов до федеральной власти, но в то же

¹⁶ Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М., 2011. – С. 12

¹⁷ Коновалова О.В. Региональное телевидение в переходный период. // Журналистика в переходный период. – М., 1997, Ч. II. – С. 153.

¹⁸ Хучиев М.М., Идилов И.И. Методы оценки экономической эффективности внедрения новых телекоммуникационных услуг // Экономические науки. – 2013, № 101. – С. 153.

время рассматривают эти проблемы исключительно с точки зрения государства, тем самым снижая накал оппозиционных настроений среди населения.

Стоит отметить еще один аспект информационной политика ВГТРК и его региональных филиалов – это снижение уровня социального напряжения по этническим и религиозным вопросам, что довольно актуально для многонациональной и многоконфессиональной страны¹⁹.

Таким образом, медиахолдинг ВГТРК, обладая колоссальными информационными ресурсами и диверсифицированной системой их доставки аудитории, выполняет важную функцию создания единого информационного пространства Российской Федерации, консолидируя разные по национальным, демографическим, культурным и экономическим признакам субъекты страны²⁰. Не последнюю роль в этом важном деле играют именно региональные филиалы. Владимир Познер говорил: «Телевидение любой страны сильно, прежде всего, региональным телевидением, на одном центральном далеко не уедешь»²¹.

1.5 Медиахолдинг ФГУП ВГТРК как субъект информационного пространства

Современное значение понятия «информационное пространство» сложилось в результате эволюции концептуальной схемы различения в совокупном геополитическом пространстве областей, обладающих свойствами, позволяющими рассматривать их как самостоятельные пространства со своими границами, структурой, ресурсами и особенностями взаимодействия субъектов социальных отношений. Геополитическое пространство приобретает новое измерение, включив в себя пространство информационное.

¹⁹ Копылов В.А. Единое информационное пространство в современном информационном обществе: проблемы формирования, функционирования, совершенствования // Научно-техническая информация, серия 2: информационные процессы и системы. – 1994, № 9. – С. 27

²⁰ Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – С. 463.

²¹ Познер В. Обращение президента Академии Российского Телевидения к тележурналистам региона // ТЭФИ. Вып. 1 (4). 1998. – С.14.

Информационное пространство, или инфосфера, представляет собой весьма специфическую среду. В ней заметно меняется содержание таких процессов, как взаимодействие в процессе совместной деятельности, конкуренция²².

В информациологическом аспекте понимание термина «информационное пространство» базируется на определении информационной сферы.

Информационная сфера – совокупность субъектов информационного взаимодействия или воздействия; собственно информации, предназначенной для использования субъектами информационной сферы; информационной инфраструктуры, обеспечивающей возможность осуществления обмена информацией между субъектами; общественных отношений, складывающихся в связи с формированием, передачей, распространением и хранением информации, обменом информацией внутри общества²³.

Отдельно взятые инфосферы, погруженные в глобальное информационное пространство, могут вступать во взаимодействие как с самим информационным пространством, так и с другими информационными сферами. Две и более инфосферы могут вступить в коммуникацию между собой при условии наличия общего протокола обмена информацией, кода или языка, понятного обоим участникам коммуникативного акта.

Информационная политика рассматривает преимущественно информационно-психологическую составляющую информационных процессов. Соответственно, для информационной политики наибольшую значимость имеет информационно-психологическая составляющая информационного пространства – информационно-психологическая сфера.

Информационно-психологическая сфера представляет собой часть информационной сферы, которая связана с воздействиями информации на психическую деятельность человека.

²² Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: Изд-во РАГС 2001 г. – С. 246

²³ Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. – М.: МИФИ, 2003 г. – С. 388

Она образуется совокупностью людей; информации, которой они обмениваются и которую воспринимают; общественных отношений, возникающих в связи с информационным обменом и информационными воздействиями на психику человека.

Важной частью этой сферы являются люди. Психическая деятельность людей составляет основу развития всех сфер общественной жизни, определяет интеллектуальный потенциал общества, его способность к развитию, достойному существованию в мировом сообществе. На основе этой деятельности формируются культура, общественное сознание, общественное мнение по всем социально важным событиям. Психическая деятельность, базирующаяся на сборе, обработке, хранении, передаче и распространении информации, определяет личностное своеобразие человека, его духовные потребности, мотивацию поведения, нравственные ценности, мировоззрение, отношение к окружающим и обществу в целом.

Информационная сфера является системообразующим фактором жизни общества. Она активно влияет на состояние экономической, политической, оборонной и других составляющих национальной безопасности²⁴.

Для информационной политики важное значение имеет рассмотрение информационного пространства как пространства не столько физического, сколько социального типа. Важной отличительной особенностью информационного пространства, которая позволяет рассматривать его именно с такой точки зрения, является то, что в отличие от других пространств, где физическую географию определяет власть, в информационном пространстве задают структуру власти информация и знания.

Основными структурными составляющими информационного пространства являются информационные поля и информационные потоки.

Информационное поле – это совокупность всей сосредоточенной в данном объеме пространства-времени информации, безотносительно к ее форме и состоянию, находящейся в отрыве как от объекта отражения, так и

²⁴ Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. – М.: МИФИ, 2003 г. – С. 388

от субъекта восприятия. Информационное поле образуется объективной, генетической и идеализированной информацией. Движение информации в информационном поле осуществляется посредством физической связи между реципиентом и источником информации.

Информационный поток представляет собой в общем случае совокупность информации, перемещающейся в информационном пространстве по каналу коммуникации. Информационные потоки могут протекать как внутри отдельных инфосфер, так и между ними, в зависимости от наличия каналов коммуникации. При этом содержательный характер информационного потока находится в зависимости от характеристик канала коммуникации, а также информационной инфраструктуры²⁵.

Информационная инфраструктура – это среда, которая обеспечивает возможность сбора, передачи, хранения, автоматизированной обработки и распространения информации в обществе. Информационная инфраструктура общества образуется совокупностью: информационно-телекоммуникационных систем и сетей связи, индустрии средств информатизации, телекоммуникации и связи; систем формирования и обеспечения сохранности информационных ресурсов; системы обеспечения доступа к информационно-телекоммуникационным системам, сетям связи и информационным ресурсам; индустрии информационных услуг и информационного рынка; систем подготовки и переподготовки кадров, проведения научных исследований.

Государственный медиахолдинг ФГУП ВГТРК является частью информационной инфраструктуры страны и одним из важнейших инструментов для формирования единого информационного пространства Российской Федерации. Являясь одной из самых разветвленных и крупных

²⁵ Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: Изд-во РАГС 2001 г. – С. 246

систем по сбору, обработке и распространению информации в стране, медиахолдинг формирует информационную повестку дня.

2 ФИЛИАЛ ФГУП ВГТРК ГТРК «ВЛАДИВОСТОК»: ИСТОРИЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, КОНТЕНТ

2.1 История ГТРК «Владивосток»

Свое начало ГТРК «Владивосток» ведет с 28 июля 1955 года, когда были осуществлены первые пробные новостные выпуски. В 1954 году началось возведение первого телецентра на 192-метровой высоте сопки Орлиной, а чуть выше установили 30-метровую телевизионную мачту. В дальнейшем студии и аппаратные были оборудованы у подножья сопки. С 1956 года аудитория начала расти. Владивостокское телевидение стало седьмым в России. Тогда его еще не было ни в одной из союзных республик. И с 1 января 1956 года телепередачи продолжительностью 2,5 часа шли пять раз в неделю. Годом ранее телецентр был взят на госбюджет. В штате состояло 38 человек. В 1992 году в связи с распадом СССР Комитет по телевидению и радиовещанию переименован в ГТРК «Владивосток». С 1999 года носит название «ПТР» (Приморское телевидение и радио). В 2005 году стала филиалом ВГТРК²⁶.

Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Владивосток» – это современный медиа-комплекс, объединяющий два телевизионных канала: «Россия 1» и «Россия 24», а также интернет-сайт «Вести: Приморье».

Помимо информационных выпусков программы «Вести: Приморье» телекомпания двум каналам осуществляет трансляцию тематических передач: «Азия за неделю», «Акценты», «Владимир Миклушевский. Блиц», «Пульс», «Новая экономика Приморья», «Открой для себя Приморье», «Территория Приморья», «Дежурная часть».

По данным «Гэллап-Медиа» аудитория Приморского телевидения имеет следующую структуру: мужчины - 47%, женщины - 53%, возраст: до

²⁶ «О компании» [Электронный ресурс]: ФГУП ВГТРК ГТРК «Владивосток», официальный сайт. – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/>

17 лет – 8%, 18–34 года – 17%, 35-54 года – 64%, 55 лет и старше - 39%, со средним и высшим образованием и средним уровнем дохода²⁷.

Трансляцию своего информационного контента телекомпания осуществляет по двум основным каналам – «Россия 1» и «Россия 24». Основным каналом трансляции выступают эфирные блоки «Вести – местное время» на федеральном канале «Россия 1», где выходят программы «Азия за неделю», «Акценты», «Владимир Миклушевский. Блиц», «Пульс», «Новая экономика Приморья», «Открой для себя Приморье», «Имею право!», «Территория Приморья», «Дежурная часть». Также участие в трансляции принимает международный круглосуточный новостной канал «Россия 24», где в эфир выходит программа «Вести: Приморье» двумя информационными блоками утром и вечером.

2.2 Особенности взаимодействия с штаб-квартирой ФГУП ВГТРК

Структура медиахолдинга ВГТРК строится по сетцентричной схеме, где в центре информационной паутины находится штаб-квартира холдинга, а на периферии его филиалы. Эти филиалы находятся в подчиненном состоянии по отношению к центру, однако при вступлении во взаимоотношения между собой работают на равноправной основе.

Филиал привлекает к себе пристальное внимание штаб-квартиры. Причина в том, что Владивосток является «воротами» России в Азиатско-Тихоокеанском регионе, крупнейшим российским международным торговым портом на побережье Тихого океана. Также Владивосток регулярно становится местом проведения международных встреч и саммитов, включая самый высокий уровень, как, например, саммит АТЭС (Азиатско-Тихоокеанский экономический союз) либо ШОС (Шанхайская организация сотрудничества и безопасности). Кроме того, регион носит важное военно-стратегическое значение, на территории Приморского Края размещены силы ядерного сдерживания Российской Федерации, а столица региона является главной базой

²⁷ «О компании» [Электронный ресурс]: ФГУП ВГТРК ГТРК «Владивосток», официальный сайт. – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/>

военно-морского Тихоокеанского флота. Все это интенсифицирует сотрудничество между ВГТРК и ГТРК «Владивосток» в сфере обмена информацией. Плотное сотрудничество между центром и приморской телекомпанией приводит к повышению профессионализма местных журналистов и упрочению экономического положения данного регионального филиала: это выражается в возможности регулярно обновлять материально-техническую базу телекомпании, внедряя передовые технологии во всех этапы производства информационного продукта.

Передача оригинального авторского контента приморских сотрудников холдинга в ведение редакции ВГТРК с дальнейшим правом редактирования материала происходит через заключение с автором информационного продукта договора о купле – продаже, оплата за материал производится на гонорарной основе. Из 100% суммы гонорара 60% положено корреспонденту – автору текста, 40% оператору – автору видеоряда.

Подобная система обмена материалами позволяет ВГТРК получать оперативную и эксклюзивную информацию из всех регионов Российской Федерации, что помогает удерживать лидерство на информационном рынке страны.

Также постоянный обмен контентом помогает наиболее полно осуществлять контроль качества за работой регионального отделения ГТРК «Владивосток» со стороны руководства медиахолдинга.

2.3 Информационно-аналитические программы

Учитывая тот факт, что одной из главнейших задач информационной политики является информирование аудитории о происходящих в регионе процессах и явлениях, а также их объяснение, информационно-аналитические материалы становятся доминирующим контентом в сетке вещания ГТРК «Владивосток».

Данные материалы представлены в эфире информационными программами «Вести-Приморье» и «Дежурная часть», аналитические и информационно-аналитические программы представлены несколько шире – это

«Азия за неделю», «Акценты», «Владимир Миклушевский. Блиц», «Пульс», «Новая экономика Приморья», а также «Имею право!»

«Вести – Приморье» – это основная ежедневная информационная программа, выходящая в эфир семь раз в сутки. Представляет из себя последовательную череду информационных сюжетов и заметок.

В вечернем выпуске от 05.05.2015 в эфир вышло 14 новостей, из них 9 заметок и 5 сюжетов. Средний хронометраж сюжета – 2 минуты 50 секунд.

Наиболее характерный сюжет – «В Приморье возрождают горнодобывающую промышленность», посвященный запуску станции по переработки отходов горнорудной промышленности. Его хронометраж – 4 минуты 17 секунд. Материал информирует аудиторию о перезапуске заброшенного в 90-ые комбината по переработке горнорудных отходов. Несмотря на общее падение промышленного производства в 2015 году на фоне экономического кризиса, сюжет представляет аудитории альтернативную картину с ростом количества рабочих мест, делает упор на возрождение советского наследия, развитие собственной промышленности и очень кратко упоминает реконструировавших завод китайских инвесторов.

Еженедельная программа «Дежурная часть» является информационной. Спектр освещаемых событий – от ДТП до ограблений и убийств.

Программа носит информационный характер, главная цель которой, проинформировать население Приморского края о случаях насилия, мошенничества или ограбления. Наряду с новостными выпусками является одной из популярных программ телеканала. Метод сбора информации – работа с документами. Программа принадлежит к информационной группе жанров. Хронометраж 10 минут.

Выпуск от 13.05.2016 года рассказывает о задержании банды несовершеннолетних неонацистов, орудовавших в пригороде Владивостока, промышленявших мелким разбоем и вымогательством. Кроме того, часть выпуска отведена под обсуждение ДТП – учитывая рельеф Владивостока, это одна из наиболее болезненных тем для города. Финальной темой выпуска стала заметка

о задержании наркоторговца с крупной партией товара. Цель программы – информирование.

Таким образом, количество передач в информационной группе жанров невелико – всего две передачи. Но их дополняют информационно-аналитические программы.

«Азия за неделю», информационно-аналитическая программа, представляющая собой недельное обозрение экономических и политических событий, происходящих в странах Азии и затрагивающих Российскую Федерацию.

Программа выходит в эфир еженедельно по пятницам на канале «Россия 1» и представляет собой последовательность сюжетов с комментариями ведущей. Сама программа посвящена прошедшим за последнюю неделю событиям в государствах Азиатско-Тихоокеанского региона. Главное внимание акцентировано на Китайской Народной Республике и Японской Империи, а также сотрудничестве этих стран с Россией.

В программе присутствует аналитика. Данная передача является представителем жанра обозрение, фактически являясь новостным дайджестом по наиболее актуальным прошедшим событиям в странах Азии. При подготовке используется видеоряд зарубежных телекомпаний, чаще всего авторства китайской государственной «ССТV». Основной метод сбора информации: работа с документами. Несмотря на присутствие характерных для информационного и публицистического групп жанров признаков, данную программу можно отнести к аналитической группе жанров, жанр обозрение. Хронометраж двадцать минут.

