

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-2-341-350  
УДК 654.197

Научная статья

## Чудо или Чудовище? Проблема доминирования институциональной коммуникации в региональных телевизионных новостях

Е.Б. Громова

Филиал Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова в городе Севастополе  
*Российская Федерация, 299001, Севастополь, ул. Героев Севастополя, 7*

**Аннотация.** В статье проанализированы маркеры институциональных коммуникационных стратегий, которые выражаются в смещении дискурса от фрейма «информации» к фрейму «пиар» в региональных телевизионных новостях. В качестве эмпирического материала были взяты сюжеты о строительстве в информационных программах четырех крымских государственных телевизионных каналов. Были определены семантические и лексические маркеры институциональной коммуникации. В статье доказывается доминирование текстов с установкой на пиар в новостных сюжетах о строительстве в Крыму, объясняется небезопасность этого явления с позиции профессиональных задач журналиста. Методы исследования: критический дискурс-анализ, контент-анализ, систематизация, обобщение. Был сделан вывод о неразрешенности на сегодняшний день драматического противоречия между журналистикой и пиаром в региональных новостных программах.

**Ключевые слова:** институциональная коммуникация, информационная программа, региональный телевизионный эфир, дискурс, фрейм «информирование», фрейм «пиар»

Региональный телевизионный журналист – сотрудник государственных СМИ – это профессиональный коммуникатор, который ежедневно сталкивается с риском сдвига дискурса в создаваемом им контенте от тональности «информирование» к тональности «рекламирование» и «пиар». Сегодня для исследователей в области СМИ очевидна необходимость изучения маркеров институционализации эфирной коммуникации и парадигмального сдвига дискурса в программах региональных телевизионных новостей.

Под дискурсивной практикой понимается «процесс структурирования текста (как адресантом, так и адресатом) в пределах определенного дискурса. Однако условия продуцирования текстов очень разнообразны, поэтому имеет смысл говорить... о разнообразии дискурсивных практик в связи с конкретными обстоятельствами и условиями общения» [1. С. 7]. К ключевым практикам

журналистского дискурса относят «практики конструирования истины, субъектных позиций, а также практики конструирования события и практики конструирования персонажа» [2. С. 291–292]. Определение основных семантических и лексических маркеров «пиар-фрейма» в новостях региональных телевизионных каналов Республики Крым мы провели на примере сюжетов из области экономики (в частности, строительства).

Тема строительства не просто вошла в тройку лидирующих тем новостей, но стала самой важной, поскольку оправдывает все, что делалось в последние шесть лет в Крыму. Федеральный центр направляет финансы, а местные власти создают инфраструктуру, которая при Украине отсутствовала. С 2014 года за счет денег из федерального, республиканского и городских бюджетов в Крыму построены десятки масштабных объектов. Облик Крыма заметно изменился – появились стратегически важные, ключевые объекты: Крымский мост, трасса «Таврида», Сакская, Симферопольская и Балаклавская ТЭЦ, аэропорт имени И.К. Айвазовского. Десятки объектов соцкультбыта введены в строй, десятки ожидают своего открытия. «Ведь только официально (по данным вице-премьера и министра финансов правительства Республики Крым Ирины Кивико) в полуостров инвестировали 659 миллиардов казенных рублей... В следующие 3 года... российское правительство инвестирует в полуостров еще 309,5 миллиарда, из-за чего Крым станет безусловным триллионным лидером среди дотируемых территорий, обогнав даже Чечню», – пишет «Комсомольская правда» [3]. При таком режиме инвестирования в территорию – более, чем когда-либо ранее, возрастает необходимость грамотного освещения в СМИ темы строительства. Однако реальное положение таково, что многие стройки начинаются и не оканчиваются, становятся долгостроями российского периода, и это подрывает доверие со стороны крымчан к самой отрасли и ее руководству. В то же время в региональном телевизионном эфире транслируются материалы о строительстве с высокой установкой на пиар. Многие из подрядчиков (за исключением, пожалуй, самых крупных организаций – строителей трассы «Таврида», аэропорта имени И.К. Айвазовского, Крымского моста) как раз не склонны к активной самопрезентации, большинство считают, что «стройка любит тишину». Гораздо больше строителей заботятся о позитивности публикаций и положительном имидже заказчики – представители государственных и республиканских структур. Под их влияние или под влияние их запретов попадают журналисты из государственных СМИ. Нам близка точка зрения исследователя Д.П. Гавры о «гибридном двухуровневом формате» медиасистемы России, сочетающем в себе характеристики мягкого авторитаризма и либеральных основ функционирования медиа [4. С. 33–34]. Исследователи информационной культуры общества (например, С.Г. Кара-Мурза [5]) пишут об идеологии и технологиях «паблик рилейшнз» как основных средствах влияния на человека через СМИ, считают пиар современным заменителем журналистики и причиной ее исчезновения.

