ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Телевидение СИБИРИ

Монография

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Телевидение СИБИРИ

Монография

Телевидение Сибири: монография / Под ред. А.Е. Ярославцевой. Томск; ТГУ, 2010. – 208 стр.

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Телевидение Сибири

МОНОГРАФИЯ

ТОМСК – 2010

Оглавление

Предисловие 5

Глава 1. Телевидение Сибири. Исторический очерк 10

Глава 2. Эмпирические и теоретические исследования телевидения в Сибири 53
Становление и историческое развитие региональных исследований телевидения 53
Современные исследования телевидения Сибири 65
Диссертационные исследования и монографии 66
Учебные и документальные издания 77
Материалы конференций и периодические издания 79

Глава 3. Практика современного сибирского телевидения 82
Региональные телепрограммы: творческие поиски, тенденции и проблемы 82
Аудиторные исследования в Сибири 94
Типология региональных телекомпаний 105
Программирование телевещания в регионах Сибирского федерального округа 130
Мотивация журналистского труда в местных телекомпаниях 138
Участие региональных тележурналистов в конкурсах профессионального мастерства 147

Приложения (справочный аппарат) 153
Этапы развития телевидения Сибири 154
Знаковые события в развитии телевидения Сибири 156
Телевизионные сети в регионах СФО 174
Крупнейшие медиа-холдинги СФО 176
Ведущие телекомпании СФО 181
Летопись побед телекомпаний СФО в конкурсах профмастерства 183

Библиография 194
Сведения об авторах 206

Предисловие

В разговоре о российском телевидении всегда следует делать уточнение — идет ли речь о телевидении центральном или о телевидении местном. Телевидение Сибири, телевидение юга России или какое-то еще региональное телевидение — это не частный случай центрального ТВ, не филиалы федеральных телеканалов и даже не часть общенационального телевизионного пространства, но другой вектор развития российского телевидения. Местное или региональное ТВ — телевидение краев и областей, городов и районных студий — в той мере реализует себя, в какой оно не копирует центральное, не пытается ему подражать, но отстаивает свою контент-стратегию и собственную программную политику.

Для федерального информационного поля региональные события не имеют особого значения, если это не катастрофы типа разрушения энергоблока Саяно-Шушенской ГЭС. Федеральное и региональное ТВ создают свои картины мира, которые нечасто пересекаются. У местных телекомпаний всегда складывались и сейчас образуются особые отношения с органами государственной власти и местного самоуправления. Эти особые взаимоотношения с властью и бизнесом приводят к реализации и специфических моделей телевещания, аналогов которым не находится в Москве. Все это убеждает в том, что региональное телевидение необходимо постоянно изучать на местах и концептуально осмыслять результаты этих исследований.

Монография, которую вы держите в руках, — коллективный труд преподавателей кафедры телерадиожурналистики Томского госуни-

верситета. Ее содержание определено многолетними кафедральными исследованиями деятельности сибирских телекомпаний, а также результатами госконтрактных работ «Телевидение Сибири», выполненных по заказу администрации Томской области в 2008 году. Основной задачей коллектива авторов монографии была систематизация разрозненных научных данных о сибирских телекомпаниях и разработка единой концепции истории, теории и практики сибирского телевещания.

Выбор в качестве объекта исследования сибирского телевидения из ряда региональных форм телевещания обусловлен не только тем, что здесь, в Сибири, мы живем и работаем. У сибирского телевидения есть известные исторические приоритеты: первая передача в региональном эфире (Томск, 1952), первая в стране региональная телестудия (Томск, 1955), первая в СССР негосударственная телекомпания («ТВ «Сибирь», Барнаул, 1989), первое многоканальное цифровое вещание в стандарте DVB-T/MPEG-4 (Ханты-Мансийск, 2006), первая в РФ государственная телекомпания, перешедшая полностью на цифровую технику (ГТРК «Томск», 2010).