Выпуск от 13.05.2016 года посвящен сотрудничеству между КНР и РФ в сферах торговли, образования, внешней политики и культурного взаимодействия. Основные освещаемые темы: строительство инфраструктуры китайского экономического проекта XXI века «Новый шелковый путь» и участие в нем России, а также празднование дня победы в Великой Отечественной Войне и сотрудничество между ВУЗами двух стран. Программа выполняет две

функции – информационную и пропагандистскую. Китай преподносится российской публике в качестве надежного и перспективного союзника. Учитывая то, что дальше позитивной риторики о дружбе между странами сотрудничество не заходит, а также принимая в расчет проблемы в сфере инвестиций, двусторонней торговли и атмосфере взаимного недоверия среди представителей как местной, так и центральной власти, общий тон программы выглядит крайне оптимистично.

«Акценты» - еженедельная информационно-аналитическая программа, выходящая в эфир по субботам на канале «Россия 1». Программа посвящена обсуждению актуальных тем в различных сферах жизни с квалифицированными и компетентными собеседниками. Интервью с политиками, предпринимателями и общественными деятелями.

Главные освещаемые аспекты – юриспруденция, экономика, социальная сфера. Приглашенные специалисты обсуждают с ведущим острые злободневные проблемы, эксперты разъясняют аудитории их основные юридические права, советуют, как можно добиться справедливости. Также даются прогнозы на краткосрочную экономическую перспективу, чиновники отчитываются перед населением о проделанной работе. Программа принадлежит к аналитической группе жанров, жанр аналитическое интервью. Основной метод сбора информации – интервью. Хронометраж тридцать минут.

Выпуск от 07.05.2016 года посвящен юридической беспомощности рядовых граждан перед официальными органами вследствие юридической безграмотности населения. Гость студии – уполномоченный по правам человека в Приморском крае В. М. Розов. Главные поднимаемые вопросы – злоупотребление местными чиновников и сотрудников здравоохранения юридической некомпетентностью граждан, получение ими оплаты за предоставление бесплатных по закону услуг. Цель программы – просвещение и защита аудитории от злоупотреблений со стороны госслужащих, а также воспитание экономической, юридической и гражданской грамотности населения.

«Блиц: Владимир Миклушевский» – это интервью с главой Приморского края, которое телекомпания проводит по субботам два раза в месяц. В ходе программы ведущая задаёт губернатору вопросы о социальной, экономической и культурной политике краевого правительства, о методах решения существующих проблем и перспективах развития региона.

Главная особенность передачи – губернатору дается только одна минута для ответа на вопрос. Программа состоит, главным образом, из ответов В. Миклушевского, примерно раз в пять минут разбавляемых короткими проблемными сюжетами на тему разговора. Также часть вопросов главе Приморья задаются из числа предоставленных аудиторией телеканала.

Из плюсов передачи можно отметить ёмкость и информативность программы, возможность зрителей участвовать в создании передачи, открытость респондента, отсутствие затянутых дискуссий и обсуждение реальных проблем региона. К минусам стоит отнести PR-подтекст передачи, превращающий дискуссионную площадку в агитационную трибуну губернатора, а также нестрогое соблюдение формата беседы – Миклушевский несколько раз за выпуск значительно превышал лимит времени, данного на ответ, на что не следовало никакой реакции со стороны ведущего. Кроме этого, съёмка, по большей части, осуществляется с трех ракурсов, объектив камеры переносит фокус с лица губернатора на лицо ведущей, затем на экран в центре студии, затем действия повторяются по кругу. Основной метод сбора информации – интервью. Хронометраж 30 минут.

В программе от 14.05.2016 года затрагиваются проблемы здравоохранения, открытие в ближайшем будущем центра ядерной медицины, усилиями по борьбе с детской смертностью, а также обсуждался ряд вопросов не относящихся к сфере медицины – городская инфраструктура, работа с молодежью, ситуация на рынке труда, улучшение демографической и миграционной ситуации, а также выполнение майских указов Президента. Главная цель программы – создание позитивного имиджа губернатора Приморского края.

Информационно-аналитические программы компенсируют недостаток разнообразия информационных передач. Они не только информируют аудиторию, но и дают соответствующую информационной политике ВГТРК оценку происходящим событиям или явлениям. Однако, эти программы не дают более подробного объяснения сути проблем. Для этого в сетке вещания ГТРК «Владивосток» существуют аналитические программы.

«Новая экономика Приморья» - это программа с ненормированным графиком выхода в эфир, от одного до трех раз в неделю, целиком посвящена внедрению и использованию инновационных технологий в экономике Приморского Края, перспективам создания высокотехнологичного производства.

Программа представляет собой интервью с представителями бизнеса, экспертами в сфере инноваций и представителями администрации края, прерываемое тематическими сюжетами, знакомящими читателя с предпринимаемыми усилиями по модернизации экономики Приморья. Также ведущая и приглашенные эксперты обсуждают не только успехи, но и проблемы, препятствия на пути к успешной модернизации. Программа является аналитической, гости передачи проводят анализ причин неудачи в тех или иных начинаниях, посвящая зрителей в суть проблем региона. Методы сбора информации – интервью и анализ документов. Программа относится к аналитической группе жанров, жанр аналитическое интервью. Хронометраж 15 минут.

Выпуск за 14.05.2016 год раскрывает перед аудиторией проблемы в сфере модернизации строительного бизнеса и градостроительства, отсутствие внедрения инновационных технологий, законодательные препоны, мешающие развитию данной отрасли. Приглашенный специалист – руководитель строительной фирмы, считает, что большинство проблем для строительного бизнеса в данный момент создает не экономический кризис или санкции, а довольно костное законодательство, запрещающее проводить модернизацию

средств производства. Также эксперт выступает с критикой современного плана застройки города, называя его «эkleктичным» и «безвкусным». Цель данной программы – информировать жителей Приморья о положении дел в сфере инноваций, тем самым подстегивая предпринимательскую активность в регионе.

«Пульс» - это еженедельная программа о здоровье, проблемах и достижениях медицины Приморского края, новых методах диагностики и лечения, о профилактике различных заболеваний. Программа состоит из диалогов ведущей и приглашенного специалиста, а также ряда сюжетов, иллюстрирующих обсуждаемую проблему.

Программа относится к аналитической группе жанров, жанр аналитическое интервью. Основные методы сбора информации – интервью, работа с документами, невключённое наблюдение. Можно выделить две главных цели программы – просвещение и информирование аудитории. Данные цели достигаются при помощи советов, которые дают приглашенные специалисты, а также сюжетов и комментариев ведущей. Хронометраж 10 минут.

В выпуске от 10.05.2016 г. ведущая поднимает актуальную проблему – лечение и реабилитацию наркозависимых, раскрывает перед аудиторией, как проходит процесс лечения наркозависимых, что нужно сделать, чтобы побороть зависимость. Основной посыл – людям, оказавшимся в подобной ситуации, нужно прежде всего самим захотеть стать на путь исправления. Также дают советы родным и близким нарко и алкозависимых людей, как именно лучше помочь попавшему в беду человеку.

Таким образом, программа выполняет функцию медицинского просвещения населения Амурской области.

Программа «Имею право!» является совместным проектом телекомпании ГТРК «Владивосток» и уполномоченного по правам человека в Приморье Валерия Розова. Еженедельная программа, главная функция которой заключается в юридическом воспитании аудитории Приморья.

Программа носит аналитический характер. Автор дает множество рекомендаций по защите гражданских прав и свобод как от мошенников, так и от недобросовестных чиновников. Однако, излишний акцент на персоне Розова позволяет сделать вывод о том, что помимо юридического просвещения программа является пиар-площадкой для самого уполномоченного по правам человека.

Выпуск за 26.04.2016 года посвящен разъяснению обязанностей правозащитника – омбудсмена, очерчивает круг его полномочий и дает рекомендации, как получить помощь в критической ситуации. Главная цель программы – обучение политической, экономической и юридической грамотности граждан.