*Первый признак «информационного пиар-сопровождения» – это позитивность, бесконфликтность, однозначность материалов о строительстве в Крыму.* Нами были просмотрены по 15 эфирных материалов о строительстве в программах новостей ГТРК «Таврида» – «Вести. Крым», АНО «Обществен-

ная крымскотатарская телерадиокомпания» – телеканал «Миллет» («Хабберлер»), АНО ТРК «Крым» – каналы «Крым 24» («Новости 24») и «Первый крымский» («Новости Крыма»). Выпуски новостей двух каналов АНО ТРК «Крым» совершенно одинаковые по контенту и отличаются только названием. Все 45 сюжетов вышли в эфир в 2019–2020 годах. Сюжеты отбирались методом случайной выборки. Из них 20 % были «проблемными» в программе «Вести. Крым» (ГТРК «Таврида»), конфликт содержали 6,7 % телесюжетов о строительстве в выпусках новостей АНО ТРК «Крым» и 13,3 % в «Новостях» телеканала «Миллет». Таким образом в основном в сюжетах мы видим положительную картину положения дел в строительстве. Например, в итоговом воскресном выпуске «Вести. Крым» («Итоги недели») от 8 сентября 2019 года [6] было рассказано о строительстве новой школы в Евпатории на 800 мест с танцклассом и огромным читальным залом, укреплении берегов в поселках, где «сползают» в Черное море не только пляж, но и частные дома и школы, строительстве волнорезов для сохранения пляжей в г. Саки. Выпуск содержал эпизод о строительстве одной из самых протяженных зон отдыха в Крыму на берегу Сакского грязевого озера. В этом же выпуске – сюжет о строительстве водовода, который обеспечит жителей восточного Крыма питьевой водой. В программе было рассказано о строительстве Центра полиэтнической культуры, иначе говоря, общежития Крымского инженерно-педагогического института. Там же мы узнаем, что «почти готовы» дома для депортированных в п. Гвардейское, «осталось протянуть коммуникации, сдадут дома летом 2020 года». Последняя цитата должна вызвать улыбку у всех, кто догадывается, насколько важно сначала провести коммуникации, а потом строить объект. Показ «неприметного холма вместо свалки для всего города, куда свозился мусор более 20 лет», стал единственным эпизодом о завершённой работе. «Ведутся переговоры о продлении ФЦП (Федеральной целевой программы) для Крыма», – с такими словами корреспондент передает слово ведущему в студии, а зритель понимает, что Крым – это кладовая позитивных примеров, видеотека счастливых историй из области строительства. Ни одного критического соображения за весь выпуск зритель не услышал. Проблемные материалы о строительстве в новостях анализируемых каналов связаны главным образом со спорными территориальными вопросами при сооружении объектов в прибрежной зоне частными инвесторами. [7]. Они касались и темы частного строительства на берегу моря, реакции населения на реконструкцию набережной в п. Коктебель и других населенных пунктах, снос объектов торговли. То есть в критических сюжетах говорили большей частью о тех стройках, которые велись не за государственные деньги.