Чем дальше от центра, тем более необходимо развитие телекоммуникаций и особенно телевидения как самого широкоохватного канала связи. Телевидение как технология дальновидения наиболее ожидаемо и востребовано в самых малонаселенных районах нашей огромной страны. Неслучайно цифровизация российского телевещания в национальных масштабах начинается с Дальнего Востока и Сибири. Площадь Сибирского федерального округа составляет 5114,8 тыс. кв. км. СФО — второй по площади федеральный округ России после Дальневосточного. Сибирский федеральный округ занимает 29,9% территории России. В СФО входят 12 субъектов федерации.

Всего на территории округа расположены 132 города. Из них являются городами-миллионерами только Новосибирск (1 446 тыс. чел., третья в России численность после Москвы и Санкт-Петербурга) и Омск (1 138 822 чел.). Семь других крупных городов: Красноярск (931 000 чел.), Барнаул (649 600 чел.), Иркутск (575 900 чел.), Новокузнецк (561 000 чел.), Томск (512 600 чел.), Кемерово (492 700 чел.), Улан-Удэ (373 300 чел.), Чита (308 500 чел.).

В СФО проживает 13,8% населения страны (общая численность — 20 062 900 чел.). Это, к примеру, больше, чем население Австралии или Казахстана. Доля городского населения — 71,1%, сельского — 28,9%. Численность сельского населения превышает численность городского только в трех субъектах федерации: на Алтае, в Бурятии и Тыве. Плот-

ность населения в СФО примерно в два раза меньше среднероссийской. По плотности населения округ занимает предпоследнее место среди федеральных округов: всего 4,02 человека на кв. км. Меньше плотность населения лишь в Дальневосточном федеральном округе.

Показатели плотности населения колеблются от 30 человек на кв. км (самая густозаселенная в СФО Кемеровская область) до 3 человек на кв. км (в Томской области и еще в пяти регионах) и менее. Долгано-Ненецкий и Эвенкийский округа практически безлюдны (0,3—0,5 чел. на кв. км). И это при том, что их территория составляет более 30% СФО. На территории Сибирского федерального округа проживают представители 18 национальностей коренных малочисленных народов Севера и Сибири (общая их численность оценивается всего в 70 тыс. чел.).

Экономические показатели регионального развития в СФО близки к среднероссийскому уровню. Валовой региональный продукт — 715,2 млрд руб. (или 11,4% ВРП по России). Валовой региональный продукт на душу населения — 34,5 тыс. руб. (по России — 43,3 тыс. руб.). Самыми развитыми шестью субъектами федерации (Красноярский край, Томская область, Кузбасс, Омская, Новосибирская и Иркутская области) производится более 80% ВРП в СФО.

Показатели развития человеческого капитала в СФО также близки к серединному уровню. По численности врачей на 10 тыс. населения (46,5) СФО занимает 4-е место в России. По численности зрителей театров на 1000 населения (205) — 3-е место. По числу посещений музеев на 1000 населения (342) — 3-е место. По библиотечному фонду общедоступных библиотек на 1000 населения, экземпляров (6465) — 5-е место в России. По числу стадионов с трибунами на 1500 и более мест (375) — 3-е место. По числу спортивных залов (8323) и плавательных бассейнов (390) — 3-е место в России.

Число высших учебных заведений — 110 (в том числе 28 негосударственных). Наибольшее количество вузов сосредоточено в Новосибирской (24), Омской (18) областях, Красноярском крае (15), Иркутской (14), Кемеровской (10) и Томской (8) областях. Общая численность обучающихся (школьников и студентов) в различных типах учебных заведений округа — 4 млн 45 тыс. чел. (14,8% общей численности обучающихся в России), в том числе: в вузах — 755 300 чел. (13,9% от числа российских студентов вузов).