Информационно-аналитические материалы являются основным контентом в сетке вещания ГТРК «Владивосток». Они не только удовлетворяют потребность аудитории в актуальной информации о состоянии региона, но и позволяют проводить нужную медиахолдингу ВГТРК информационную политику.

2.4 Художественно-публицистические программы

Помимо широкого ассортимента информационно-аналитических материалов, ГТРК «Владивосток» может предложить аудитории небольшое количество художественно-публицистических передач.

«Открой для себя Приморье» - программа с нерегулярным выходом посвящена рекламе Приморья как туристического региона. Содержание включает в себя описание различных уникальных природных, географических либо инфраструктурных явлений Приморского края.

Программа развлекательного характера. Методы сбора информации – работа с документами, наблюдение и интервью. У программы есть две основные цели – реклама отдыха в Приморье и развлечение аудитории. В тексте изобилуют различные художественно-стилистические приёмы, присутствует постановочная съемка.

Программа от 13.05.2016 года посвящена уникальному представителю местной фауны – приморскому трепангу. Данный вид беспозвоночного обладает целым рядом целебных свойств, что влечет охоту на него со стороны браконьеров, в середине 90-ых годов трепанг оказался на грани исчезновения, однако теперь ситуация нормализовалась и его стали выращивать в промышленных масштабах в специальных фермах. Автор говорит, что попробовать этого трепанга легально можно только в нескольких ресторанах Владивостока, специализирующихся на дальневосточной кухне. Упор на данное обстоятельство наталкивает на мысль о продвижении региона как потенциального курорта.

«Территория Приморья» - еще одна программа, посвященная развитию туризма в Приморском крае. Программа имеет нерегулярный выход – от пяти до двадцати выпусков в году. Содержание похоже на контент программы «Открой для себя Приморье».

Данная программа носит развлекательный характер. Методы сбора информации – работа с документами, интервью и наблюдение. Текст богат эмоционально окрашенной лексикой, присутствуют постановочные кадры, внимание сильно акцентировано на личности ведущего. Хронометраж – 10 минут.

Выпуск от 26.02.2016 года рассказывает о Владивостокском военном музее, береговых укреплениях Императорской России, а также про фестиваль военно-морского флота, на которые ежегодно в столицу Приморья стекаются туристы. Программа сделана в легком и непринужденном стиле, ведущие как будто приглашают зрителя посетить показываемые в эфире места. Исходя из этого, главной функцией данной программы является реклама Владивостока как курортной зоны.

Публицистика в сетке вещания ГТРК «Владивосток» занимает скромное пространство – всего лишь две программы с нерегулярным выходом в эфир. Это связано, прежде всего, с информационной политикой телекомпании. Основные ресурсы приморского филиала направлены на создание

информационно-аналитических программ. Эти программы в большей степени отвечают поставленным перед ГТРК «Владивосток» задачам, нежели художественно-публицистические.

3. ФИЛИАЛ ФГУП ВГТРК ГТРК «АМУР»: ИСТОРИЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, КОНТЕНТ

3.1 История ГТРК «Амур»

Государственная телевизионная и радиовещательная компания «Амур» возникла в 1962 году и первоначально называлась «Амурская студия телевидения». В 1982 году на смену черно-белому пришло цветное телевидение. До 1991 года компания была частью советской ТВ системы, но после развала СССР оставалась частной вплоть до 2004 года. После включения в состав холдинга «ВГТРК», телекомпания обновила материально-техническую базу и стала транслироваться не только на аналоговом, но и на спутниковом ТВ. В этом году планируется переход на цифровое качество.

Телекомпания выпускает десять новостных выпусков в день на канале «Россия 1» и два двухчасовых новостных блока на канале «Россия 24». По выходным на «России 1» выходят тематические программы: «Правительственный час», «Пuls», «Вестник АПК», «Вестник образования», «В Амурском парламенте», «Сельский час» и «Вестник культуры».

На данный момент трансляция контента телекомпании осуществляется во всех населенных пунктах Амурской области, ГТРК «Амур» имеет самое современное оборудование в регионе и собственный автопарк. Кроме того, из-за строительства космодрома «Восточный» к ГТРК «Амур» повысился интерес со стороны штаб-квартиры ВГТРК, на канале «Россия-24» существует специальная рубрика – «Космонавтика», где транслируют сюжеты амурских корреспондентов о возведении космодрома и близлежащей инфраструктуры.

Всего «ГТРК Амур» выпускает в эфир 8 передач на телеканале «Россия 1» и 12 на «России 24». Часть из них выходит регулярно, часть приурочивается к определенному поводу.

«Россия 1»: «Вестник АПК», «Вести – Благовещенск», «В Амурском парламенте», «Правительственный час» и «Спецпроекты».

«Россия 24»: «Вести – Благовещенск», «Пульс», «Неделя в истории», «Право выбора», «Православие Приамурья», «Машиностроение», «Спецрепортаж», «Энергетика», «Транспорт», «Факты», «Налоги», «Космонавтика».

3.2 Особенности взаимодействия с штаб-квартирой ФГУП ВГТРК

Причина плотного сотрудничества ВГТРК и ГТРК «Амур» состоит в том, что в последние десятилетия на территории области осуществляется строительство нескольких стратегически значимых объектов для Российской Федерации, а именно – космодром «Восточный», первая и вторая Бурейская ГЭС. Также повышенное внимание к области федеральной телекомпания объясняется наличием особых договоренностей в сфере торговли между правительствами Российской Федерации и Китайской Народной Республики, ключевую роль в которых играет безвизовый режим Амурская область – провинция Хэйлунцзян. Кроме того, на территории Амурской области в настоящий момент осуществляется ряд федеральных инициатив, а именно: создание территорий опережающего развития (ТОР), прокладка газопровода «Сила Сибири», геологическая разведка нефтегазовых месторождений, осуществляемая Амурским государственным университетом и возведение по инновационному проекту «умный город» объекта Циолковский. Все выше перечисленные факторы обуславливают повышенное внимание центра и всей страны к Амурской области, что интенсифицирует сотрудничество между ВГТРК и ГТРК «Амур», позволяет своевременно модернизировать материально-техническую базу телекомпания, внедряя передовые технологии в процесс сбора, обработки и распространения информации. Пристальное внимание штаб-квартиры и частота заказов на создание материалов для федерального телеканала способствуют ужесточению контроля качества и, как следствие, повышению профессионального уровня сотрудников амурской телекомпания.

Также стоит упомянуть о сотрудничестве ГТРК «Амур» с соседними региональными подразделениями медиа-холдинга. В качестве примера можно

привести совместную работу с ГТРК «Саха» в освещении случившегося в июле 2015 года крупного ДТП, в котором пострадали работающие в Якутии вахтовым методом амурчане.

Все программы телекомпании выходят в эфир на каналах «Россия - 1» и «Россия - 24» в блоке региональных новостей. Но, учитывая плотное сотрудничество между штаб – квартирой ВГТРК и ее региональными отделениями, контент любой из программ ГТРК «Амур», за исключением программ со стопроцентной региональной привязкой, таких как «Факты», «Православие Приамурья», «Правительственный час» и «В Амурском парламенте», может быть частично либо полностью использован редакцией ВГТРК для подготовки федеральных новостных выпусков.

Передача оригинального авторского контента в ведение редакции ВГТРК с дальнейшим правом редактирования материала происходит через заключение с автором информационного продукта договора о купле – продаже, оплата за материал производится на гонорарной основе. Из 100% суммы гонорара 60% положено корреспонденту – автору текста, 40% оператору – автору видеоряда.

Подобная система обмена материалами позволяет ВГТРК получать оперативную и эксклюзивную информацию из всех регионов Российской Федерации.

