

**Влияние компаний-собственников на формирование новостных выпусков
ТВ-каналов (на примере НТВ и РЕН)**

Кугушева Анна Андреевна

Студент

МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: 3497231@gmail.com

Вопрос объективности в подаче материала на телевизионных каналах чаще всего возникает при сравнении государственных и независимых СМИ, и тут мы, несомненно, видим множество различий в отражении реальности и преломлении одной и той же новости или мнения. Этот вопрос исследовался и исследуется, но мало кто обращает внимание на подачу новостей на двух федеральных телеканалах, входящих в состав двух различных холдингов. Компании-собственники содержат канал не только в качестве СМИ, но и используют его как инструмент для лоббирования собственных интересов. Мы рассмотрим различия в подаче одной и той же новости и попытаемся понять, в чем причина такого различия, следуют ли каналы государственному направлению или действуют в интересах своих владельцев. Новостные выпуски двух государственных каналов стали предметом нашего исследования, а оказываемое влияние собственников медиахолдингов – объектом.

Мы решили выбрать телеканал НТВ, входящий в состав холдинга «Газпром Медиа» и телеканал РЕН, подконтрольный «Национальной Медиа Группе». На сегодняшний день эти компании являются крупнейшими медиахолдингами в России.

Мы внимательно просмотрели и проанализировали новостные выпуски, вышедшие в период с декабря 2013 по март 2014. Ежедневно мы сравнивали эфир телепрограммы «Сегодня» на НТВ и «Новости 24» на РЕН. В качестве верификации полученной информации мы делали выборку крупнейших печатных СМИ, таких, как «Коммерсантъ», «Ведомости», «РБК», «Forbes», «Эксперт». И, наконец, еще один способ, позволивший нам верифицировать полученную информацию и систематизировать данные, заключался в поиске и прочтении официальных пресс-релизов компаний, фигурировавших в заинтересовавших нас новостях.

Основные информационные зоны активности: экономические новости (слияния, поглощения, изменения в составе обоих медиахолдингов и аффилированных ими компаний и лиц), новости о развитии и состоянии современной российской науки (деятельность Курчатовского института), новости о компаниях «Аэрофлот» и «РЖД», обзор кинематографических новинок.

По результатам проведенного исследования мы можем сказать, что влияние компаний-собственников сказывается как на форме подачи новостей, так и на их объективности. Новостные выпуски содержат информацию, заведомо не соответствующую реальности, но выступающую в интересах руководящих каналами структур. Событие, связанное с экономической деятельностью руководящих лиц НМГ, будет подробно освещено в рамках экономического блока на телеканале НТВ и не показано на РЕН. По ссылке на источник на телеканале РЕН, мы также обладаем информацией о сюжетах, целью ко-

Конференция «Ломоносов 2014»

торых является поддержка имиджа компаний «Аэрофлот» и «РЖД», а также о неподтвержденном в реальности вкладе в науку НИЦ «Курчатовский институт».