«Пиар» в новостных сюжетах проявляет себя *использованием оценочных определений со значением превосходного качества, накоплением позитивных характеристик в тексте сюжета: «самый большой», «самый современный», «самый мощный», уникальный, единственный и т. д. «Вау-интонации», «ура-плакатный» стиль* – характерные признаки нарратива для крымских региональных новостей.

Еще одно доказательство сдвига дискурса в сторону пиара – *это частота появления материалов о тех объектах, где наступательно работают*

*пиар-службы.* Абсолютные чемпионы по частотности упоминаний в сюжетах о строительстве – это аэропорт имени И.К. Айвазовского, трасса «Таврида» и Крымский мост. Например, строительство новой взлетно-посадочной полосы в аэропорту имени И.К. Айвазовского (протяженностью 3200 м) как часть программы подготовки к курортному сезону заинтересовало все крымские каналы. Когда дает интервью представитель заказчика Денис Морозов, мы видим множество микрофонов – ясно, что это пресс-подход [8] и перед нами – очередной пиар-материал. А вот как подавали 8 декабря 2019 года «Вести. Крым» тему возвращения депортированных народов [Там же]: «В то время как на Украине продолжают распространять страшные слухи о Крыме, в поселке Гвардейском близок к завершению квартал для депортированных. Семья, которая 16 лет стояла в очередь на жилье, пришла полюбоваться на свое будущее гнездышко». «Заселяться можно будет в следующем году. На данный момент работы приостановлены, потому что мы заходим в зиму без отопления», – намекает прораб на продолжение разговора. Разумеется, эта остановка не была предусмотрена планом строительства, но ею не интересуется корреспондент, оставляя в стороне проблемные вопросы стройки.

*Признаком доминирования институциональной коммуникации, смещения дискурсивных практик к фрейму «пиар» можно считать и резкую смену оценочности в текстах сюжетов под влиянием идеологической заданности, изменения властной риторики.* Абсолютно все крымские СМИ цитировали заявление Главы Республики Крым С.В. Аксенова о том, что «44-ФЗ (Федеральный Закон) на территории Крыма не работает, теперь правительство Крыма может выбирать подрядчиков без тендерных процедур». Оно прозвучало и в выпуске «Вести. Крым» от 15 февраля 2020 года [9]. Телезрителю сообщили, что выбор подрядчиков без конкурсных процедур в Крыму позволит «реально изменить качество и сроки сооружения объектов». Сергей Аксенов предупредил, что теперь, после согласования с Президентом страны, он будет единолично назначать подрядчиков для строительства объектов за деньги ФЦП. Все, что произносилось в тот день в новостях, напоминало заговор посвященных и было совершенно непонятным для зрителя. Потому что региональные телевизионные каналы с 2014 года в многочисленных сюжетах рассказывали, как хороши крымские стройки. Ясно, что столь резкая смена оценок не способствует реализации процесса информирования, одна из главных задач которого – уменьшение энтропии у аудитории [10. С. 44].

В Севастополе ситуация была похожей, но там за счет существования нескольких каналов (государственного, муниципального городского и частного) и затяжного конфликта между экс-губернатором Д. Овсянниковым и Законодательным собранием Севастополя к вопросам строительства журналисты подходили более критично. Впрочем, нынешний губернатор г. Севастополя М. Развожаев тоже получил право назначать подрядчиков без конкурсных процедур. Главной причиной отмены 44-ФЗ для Крыма и Севастополя называлась неспособность властей повлиять на строителей. Ведь, как правило, выигрывают тендер на значимых объектах Крыма строители с «материка», заявившие наименьшую цену на свои услуги. Многие фирмы нарушают тендерные обязательства, уверяют, что столкнулись с более сложными услови-

ями строительства, чем было указано в проектной документации. Правды ради, нужно сказать, что, действительно, огромное количество проектной документации на крымские объекты было сделано в 2014–2015 годах на крайне низком уровне, с серьезными, часто несовместимыми с безопасностью ошибками, в спешке, с желанием быстрее получить федеральные деньги.