3.3 Информационно-аналитические программы

Информационно-аналитические программы – это доминирующий контент в сетке вещания ГТРК «Амур». Спектр материалов данного направления представлен программами «Вестник АПК», «В Амурском парламенте», «Правительственный час», «Пульс», «Право выбора», «Православие Приамурья», «Энергетика», «Транспорт», «Факты» и «Космонавтика».

Новостная программа «Вести-Благовещенск» выходит семь раз в сутки. В данной программе освещается жизнь города и области, информационным поводом могут служить события из экономической, политической, социальной и культурной сферы. В качестве эмпирической базы был взят вечерний выпуск

«Вести – Благовещенск» за 05.05.2015, наиболее полно характеризующий информационную политику ГТРК «Амур».

Большинство сюжетов построены по одному типу – 20-25 секунд закадровый текст, 15-20 секундное интервью, далее еще 20 секунд текста, интервью, текст, появление журналиста в кадре, текст. Общие, дальние и крупные планы чередуются друг с другом с интервалом 5-7 секунд.

Трижды за выпуск упоминается губернатор О. Н. Кожемяко и врио губернатора Амурской области А. А. Козлов. Первый раз в сюжете про «Знамя Победы», там корреспондент берет интервью у А. Козлова. Второй раз в кадр попадает губернатор и врио губернатора, приглашенные на открытие храма в Новобурейске. Оба дают корреспонденту интервью. В третий раз – открытие навигационного сезона, где врио губернатора амурской области выступает перед сотрудниками погранвойск с речью.

В тексте журналиста постоянно упоминаются имена Кожемяко и Козлова: «Возведение нового храма шло под патронатом экс-губернатора области Олега Кожемяко... В поездке его сопровождал исполняющий обязанности главы Приамурья Александр Козлов... Олег Кожемяко, будучи губернатором области... Александр Козлов и Олег Кожемяко отправились к памятнику жертвам политических репрессий. Для экс-главы региона Бурейский район имеет особо значение - это родина его предков. Кстати, с момента назначения Олега Кожемяко на пост исполняющего обязанности губернатора Сахалинской области прошел почти месяц. Все это время он следит за новостями Приамурья... все они находятся в поле зрения Александра Александровича, он глубоко вник в эту работу и делает так, чтобы все эти проекты были осуществлены в намеченные сроки...»²⁸.

Примерно то же содержание прослеживается и в сюжете про «Знамя Победы». Как мы видим, из шести сюжетов вечернего выпуска два посвящены первым лицам области, пусть и в завуалированной форме.

²⁸ Программа «Вести-Благовещенск» [Электронный ресурс]: «ГТРК Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-1/vesti-blag>

Далее следует сюжет про мотопробег байк-клубов в честь 70-летия победы над нацистской Германией. В тексте присутствуют стандартные штампы – «фашисты», «фашистские оккупанты». Как и большинство текстов, посвященных Второй Мировой Войне, этот материал переполнен возвышенными эпитетами: «Священное знамя», «Вечная слава». Что касается смыслового построения сюжета, как в плане текста, так и видеоряда, то здесь наблюдается некоторая нелогичность – мотопробег, потом реконструкция боев между нацистами и солдатами РККА, ветераны, а потом снова мотопробег. Возможно, этим приемом журналист хотел показать преемственность поколений. Учитывая придаваемое Правительством РФ значение Великой Отечественной Войны, как фундамента для построения новой национальной идентичности, сюжет укладывается в канву информационной политики медиахолдинга.

Программа «Вестник АПК» выходит еженедельно по выходным, рассказывает о проблемах и развитии регионального агропромышленного комплекса. Герои программы: сотрудники и специалисты предприятий АПК, потребители, а также чиновники из Министерства сельского хозяйства Амурской области.

В программе отсутствует аналитика, журналист рассказывает о предмете материала, не предлагая пути решения проблемы и не углубляясь в причины возникновения тех или иных явлений. Основные методы сбора информации: интервью, наблюдение и работа с документами. Данную программу можно отнести к информационной группе жанров, жанр репортаж.

Выпуск от 20.12.2015 можно разбить на две части. Первая рассказывает о мясокомбинате «Серышевский», его стандартах производства, технологических этапах производства и ассортименте. Особый акцент делается на коммерческом успехе на внутреннем и внешнем рынках, доступной цене и высоких стандартах качества. Сюжет выглядит заангажированным, рекламным.

Вторая часть – информационный репортаж. Корреспондент информирует аудиторию о подготовительных работах к следующему посевному сезону:

капитальный ремонт сельхоз техники, обновление промышленного оборудования.

В качестве целей репортажа можно выделить две основные:

- 1 Информирование населения о состоянии областного агропромышленного комплекса.
- 2 Реклама продукции амурских производителей.

Таким образом, программа выполняет важную функцию – рассказывает о значимом для развития региона агропромышленном комплексе.

Сезонная программа «Право выбора», выходящая несколько раз в год в период перед областными выборами, посвящена работе избирательной системы области, подготовке к выборам, информирует о том, что нужно знать каждому избирателю. В программе отсутствует какая – либо предвыборная пропаганда, запрещен показ партийной символики в кадре. Основное содержание программы: нарушения на избирательных участках, данные о количестве потенциальных и активных избирателей, работа территориальной избирательной комиссии.

Программа относится к информационной группе жанров, жанр репортаж. Основные методы сбора информации - невключенное наблюдение, интервью, работа с документами. Цель – информирование граждан о подготовке и ходе выборов. Достигается цель путем демонстрации хода выборного процесса, комментариями специалистов и членов территориальной избирательной комиссии, репликами корреспондента.

Программа состоит из нескольких интервью и сюжетов, скомпилированных в одной передаче. Используется видеоряд из различных точек голосования и избирательных комиссий. В программе за 12.09.15 рассказывается о выявленных нарушениях в ходе выборов, понесенной нарушителями ответственности, освещается процесс голосования в удаленных от областного центра труднодоступных местах – граница, карьеры, сёла.

Отсюда следует, что главная цель программы - информирование избирателей о ходе выборного процесса.

Таким образом, в сетке вещания ГТРК «Амур» присутствует три информационных программы, одна из которых является нерегулярной и выходит в эфир только во время выборов.

Ежемесячная программа «В Амурском парламенте» рассказывает о результатах работы парламента Амурской области. В материале анонсируются обсуждаемые инициативы и законопроекты местного парламента, объясняются уже принятые законы и постановления.

Программа носит информационный-аналитический характер, респонденты говорят о проблемах региона и их решении. Ее главная цель – информирование амурчан о политической, экономической и социальной политике правительства Амурской области. Основным методом сбора информации – интервью.

Выпуск за 28.11.2015 год поднимает вопрос о формировании областного бюджета на следующий год, индексации пенсий и зарплат бюджетников. Программа полностью посвящена освещению работы парламента, отсутствует акцентирование на определенной личности или партии, нет признаков пиара.

Отсюда следует, что функцией программы является информирование амурчан по ряду жизненно важных социальных, политических и экономических вопросов.

Еженедельная программа «Правительственный час» рассказывает о планах и проектах регионального правительства по социально-экономическому развитию области. Комментарии дают руководители профильных министерств и ведомств региона.

Программа по содержанию информационно-аналитическая. Зрителю показывается видеоряд из сюжетов, посвященных работе губернатора и министров. Чиновники сообщают постфактум о своих достижениях и способах решения проблем. Основные методы сбора информации – интервью и работа с документами. Цель программы – информирование граждан и создание положительного образа областной администрации и губернатора.

Выпуск от 04.04.2015 года посвящен переводу губернатора Амурской области О. Кожемяко на Сахалин и назначение на должность ВРИО А. Козлова. Основная цель программы – работа по улучшению имиджа главы области. Программа имеет яркий пиар – подтекст. В каждом сюжете показывается фигура губернатора, решающего те или иные проблемы.