На территории округа действуют сибирские отделения трех российских академий наук, в состав которых входят более 100 научно-исследовательских организаций. Характеристики научно-образовательного

комплекса регионов играют немаловажную роль в оценке развития человеческого капитала. Именно университеты притягивают и удерживают на территории наиболее квалифицированные кадры, социально активное население.

Показатели медийного потребления в Сибири отстают от среднероссийских. По выпуску газет на 1000 населения, разовый тираж, экземпляров (283) — 7-е место в России. Всего в СФО зарегистрировано более 6500 СМИ. Ежегодно Федеральная служба по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций регистрирует в СФО около 600 новых СМИ, прежде всего, в наиболее плотно населенных областях: Новосибирской, Кемеровской, Иркутской, Омской, а также в Красноярском крае.

Новосибирская область — лидер Сибирского федерального округа по количеству зарегистрированных СМИ. По данным окружного Управления Роскомнадзора, на 1 октября 2008 года в Новосибирской области зарегистрировано 1241 средство массовой информации, что составляет 19% от общего числа СМИ округа. Доля новосибирских печатных СМИ в общеокружной статистике — около 21%. Это 1021 печатное периодическое издание, в числе которых 591 газета и 338 журналов. В Новосибирске работают более 200 типографий — почти половина полиграфических предприятий Сибирского федерального округа.

На второй позиции по численности зарегистрированных СМИ в СФО Красноярский край — 997 СМИ. Близки к лидерским и количественные показатели Иркутской области — 975 зарегистрированных СМИ. Далее по убывающей: Кемеровская область (831), Алтайский край (678), Омская область (633). Томская область по числу зарегистрированных СМИ в СФО на 7-м месте с 347 СМИ. По этим показателям названные области и оказались в нашей исследовательской выборке при изучении ТВ Сибири.

В количественных характеристиках информационной насыщенного регионального пространства просматривается прямая зависимость между численностью населения (а также урбанизированностью территории) и числом зарегистрированных и действующих СМИ. В среднем на каждую 1000 жителей приходится 1—1,2 редакции СМИ. Медийный бизнес идет прежде всего туда, где развиты банковские услуги, финансовый рынок вообще, ритейл и предприятия малого бизнеса, которые, собственно, и являются основными заказчиками рекламы в СМИ.

Поэтому если где-то редакций СМИ меньше, чем в соседних областях, то это значит, что здесь меньше и финансовых ресурсов, и роз-

ничных торговых сетей, и услуг малого бизнеса. Медийный рынок не может быть лучше макроэкономических показателей в регионе. Хотя у ТВ, как и у других СМИ, есть собственная логика развития, которая может совпадать частично или даже противоречить рыночным условиям региона. Эти расхождения объясняются влиянием на развитость информационных коммуникаций политических и социокультурных факторов, а также нерыночными мотивами существования некоторых региональных медиа-каналов.

ГЛАВА 1. Телевидение Сибири. Исторический очерк

Задача нашего очерка — обосновать периодизацию становления российского телевидения и дать характеристики основным этапам развития ТВ в регионах. Без понимания существа того или иного периода развития нельзя разобраться в прошедшем. Не разобравшись в прошлом, не сконструируешь будущего. Поэтому вопрос исторической периодизации развития телевидения обладает как актуальностью, так и эвристичностью.

В области периодизации истории ТВ проявилось три методологических подхода. Приверженцы технократической парадигмы изучения ТВ выделяют прежде всего технологический аспект развития телевещания и, соответственно, периоды, связанные с внедрением тех или иных изобретений (кинескоп, видеомагнитофон, цветное ТВ, спутниковая связь и т.п.). Такой подход имеет право на существование, если помнить о том, что технический прогресс не определяет всей природы телевизионных феноменов. Есть логика идеологического, культурного и профессионального развития телевидения, которая лишь частично включает технические особенности этого вида коммуникации.