С момента объявления отмененным 44-ФЗ для Крыма и Севастополя в региональных СМИ укрепляется образ строителя с «материка» как «внешнего врага», а образ власти, которая прибегла к такому способу решения проблемы, как героя, избавляющего жертву (население Крыма) от мошенников и непрофессионалов. Контент-менеджмент информационных выпусков заметно меняется. Теперь телезритель узнал, как плохо идут дела по реконструкции Сакской и Евпаторийской набережных. Оказывается, «прежний подрядчик бросил объект, прихватив с собой сотни миллионов рублей». В сюжете создается образ власти, которую, как несмышленища, облапошили. Дискурсивные практики, рисующие строителей как помощников и героев, сменяются на противоположные. Авторы сюжетов подключают негативно-оценочные смыслы («власти рекомендовали приостановить строительство объекта», «этот клен строители уже уничтожили», «отобрали весь берег») и сопутствующие смыслы («выставляют журналистов за порог», «общественных слушаний не проводилось»). Мы видим строителя как внутреннего врага, нагнетаются смыслы опасности («бороться на стадии котлована», «строители покинули объект стремительно», «люди стали заложниками ситуации», «начато административное расследование»). Строитель больше не помощник и не партнер. Но когда речь идет о неудавшихся набережных, где «закопали» сотни миллионов рублей, часто ни слова не говорится о том, кто был подрядчик и почему он остановил стройку, нет ни одного интервью с самим подрядчиком. Практически всегда антагонисты в сюжетах безымянные. Они лишены возможности самопрезентации. И это подтверждает мнение ученых о дискурсивных практиках СМИ в ситуации информационной войны, когда нарративу свойственны анонимность, безличность, многократность воспроизведения, лексическая маркированность, избираемость в соответствии с заданной идеологической доминантой.

Информационная война как постоянная среда для работы крымских СМИ нам кажется совершенно уместным понятием, ее цель – консолидация аудитории. В информационном поле Крыма СМИ все время защищаются и нападают на реальных и потенциальных информационных противников. Так, в анализируемом сюжете говорится, что подрядчик привез материалы для оборудования пляжа в гораздо меньшем количестве, чем это было заявлено в договоре, нарушил утвержденный проект и строил с помощью более дешевых материалов. Теперь все, что он успел сделать не по проекту, подлежит сносу. Реконструкцию набережной начнут сначала. «Временный застой и на приморский набережной в г. Саки, – продолжает повествование журналист. – Здесь тоже долгое время не было подрядчика, он исчез со строительной площадки, сегодня уже назначен новый подрядчик». Совсем тревожно становится после сюжета в выпуске «Крым 24» от 13 марта 2020 года, где говорится о возможном срыве курортного сезона в г. Саки из-за созданного строителями хаоса на набережной, недоделок и мошенничества [11]. Напомним, что и полгода

не прошло с того выпуска, когда о Сакской набережной и процессе ее реконструкции все каналы говорили с «вау-интонациями». Сегодня журналистами, транслирующими мнение властей, делается глобальный вывод о негодности традиционных конкурсных процедур по определению подрядчика для крымского строительства. Причины, почему во всех регионах России 44-ФЗ работает, а в Крыму нет, в сюжетах не объясняются. Строитель, чьи трудовые подвиги адресант воспевал на протяжении нескольких лет, становится «другим» и «чужим». Перед нами опыт «социального конструирования реальности, понимание которого подрывает наивный взгляд, что роль СМИ – всего лишь служить зеркалом реальности социума» [12. С. 97]. Новости занимаются ритуальными поклонами, а когда надо, ритуальным осуждением.