Таким образом, программа является пиар – акцией правительства Амурской области.

Две информационно-аналитические программы ГТРК «Амур» посвящены деятельности местного правительства, освещая положительные моменты в работе губернатора и парламента Амурской области. Более широкий круг тем затрагивают аналитические программы, выходящие в эфире амурской телекомпании.

«Пульс» - еженедельная программа о здоровье, проблемах и достижениях амурской медицины, новых методах диагностики и лечения, о профилактике различных заболеваний. Программа состоит из диалогов ведущей и приглашенного специалиста, а также ряда сюжетов, иллюстрирующих обсуждаемую проблему.

Программа относится к аналитической группе жанров, жанр аналитическое интервью. Основные методы сбора информации – интервью, работа с документами, невключённое наблюдение. Можно выделить две главных цели программы – просвещение и информирование аудитории. Данные цели достигаются при помощи советов, которые дают приглашенные специалисты, а также сюжетов и комментариев ведущей.

В выпуске от 20.12.2015г. ведущая поднимает серьезную проблему – распространение педикулёза среди детей и подростков. Материал можно условно разбить на три части. В первой описывается само явление. Во второй ведущая призывает не дискриминировать больных педикулёзом, доказывая, что заболеть может каждый. В третьей части даются практические советы по борьбе с данной болезнью.

Таким образом, программа выполняет функцию медицинского просвещения населения Амурской области.

«Православие Приамурья» - программа о событиях православной жизни Приамурья, взглядах священнослужителей и религиоведов на различные аспекты современного общества. Программа проходит в форме интервью. Ведущий в студии беседует с приглашенным церковным иерархом, обсуждая актуальные общественные проблемы.

Программа принадлежит к аналитической группе жанров, жанр беседы. Основной метод сбора информации – интервью. Программа носит воспитательную и миссионерскую функции, продвигая идеи морально здорового умеренно религиозного общества. Данная цель достигается через свободное общение с высшими церковными иерархами на острые социальные и культурные темы.

Выпуск за 26.12.15 являет собой полемику о свободе творчества. Ведущая и архиепископ Лукиан – глава РПЦ в Приамурье, рассуждают о творчестве, допустимых рамках свободы самовыражения, роли семьи и государства в процессе воспитания будущих поколений.

Отсюда следует, что функцией программы является духовное воспитание амурчан и пиар деятельности РПЦ в области.

Нерегулярная программа «Энергетика» посвящена развитию энергетики в Амурской области. Программа затрагивает широкий спектр тем: уже существующие, строящиеся и перспективные гидроэлектростанции, тепловые электростанции, нефте – и газопроводы, а также состояние областной энергетической инфраструктуры и подготовка к отопительному сезону.

Программа принадлежит к аналитической группе жанров, жанр аналитический репортаж. Методы сбора информации: работа с документами, невключённое наблюдение, интервью. Цель программы – информирование населения о перспективах развития энергетики в области, что прямым и косвенным образом сказывается на жизни граждан; прямое влияние – создание дополнительных рабочих мест, уменьшение безработицы и повышение

благополучия региона, косвенно – уменьшение либо увеличение оплаты коммунальных услуг.

Выпуск за 29.10.15 посвящен запуску второй очереди благовещенской ТЭС, подключению к коммунальным услугам новостроек, а также возможному строительству на территории Амурской области газовой ТЭС и участии «Газпрома» в развитии области.

Программа преследует цель проинформировать жителей Приамурья об изменениях в энергетике области, а также проинформировать о появлении новых рабочих мест.

Программа с нерегулярным выходом «Транспорт» посвящена перспективам, развитию и проблемам железнодорожного, речного, авиационного и автомобильного транспорта. Также в данной программе затрагиваются вопросы о дальнейших перспективах развития Амурской области и оценивается вклад, который в это развитие внесет усовершенствование транспортной инфраструктуры.

Программа принадлежит к аналитической группе жанров, жанр аналитический репортаж. Методы сбора информации: наблюдение, работа с документами и интервью. Цель программы – информирование населения о развитии области в целом и транспортной инфраструктуры в частности. Также можно выделить прагматическую цель – привлечение квалифицированных трудовых ресурсов через публикации и дальнейших перспективах транспортных проектах и связанном с ними экономическом развитии. В программе чётко прослеживается индуктивная составляющая. Поставленные цели выполняются через рассмотрение конкретного факта и перехода на его основе к общим выводам.

Программа от 17.03.15 года посвящена строительству второй ветки Байкало-Амурской магистрали железной дороги и связанными с ее строительством перспективами. Программа построена в репортажной форме и выполнена в виде объемного по времени сюжета, где роли ведущего и корреспондента совмещены. Автор не только рассказывает о планах и

перспективах, но и показывает наглядный результат и уже сделанную работу, попутно описывая дальнейшие планы по развитию проекта.

Таким образом, главная функция программы – проинформировать жителей Приамурья об изменениях в энергетике области, а также проинформировать о появлении новых рабочих мест.

Еженедельная обзорная программа «Факты», подводящая социально-политические и экономические итоги недели для Приамурья. В программе затрагиваются вопросы строительства, энергетики, транспорта, демографии, экономики сельского хозяйства, промышленности и социальной политики области.

Программа относится к аналитической группе жанров, жанр обозрение. Автор подводит итог недельного, месячного, сезонного и годового развития Амурской области. Основные методы сбора информации – работа с документами и интервью. Цель программы – информирование населения об успехах и проблемах области, а также пропаганда достижений областного руководства. Цель достигается посредством сравнения наиболее успешных сфер развития области за разные сроки. Однако, в программе также присутствуют критические комментарии ведущего, приводящие данные по ухудшению показателей развития в важных для общества и экономики сферах.

Программа за 17.12.15 год стала итоговой по 2015 году в целом. Автор акцентирует внимание как на успехах, так и неудачах в развитии экономики области. Кроме констатации фактов присутствует объяснение причин взлётов и падений в тех или иных сферах.

Программа «Космонавтика» является нерегулярной и посвящена ходу строительства космодрома «Восточный». В ней не освещаются последние достижения в исследовании космоса или развитии космического ракетостроения, а лишь приводятся данные о проблемах и успехах в строительстве амурского космодрома.

Программа относится к аналитической группе жанров, жанр аналитический репортаж. Методы сбора информации – наблюдение, интервью

и работа с документами. Учитывая огромное значение реализуемого строительства не только для региона, но и для Российской Федерации в целом, в программе присутствуют первые лица государства. Цель программы – информировать население о ходе строительства космодрома. Также можно выделить еще две цели, вытекающие из первой. Первая – это пропаганда. В обществе с 2013 года не утихают споры об эффективности строительства космодрома, срыве сроков возведения, коррупции, экологическом воздействии на область и геоэкономической целесообразности строительства именно на Дальнем Востоке. Вторая – привлечение молодых специалистов к работе на будущем стратегическом объекте. Цели реализуются при помощи правильно подобранной оператором картинки и грамотно построенном тексте корреспондента, который выполняет роль ведущего.

Выпуск от 09.06.15 года посвящен сразу нескольким моментам: работе студенческих стройотрядов, инновациям при возведении космодрома, приезду делегации от Государственной Думы Российской Федерации и пресс – конференции вице-преьера Дмитрия Рогозина. Первая часть программы описывает быт стройотрядов, перспективы города Циолковский и пропагандирует работу на космодроме для молодых специалистов и студентов. Вторая часть также выполняет информирующую и пропагандистскую функции – знакомит аудиторию с последними достижениям инженерной мысли, применяющимися при возведении космодрома, а также перебивает негативный тон коррупционных скандалов и срыва сроков строительства. Третья и четвертая часть программы – информационные.