1 Архангельский В. И. Телевидение. М. : Госэнергоиздат, 1936. 240 с.; Бурлянд В. А., Володарская В. Е., Яроцкий А. В. Советская радиотехника и электросвязь в датах. М. : Связь, 1975. 189 с.; Глейзер М. С. Радио и телевидение в СССР. 1917—1963 (Даты и факты). М. : Госкомитет СМ СССР по радиовещанию и телевидению, 1965. 230 с.; Баранцев А. И., Урвалов В. А. У истоков телевидения. М. : Знание, 1982. 64 с; Урвалов В. А. Очерки истории телевидения. М. : Наука, 1990. 211 с.

Авторитетный историк журналистики В.М. Березин[2] предлагает свою трактовку развития: 1930—1940-е годы — технический период, 1950—1960-е годы — романтический период («в силу его четкой патриотической и жизнеутверждающей знаковости»), 1970—1980-е годы — реалистический период («реальность реального мира»), после 1991 года — эклектичный период («сочетание советских, зачастую партийных традиций с образцами самой безответственной свободы»). Данный подход при внешнем своем субъективизме все же схватывает определенный дух телевещания и атмосферу меняющегося времени.

Другой известный исследователь А.Я. Юровский[3] берет за основу наиболее характерные для различных периодов тенденции в развитии ТВ России, как технического, так и творческого характера. Первый этап (1930—1940-е годы) — подготовка и творческое освоение технической базы ТВ. Второй этап (1950—1960-е годы) — становление телепрограмм, поиск форм и определение тематики вещания. Третий этап (1970-е годы) — совершенствование жанрово-тематической структуры программ, существенное расширение аудитории и начавшаяся централизация телевизионного вещания. Четвертый этап (1980-е годы) — окончательное обретение телевидением политической и профессиональной зрелости, когда «оно превратилось в ударную силу идеологического фронта». Этой же периодизации придерживались Г.В. Кузнецов, В.В. Егоров и некоторые другие исследователи ТВ.

В каждом из трех названных подходов к периодизации истории ТВ есть рациональное зерно и свои недостатки, связанные с узостью взгляда на многообразие телевизионных феноменов и тенденций развития. Наш подход заключается в исторической синхронизации трех шкал (критериев) развития ТВ: технологической, социально-политической и профессионально-творческой. При этом считаем, что телевидение развивается под влиянием трех основных факторов: информационно-коммуникационных технологий, государственного и общественного устройства, а также внутренней логики изменений в профессиональной сфере и в совершенствовании творческих методов работы на телевидении. Техническое развитие не может оторваться надолго от развития политического, а творческий рост телевизионной индустрии не может отстать от общественных потребностей или опередить их. Результаты «синхронизации» трех факторов воздействия обобщены в табличной форме (см. Приложение).

---

[2] Березин В. М. О структурировании журналистского образования. М. : ИПК работников телевидения и радиовещания, 2000.

[3] Юровский А. Я. От первых опытов — к регулярному телевещанию. 1905—1957 (гл. 1 из книги «Очерки по истории российского телевидения»). М. : Воскресенье, 1999.

Первый этап назван подготовительным, экспериментальным и техническим. Он охватывает чуть более двух десятилетий: 1920—1940-е годы, включая и годы Второй мировой войны, когда инженерные разработки телевидения почти везде были приостановлены. Существо экспериментов начального периода составляет выбор способа развертки телевизионного изображения. И, соответственно, выбор между механическим ТВ на основе диска Пауля Нипкова и электронным ТВ. Многие идеи советских инженеров-изобретателей не могли быть воплощены в те годы из-за слабости элементной базы и отсутствия необходимых материалов для создания рабочих моделей.

Если бы советская власть была более внимательна к своим ученым-изобретателям, то массовое телевещание в стране началось бы еще в 1930-е годы — раньше, чем в некоторых европейских странах. Визит в СССР русского американца В. Зворыкина в 1933 году и его доклад об электронном телевидении с разложением на 240 строк произвели фурор в среде научно-технической интеллигенции. До этого в Москве царила уверенность в том, что Советский Союз лидирует в освоении телевизионных технологий. Было принято правительственное постановление, направленное на ликвидацию нашего отставания в данной области.