В дискурсивном анализе удалось обнаружить семантическую модель сюжета о строительстве. Это не сюжет о том, как «мы строили, строили и, наконец, построили». Это сюжет о борьбе властей со строительной мафией, которая настолько сильна, умна и независима, что сбегает с миллионами из Крыма, не построив очистные сооружения в Севастополе и набережную в Евпатории, а пресса, уделявшая прежде большое внимание одобрению этих строек, раздражается гневными филиппиками. Тема недобросовестности строителей поддерживала «воинствующую» повестку дня, пока не случился COVID-19, обнуливший все предыдущие agenda setting. Но после победы над эпидемией, строители снова окажутся в этой повестке дня, тем более что они – в числе первых, кто приступил к работе в период карантина. Многие севастопольцы, например, обсуждали в Фейсбуке строителей из Армении как настоящих героев, которые не бросили ремонт центральной улицы в Севастополе во время карантина и довели дело до конечного результата [13]. Так кто они, строители – Чудо или Чудовище? У зрителей нет четкого ответа на этот вопрос.

*Еще одна предпосылка доминирования пиар-подходов в крымском информационном поле – схожесть контента сюжетов, которые идут на разных каналах.* Характерный пример – строительство Республиканской клинической больницы. Больница мыслится как крупнейший инновационный медицинский центр. Репортажи из «нового медицинского центра под Симферополем, куда уже завозят новую мебель» (правописание сохранено) вышли в эфир на всех крымских каналах. Журналист «Вести. Крым» ходит по палате реанимации в жилете и строительной каске. «На стенах в обыкновенных палатах даже картины с крымскими пейзажами». В каске он вместе с прорабом посещает и пищеблок [14]. На другом государственном канале – крымско-татарском канале «Миллет» (программа «Хаберлер») появляется репортаж не только на такую же тему (о 98 % готовности больницы и завозе новой мебели), но и почти слово в слово этот репортаж повторяет текст сюжета «Вести. Крым». Тот же самый представитель заказчика – руководитель строительства в каске и жилете сопровождает одинаково с ним одетого корреспондента [15]. Они показывают те же локации, демонстрируют те же возможности оборудования и кроватей, упоминают о тех же самых картинах и телевизорах на стенах. Розетки для воздуха, пищеблок, шкафчики для медперсонала: добросовестно показано все, что зритель мог видеть в выпуске «Вести. Крым». Полагаем, у пиар-менеджеров строительства, да и самих строителей, будет

много поводов для веселья, если они найдут время сопоставить эти сюжеты. «Крым 24» и «Первый Крымский» (сюжеты одинаковы) [16] транслируют материал с тем же информационным поводом о «почти готовности» больницы, но с большим вниманием к деталям и личным ощущениям корреспондента. Журналист говорит о площади больницы, высоте здания, не пропускающих излучения перегородках палат. В сюжете звучит некоторый намек на опасения, связанные со сроком сдачи объекта, но руководитель строительства тут же заверяет, что все будет сдано вовремя.

Крым стал площадкой не только масштабного строительства, но и местом сосредоточения явных и скрытых производственных конфликтов. Полуостров – особая территория, здесь критическая тональность в медийных практиках может быть истолкована как создание «пятой колонны». Редакциям проще поставить пиаровский пресс-релиз и снять с себя ответственность за «правильную тональность» новостей в угоду «проводникам специальных интересов» [17]. И требуется серьезный уровень подготовки журналиста, способность не только понимать и видеть повседневность и злободневность, но и разбираться в финансовой и технической стороне производственного процесса, аргументировать, обладать независимым взглядом, чтобы создавать видеоконтент о такой неоднозначной теме, как строительство крупных инфраструктурных объектов. Эти навыки – признак профессиональной идентичности (системы профессиональных, мировоззренческо-аксиологических и этических стандартов) регионального журналиста, его коммуникативной компетенции и деятельности в целях информационной безопасности. Они являются важной репутационной характеристикой для самих каналов. Как ни фантастически это звучит сегодня, но медиаменеджеры обязаны осознавать информационные риски смещения дискурса в новостных программах от фрейма «информирую» к фрейму «рекламирую, «пиарю», а также результаты влияния на аудиторию интенций представителей власти как субъектов информационной деятельности. Говоря о власти, мы имеем в виду конкретных представителей государства, располагающих механизмами управления и регулирования в информационной сфере для осуществления институциональных коммуникативных стратегий [18].