Шесть аналитических программ посвящены различным аспектам жизни Амурской области – от религии до космонавтики. Затрагиваются темы духовного воспитания человека, перспективы энергетической отрасли и развитие транспортной инфраструктуры, здравоохранение и ход стратегически важного для России строительства космодрома «Восточный». Среди освещаемых вопросов нет правовой ситуации в области, экологической

проблематики или вопросов бизнеса, основной акцент сделан на работе государственных секторов экономики.

3.4 Художественно-публицистические программы

Публицистика в ГТРК «Амур» представлена в единственном числе программой «Неделя в истории», имеющей аналитический подтекст.

«Неделя в истории» - еженедельная программа, посвященная истории Амурской области. Темы выпусков приурочиваются к определенным событиям и датам. Программа состоит из монологов ведущей, комментариев очевидцев исторических событий, экспертов и участников памятных мероприятий. В программе активно используются архивная, постановочная съемка и фотографии исторических документов. Проводятся параллели с современностью.

Основные методы сбора информации – работа с документами, интервью. Цели программы – информирование и просвещение аудитории. Автор добивается поставленных целей через освещение прошедших событий и проведения исторических параллелей с нынешней ситуацией в области, сравнивая положение дел «тогда» и «сейчас».

Темой выпуска за 28.12.2015 года стала новогодняя сельская ярмарка на ВДНХ как традиция, зародившаяся еще при СССР. Автор раскрывает перед аудиторией историю создания и проведения подобных ярмарок, их значение 70 лет назад и сейчас. Ведущая проводит параллели между прошлым состоянием сельского хозяйства Приамурья и нынешним, оценивает перспективы развития данной отрасли, а также той ролью, которую играла ВДНХ тогда и сейчас. В программе активно используются архивные видеоматериалы и комментарии современных участников предновогодней ярмарки.

Программа призвана познакомить жителей Приамурья с историей области, а также отмечает достигнутый прогресс в ее развитии и дает различные практические советы.

Слабое развитие публицистики на ГТРК «Амур» можно объяснить несколькими факторами. Первый – это информационная политика

медиахолдинга ВГТРК. Штаб-квартира заинтересована в аналитических материалах ГТРК «Амур» и проведении информационной политики медиахолдинга, телекомпания не может расходовать ресурсы на публицистику в достаточном количестве, чтобы быть конкурентной в этой сфере. Это, в свою очередь, подводит ко второму фактору – конкуренция. На информационном рынке Амурской области художественно-публицистические материалы представлены качественным контентом телекомпании «Альфа», а ГТРК «Амур» занимает нишу информационно-аналитических материалов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Медиахолдинг ВГТРК – это объединение телерадиокомпаний и интернет-платформ по всей территории Российской Федерации и ближнего зарубежья. Несмотря на существующий контроль качества и единые стандарты производства, информационная продукция региональных филиалов имеет определенные отличия в контенте, форме его подачи и формате информационных программ схожего содержания.

Региональная система филиалов ВГТРК – это особая система сбора, производства информационного продукта, его распространения по нескольким каналам передачи данных, охватывающая всю территорию Российской Федерации и играющая важную роль в создании единого информационного пространства страны.

Информационная политика региональных филиалов и всего медиахолдинга в целом заключается в информировании населения Российской Федерации о происходящих событиях и процессах внутри страны и регионов с проправительственной точки зрения.

Взаимодействие внутри медиахолдинга делится на две формы: «филиал-центр» и «филиал-филиал». Работа в первом случае осуществляется по сетцентричной схеме, где штаб-квартира заказывает у филиала освещение необходимого и актуального для всей страны события, получая готовый материал и заключая сделку купли-продажи непосредственно с корреспондентом. Во втором случае работа подразумевает собой кооперацию двух филиалов при освещении затрагивающей оба региона темы, объединяя усилия для большей оперативности. Данное сотрудничество наблюдалось, к примеру, при освещении наводнения на Дальнем Востоке в 2012 году и крупного ДТП на юге Якутии летом 2015 года.

Регулярность непосредственной работы штаб-квартиры с региональными филиалами зависит от множества факторов – военно-стратегическая, политическая и экономическая значимость региона, происшествия, стихийные

бедствия, какие-либо явления либо чрезвычайные ситуации, актуальные в масштабах всей страны. Важность работы ВГТРК с амурским и приморским филиалами обуславливается, прежде всего, развитием Дальнего Востока и возведением на территории Амурской области инфраструктуры федерального значения. Также следует отметить упрочение политических и экономических связей России и Китая, а также увеличение экономической значимости Азиатско-Тихоокеанского региона в масштабах глобальной экономики.

Анализ функционирования двух структурных подразделений ВГТРК – ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток» выявил как сходства, так и различия в их работе. Обе телекомпании входят в структуру ВГТРК, находятся на территории Дальневосточного Федерального Округа, расположены в регионах с особым экономическим статусом, располагающих стратегически важными объектами инфраструктуры федерального уровня. Обе, будучи ранее независимыми телекомпаниями, вошли в состав медиахолдинга в середине двухтысячных годов.

Проанализировав программы двух дальневосточных филиалов - «ГТРК Амур» и «ГТРК Владивосток», мы обнаружили сильное влияние ВГТРК на работу региональных филиалов. Обе телекомпании следуют информационной политике медиахолдинга. Они освещают происходящие в домашних регионах события и процессы с позитивной точки зрения, оценивают действия региональной и федеральной власти как полностью конструктивные и способствующие развитию России.

Основные ресурсы обоих филиалов сосредоточены на производстве информационных и аналитических программ, направленных на освещение и трактовку событий региона, соответствующих интересам и информационной политике ВГТРК. В то же время, производству художественно-публицистических материалов уделено остаточное внимание. ГТРК «Амур» имеет одну еженедельную публицистическую программу, а ГТРК «Владивосток» две передачи с нерегулярным выходом.

Однако, есть и отличия. Приморская телекомпания достаточно подробно освещает частные инициативы. Деловой активности, модернизации и инновациям посвящена отдельная программа. Также в эфире широко обсуждается правовая ситуация в крае и деятельность омбудсменов, аудитории внушают необходимость отстаивания своих гражданских прав. Отпечаток накладывает и сотрудничество с зарубежными партнерами. Программа «Азия за неделю» создается при сотрудничестве китайской телекомпании «ССТV».

ГТРК «Амур» больше сосредоточены на освещении государственных секторов экономики и стратегических отраслей – гидроэнергетика, транспортная инфраструктура, космонавтика. Отсутствует обсуждение правовой ситуации в области. Также характерно наличие программы, освещающей духовную жизнь области и отсутствие криминальной хроники, имеющейся в эфире ГТРК «Владивосток».

Анализ показал, что при освещении деятельности государственных структур амурский филиал находится в более серьезной зависимости от власти, чем приморский. Данный вывод можно сделать, опираясь на анализ программы «Правительственный час», где образ губернатора представляется исключительно в положительном ключе, острые проблемы области не затрагиваются.

В отличие от «ГТРК Амур», приморское отделение обладает более широкой автономией. Это особенно заметно по стилю подачи материалов: яркие, одновременно информативные и эмоциональные тексты, более широкое использование разговорной лексики, сближение с аудиторией по средствам активной интерактивной работы через собственный сайт. Более широкая свобода творчества приводит к бессистемности произведенного новостного продукта, построения материала, текста, хронометража, чем отличается от работающих в более строгих рамках амурских коллег.

Общение между корреспондентом и главой региона в программе «Миклушевский. Блиц» выглядит свободным, затрагиваются острые вопросы и проблемные моменты в жизни Приморского края. Губернатор быстро отвечает

на вопросы ведущей, отсутствует затаенность и не создается ощущения о наличии заранее спланированного сценария. У аудитории есть возможность повлиять на создание программы, присылая на сайт телекомпании собственные вопросы к главе региона.