На сегодняшний день при отражении событий и процессов в области строительства мы можем констатировать не только доминирование в коммуникативном пространстве регионального телевизионного эфира, но и полную победу пиар-стратегий государственных и республиканских органов власти и пиар-менеджмента компаний-подрядчиков над журналистикой. Выявление маркеров смещения фреймов дискурса поможет творческим сотрудникам новостных программ соблюсти профессиональные стандарты, гуманизировать контент региональных информационных потоков, укрепить доверие со стороны аудитории и свою собственную роль равнозначного партнера в триаде субъектов информационного процесса: власть – медиа-бизнес – журналист. Ибо «ценности профессионала, наряду с широкими фундаментальными знаниями, способностью к научному мышлению и к осмыслению собственных действий являются инструментами регулирования не менее важными, чем, например, инструкции, стандарты, нормы и правила» [19. С. 338–339].

### Список литературы

- [1] *Чепкина Э.В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.
- [2] *Чепкина Э.В., Енина Л.В.* Дискурсивные практики журналистики: метод анализа // *Стилистика завтрашнего дня: сб. ст. к 80-летию профессора Григория Яковлевича Солганика.* М., 2012. С. 291–292.
- [3] *Ворсобин В.* Почему из Крыма выживают российский бизнес // *Комсомольская правда.* 13.01.2020. URL: <https://www.kp.ru/daily/27077.7/4148033/> (дата обращения: 15.03.2019).
- [4] *Гавра Д.П.* Российская медиасистема – гибридный двухуровневый формат // *Актуальные проблемы медиаисследований – 2019: IX Международная научно-практическая конференция НАММИ: материалы конференции.* М.: МГУ, 2019. С. 33–34.
- [5] *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием. Век XXI. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Алгоритм, 2015.
- [6] Вести. Крым. 08.09.2019. URL: <https://newsvideo.su/video/11413762> (дата обращения: 15.03.2019).
- [7] Вести. Крым. 02.12.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hBzqvpXVEjc&feature=youtu.be> (дата обращения: 15.03.2019).
- [8] Вести. Крым. 08.12.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZiovFNUwKg4&feature=youtu.be> (дата обращения 12.03.2019).
- [9] Вести. Крым. 15.02.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0IFoaSvfyIY&feature=youtu.be> (дата обращения: 14.03.2020).
- [10] *Олешко Е.В.* Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов: дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2018.
- [11] *Новости 24.* 13.03.2020. URL: <http://crimea24.tv/content/kakie-posledstviya-stroitelstva-naberezhnoy-zhdut-zhiteley-sak> (дата обращения: 14.03.2020).
- [12] *Автохудинова О.Ф.* «Другой» как персонаж в СМИ: дискурсивные практики конструирования: дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2015.
- [13] Что в Севастополе происходит: группа в Facebook. URL: <https://m.facebook.com/groups/247463375277475/permalink/3131793903511060/?d=m&s=100000847662641> (дата обращения: 18.04.2020).
- [14] Вести. Крым: События недели. 24.11.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=twGuXqz-qg4&feature=youtu.be> (дата обращения: 14.03.2020).
- [15] Информационная программа «Хаберлер» / Телеканал «Миллет». 22.11.2019. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=GF5\\_92nO3Ec](https://www.youtube.com/watch?v=GF5_92nO3Ec) (дата обращения: 18.03.2020).
- [16] *Новости 24.* 23.11.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2ID2ImX5PSM> (дата обращения: 18.03.2020).
- [17] *Ершов Ю.М.* Проводники специальных интересов в СМИ как субъекты информационной политики // *I-формат. Журналистика провинции: альманах / под ред. О.И. Лепилкиной.* Вып. 9. Ставрополь: Дизайн-студия Б, 2014.
- [18] *Марков Е.А.* Власть и СМИ в России: история взаимодействия // *Известия Российского гос. пед. ун-та имени А.И. Герцена.* 2010. № 123. С. 204–214.
- [19] *Аксенова О.В.* Актерская парадигма управления в эпоху перемен: адаптация или противодействие // *Россия реформирующаяся: ежегодник: сб. науч. статей / отв. ред. М.К. Горшков; Институт социологии РАН.* М.: Новый хронограф, 2016. Вып. 14. С. 338–339.

#### История статьи:

Дата поступления в редакцию: 15 марта 2020 г.

Дата принятия к печати: 15 апреля 2020 г.

#### Для цитирования:

*Громова Е.Б.* Чудо или Чудовище? Проблема доминирования институциональной коммуникации в региональных телевизионных новостях // *Вестник Российского универси-*



тета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 2. С. 341–350. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-2-341-350>

### Сведения об авторе:

Громова Екатерина Борисовна, старший преподаватель кафедры журналистики Филиала Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в городе Севастополе. E-mail: [katya-64@inbox.ru](mailto:katya-64@inbox.ru)

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-2-341-350

Research article

## The Miracle or the Monster? The problem of institutional communication supremacy in the regional TV news

Ekaterina B. Gromova

Lomonosov Moscow State University Branch in Sevastopol  
7 Geroev Sevastopolya St, Sevastopol, 299000, Russian Federation

**Abstract.** The scientific objective of the study was to show the markers of institutional communication, that express themselves in discourse shifting from the frame “information” to the frame “PR” in the news of regional TV channels. The study was conducted on the materials of the plots about construction in the news programs of four Crimea state TV channels. The analysis sampled and systematized the semantic and lexical markers of institutional communication. The article defines the dominance of the texts with PR in the TV news plots about construction in Crimea, revealed the insecurity of this phenomenon for the journalist’s professional tasks. Such approach proposed in the article was applied for the first time. In studying the methods of researching were: discourse-analysis, content-analysis, systematization, synthesis. The study concluded the non-consent of the dramatic contradiction between the journalism and PR in the regional news programs for today.

**Keywords:** institutional communication, information TV program, regional TV broadcast, discourse, frame “informing”, frame “PR”

### References

- [1] Chepkina, E.V. (2000). *Russkiy zhurnalistskiy diskurs: tekstoporozhdayushchie praktiki i kody (1995–2000)* [Russian journalist’s discourse: text generating practices and codes (1995–2005)]. Ekaterinburg.
- [2] Chepkina, E.V., & Enina, L.V. (2012). Diskursivnye praktiki zhurnalistiki: metod analiza [Discourse practices of journalism: the method of analysis]. *Stilistika zavtrashnego dnya: sb. st. k 80-letiyu professora Grigoriya Yakovlevicha Solganika* [Stylistics of tomorrow: collection of articles for the 80<sup>th</sup> anniversary of Professor Grigory Yakovlevich Solganik] (pp. 291–292). Moscow.
- [3] Vorsobin, V. (January 13, 2020). Pochemu iz Kryma vyzhivayut rossiyskiy biznes [Why the business is driven out of Crimea]. *Komsomol'skaya Pravda*. Retrieved March 15, 2020 from <https://www.kp.ru/daily/27077.7/4148033/>
- [4] Gavra, D.P. (2019). Rossiyskaya mediasistema – gibridnyy dvukhurovnevyy format [Russian media system – hybrid format]. *Aktual'nye problema mediaissledovaniy – 2019: IX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya NAMMI* [Current problems of media research – 2019: IX International scientific and practical conference of NAMMI]: materials of the conference (pp. 33–34). Moscow, MGU Publ.