Также в пользу более широкой свободы приморского филиала говорит наличие программы «Имею право!», в которой главным героем и соведущим выступает уполномоченный по правам человека, то есть омбудсмен. Отчасти программа служит повышению уровня популярности и доверия населения к занимающему этот пост человеку, однако, в программе осуществляется реальная критика представителей региональной власти, а также даются ценные рекомендации по защите гражданских прав.

Однако, критика в адрес парламента и главы региона, не говоря уже о действиях федеральной власти, в программах ГТРК «Владивосток» отсутствует, что говорит о следовании руководства и сотрудников филиала канве общей информационной политики медиахолдинга.

Перспектива продолжения исследования связана с изучением функционирования региональных подразделений ВГТРК, работающих в регионах с отличающимися климатическими, культурными, этническими и религиозными особенностями. На примере сравнения двух дальневосточных филиалов ВГТРК мы показали, что в организации, имеющей множество представительств, несмотря на единые стандарты работы, общую информационную политику и контроль качества контент в большей или меньшей степени отличается. Поэтому не исключено, что в дальнейшем расхождения в стандартах работы и содержании новостных выпусках будут лишь углубляться из-за социокультурных, экономических и политических особенностей различных регионов Российской Федерации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Программа «Акценты» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/07/programma-akcenty-ot-7-maya-2016-goda.html>
- 2 Программа «Азия за неделю» [Электронный ресурс]: ГТРК Владивосток. – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/14/programma-aziya-za-nedelyu-ot-13-maya-2016-goda.html>
- 3 Большая советская энциклопедия (второе издание), т.15, М.: БСЭ, 1952. – С. 652
- 4 Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. Лекции, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале – мае 2010 г. – М.: Икар, 2011. – С. 72
- 5 Программа «В Амурском парламенте» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-1/parliament>
- 6 Программа «Вести-Благовещенск» [Электронный ресурс]: «ГТРК Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-1/vesti-blag>
- 7 Программа «Вести-Приморье» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/>
- 8 «ВестиЭкономика.ru» [Электронный ресурс]: ВГТРК. – 10.05.2016 – URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/6121>
- 9 Программа «Вестник АПК» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-1/apk>
- 10 Программа «Владимир Миклушевский. Блиц» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/14/programma-vladimir-miklushevskiy-blic-ot-14-maya-2016-goda.html>
- 11 Программа «Дежурная часть» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: http://vestiprim.ru/programs/watch_units/
- 12 Евстафьев В. Состояние рекламного рынка в России в 2001 году //Рекламные технологии. – 2002. №2. – С. 57.

- 13 Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – С. 272
- 14 Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – С. 127
- 15 Программа «Имею право!» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: [http:// vestiprim.ru/2016/04/27/programma-imeyu-pravo-ot-26-aprelya-2016-goda.html](http://vestiprim.ru/2016/04/27/programma-imeyu-pravo-ot-26-aprelya-2016-goda.html)
- 16 Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – С. 463
- 17 Коновалова О.В. Региональное телевидение в переходный период. // Журналистика в переходный период. – М., 1997, Ч. II. – С. 153
- 18 Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. – Ростов н/Д, 1999. – С.159
- 19 Копылов В.А. Единое информационное пространство в современном информационном обществе: проблемы формирования, функционирования, совершенствования // Научно-техническая информация, серия 2: информационные процессы и системы. – 1994, № 9. – С. 27
- 20 Программа «Космонавтика» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: [http:// gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/cosmonautics](http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/cosmonautics)
- 21 Кузнецов Г. Местное ТВ: прощай, резервация // Журналист. – 1998. № 7. – С. 213
- 22 Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. – М.: МИФИ, 2003 г. – С. 388
- 23 Программа «Неделя в истории» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/video/broadcasts-videos/15816>
- 24 Программа «Новая экономика Приморья» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/14/novaya-ekonomika-primorya-intervyu-s-vladimirom-smotrikovskim.html>
- 25 Новиков А. Телевизионная революция в регионах // Журналист. – 1996, №1. – С. 215

- 26 Программа «Открой для себя Приморье» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/13/specialnyy-televizionnyy-proekt-gtrk-vladivostok-otkroy-dlya-sebya-primore-akvatoriya-primorya-dom-trepanga.html>
- 27 «История компании» [Электронный ресурс]: официальный сайт ФГУП ВГТРК. – 10.05.2016. – URL: <http://vgtrk.com/#page/221>
- 28 «О компании» [Электронный ресурс]: ФГУП ВГТРК ГТРК «Владивосток», официальный сайт. – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/>
- 29 О компании [Электронный ресурс]: ФГУП ВГТРК ГТРК «Амур», официальный сайт. – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/about.html>
- 30 Познер В. Обращение президента Академии Российского Телевидения к тележурналистам региона // ТЭФИ. Вып. 1 (4). 1998. – С.14
- 31 Понятие и система телевизионных жанров // Современная филология: материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. – С. 240
- 32 Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: Изд-во РАГС 2001 г. – С. 246
- 33 Программа «Правительственный час» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-1/pchas>
- 34 Программа «Право выбора» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/right-of-choice>
- 35 Программа «Православие Приамурья» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/video/broadcasts-videos/15815>
- 36 Программа «Пульс» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: <http://vestiprim.ru/2016/05/11/programma-puls-ot-10-maya-2016-goda.html>
- 37 Программа «Пульс» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/pulse>
- 38 Райбман М. Рекламный рынок 2010: ключевые тренды и динамика. – МГТУ 2010 г. – С. 65

- 39 «История ВГТРК» [Электронный ресурс]: сайт МИА «Россия сегодня». – 10.05.2016. – URL: <http://ria.ru/spravka/20100714/254284496.html>
- 40 Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М., 2011. – С. 12
- 41 Программа «Территория Приморья» [Электронный ресурс]: ГТРК «Владивосток». – 10.05.2016. – URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
- 42 Программа «Транспорт» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
- 43 Программа «Факты» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL: <http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/facts>
- 44 Хучиев М.М., Идилов И.И. Методы оценки экономической эффективности внедрения новых телекоммуникационных услуг//Экономические науки. – 2013, № 101. – С. 153
- 45 Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика. М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 382
- 46 Программа «Энергетика» [Электронный ресурс]: ГТРК «Амур». – 10.05.2016. – URL:<http://gtrkamur.ru/broadcasts/russia-24/energetics>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Программы ГТРК «Амур» и ГТРК «Владивосток»

Файлы на диске:

- «Акценты». 07.05.2016. МР 4
- «Азия за неделю». 13.05.2016. МР 4
- «В Амурском парламенте». 28.11.2015. МР 4
- «Вести-Благовещенск». 05.05.2015. МР 4
- «Вести-Приморье». 05.05.2015. МР 4
- «Вестник АПК». 20.12.2015. МР 4
- «Владимир Миклушевский. Блиц». 14.05.2016. МР 4
- «Дежурная часть». 13.05.2016. МР 4
- «Имею право!». 26.04.2016. МР 4
- «Космонавтика». 09.06.15. МР 4
- «Неделя в истории». 28.12.2015. МР 4
- «Новая экономика Приморья». 14.05.2016. МР 4
- «Открой для себя Приморье». 13.05.2016. МР 4
- «Правительственный час». 04.04.2015. МР 4
- «Право выбора». 12.09.15. МР 4
- «Православие Приамурья». 26.12.15. МР 4
- «Пульс». 10.05.2016. МР 4
- «Пульс». 20.12.2015. МР 4
- «Территория Приморья». 26.02.2016. МР 4
- «Транспорт». 17.03.15 МР 4
- «Факты». 17.12.15. МР 4
- «Энергетика». 29.10.15. МР 4