- [5] Kara-Murza, S. (2015). *Manipulyatsiya soznaniem. Vek XXI [Manipulation of the conscience. XXI Century]*. 2<sup>nd</sup> ed., revised and expanded. Moscow, Algoritm Publ.
- [6] Vesti. Krym [Vesti. Crimea]. (September 8, 2019). Retrieved March 15, 2020 from <https://newsvideo.su/video/11413762>
- [7] Vesti. Krym [Vesti. Crimea]. (December 2, 2019). Retrieved March 15, 2020 from <https://www.youtube.com/watch?v=hBzqvpXVEjc&feature=youtu.be>
- [8] Vesti. Krym [Vesti. Crimea]. (December 8, 2019). Retrieved March 12, 2020 from <https://www.youtube.com/watch?v=ZIOvFNUwKg4&feature=youtu.be>
- [9] Vesti. Krym [Vesti. Crimea]. (February 15, 2020). Retrieved March 15, 2020 from <https://www.youtube.com/watch?v=0IFoaSvfYLY&feature=youtu.be>
- [10] Oleshko, E.V. (2018). *Konvergentnaya zhurnalistika: professional'naya kul'tura kak faktor optimizatsii informatsionno-kommunikativnykh protsessov [Convergent journalism: professional culture as factor of the optimization of the information-communication processes]* (Dissertation of Doctor of Philology). Ekaterinburg.
- [11] Novosti 24 [News 24]. (March 13, 2020). Retrieved March 14, 2020 from <http://crimea24.tv/content/kakie-posledstviya-stroitelstva-naberezhnoy-zhdut-zhiteley-sak>
- [12] Avtokhutdinova, O.F. (2015). *“Drugoy” kak personazh v SMI: diskursivnye praktiki konstruirovaniya [The “Other” as a character in SMI: discourse practices of framing]* (Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Ekaterinburg.
- [13] Chto v Sevastopole proiskhodit [What is happening in Sevastopol]: Facebook group. Retrieved April 18, 2020 from <https://m.facebook.com/groups/247463375277475/permalink/3131793903511060/?d=m&s=100000847662641>
- [14] Vesti. Krym [Vesti. Crimea]. (November 24, 2019). Retrieved March 14, 2020 from <https://www.youtube.com/watch?v=twGuXqz-qg4&feature=youtu.be>
- [15] TV channel “Millet”. (November 22, 2019). Information program “Khaberler”. Retrieved March 18, 2020 from [https://www.youtube.com/watch?v=GF5\\_92nO3Ec](https://www.youtube.com/watch?v=GF5_92nO3Ec)
- [16] Novosti 24 [News 24]. (November 23, 2019). Retrieved March 18, 2020 from <https://www.youtube.com/watch?v=2ID2ImX5PSM>
- [17] Ershov, Yu.M. (2014). Provodniki spetsial'nykh interesov v SMI kak sub"ekty informatsionnoy politiki [The conductors of special interests as the subjects of information policy]. *I-format. Zhurnalistika provintsii [I-format. Journalism of the province]*: the anthology (issue 9). Stavropol, Dizayn-studiya B Publ.
- [18] Markov, E.A. (2010). Vlast' i SMI v Rossii: istoriya vzaimodeystviya [Authority and mass media in Russia: the history of interaction]. *Izv. Rossiyskogo gos. ped. un-ta imeni A.I. Gertsena*, (123), 204–214.
- [19] Aksenova, O.V. (2016). Aktorskaya paradigma upravleniya v epokhu peremen: adaptatsiya ili protivodeystvie [The actor's paradigm of governance in the époque of changing: adaptation or confrontation?]. *Rossiya reformiruyushchayasya [Russia is being reformed]*: yearbook: collection of scientific articles (issue 14, pp. 338–339). Moscow, Novyy khronograf Publ.

#### Article history:

Received: 16 March 2020

Revised: 2 April 2020

Accepted: 15 April 2020

#### For citation:

Gromova, E.B. (2020). The Miracle or the Monster? The problem of institutional communication supremacy in the regional TV news. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(2), 341–350. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-2-341-350>

#### Bio note:

*Ekaterina B. Gromova*, senior lecturer of the Department of Journalism of Lomonosov Moscow State University Branch in Sevastopol. E-mail: [katya-64@inbox.ru](mailto:katya-64@inbox.ru)