Поскольку технической базы, необходимой для создания электронного вещания, в стране не было, СССР вынужден был покупать за валюту необходимое оборудование для первых передающих телецентров. Первые отечественные электронные телевизоры ТК-1 в точности копировали заокеанские (они выпускались на заводе им. Козицкого в Ленинграде по американской документации и частично на комплектующих деталях из США). Оборудование Московского телецентра на Шаболовке также было поставлено в 1935 году Radio Corp. of America (RCA) по договору с Радиопромом СССР.

С 1 октября 1931 года из студии при Московском радиоузле велись телепередачи по немецкому стандарту: 30 строк, 12,5 кадра в секунду, на средних волнах, что позволяло принимать их в других городах, включая и сибирские регионы (к примеру, в Томске, который находится в 3750 километрах от Москвы). Для приема изображения использовались самодельные устройства с диском П. Нипкова, а для приема звука использовался радиоприемник ЭЧС-4.

Однако до войны опыты с телевидением, как правило, ограничивались столицами: Москвой и Ленинградом. Первые сотни телевизоров промышленного изготовления и индивидуального пользования, как

их тогда называли (марки 17ТН), распределены были среди высокопоставленных совслужащих, а также установлены в нескольких клубах. Купить их было невозможно, потому что каждый стоил 10 тысяч рублей (больше среднего годового дохода советского служащего)[4]. К январю 1941 года у населения СССР в пользовании было всего 400 электронных телевизоров[5].

Инженер Д. Сергеев в газете «Правда» в мае 1940 года размышлял: «Нужна массовая аудитория, слушатели, зрители, вооруженные дешевыми телеприемниками... Разработка подобного телевизора ведется уже около двух лет, но настолько слабыми темпами, что до сих пор не имеется окончательного производственного образца... Проблема дальности телевещания в условиях нашего Советского Союза имеет колоссальное значение. Однако над этим никакой работы не ведется. Научно-исследовательский институт Наркомата связи разработал метод трансляции телевидения по проводам. Но этому вопросу уделяется ничтожное внимание. Почему такое положение с телевидением? Ведь есть и квалифицированные специалисты, любящие и знающие дело, есть мощная промышленность, есть интерес и желание иметь «кино на дому». ...Постановление XVI съезда ВКП(б) о постройке телецентров в ряде крупнейших городов Советского Союза до сих пор не выполняется, так как неясно, кто конкретно должен этим заниматься, кто будет финансировать работы».

В 1940 году автор в газете мог только ставить вопросы. Только сегодня нам очевидны ответы на них. Руководители коммунистической партии и советского правительства видели в телевидении забаву, но не фактор политики и экономики. Если есть радио и кинематограф, зачем нужны эти движущиеся картинки на мутном экране размером 9х9 см? После звукового кино на большом экране малострочное механическое телевидение с плохим звуком не производило никакого впечатления. Поэтому всех инженеров-изобретателей ТВ, которые попадали в сталинские «шарашки», заставляли изобретать что-то более очевидно полезное[6]. То есть на словах руководство было за телевидение, а на деле почти ничего не делало для развития этой технологии, полагаясь, видимо, на энтузиазм масс.

---

[4] Сергеев Д. Радиослушатель хочет видеть // Правда. 1940. 23 мая.

[5] В это же время у жителей Нью-Йорка было около 4000 телевизоров. (Здесь и далее примечания автора.)

[6] Лев Термен в сталинской «шарашке» изобрел миниатюрный магнитофон размером с палец. С помощью этого прибора несколько лет тайно записывали происходящее в кабинете посла США в СССР.

И действительно, в 1920—1930-е годы радиолюбительство приобрело в нашей стране характер эпидемии. Именно в появившихся повсеместно радиоклубах энтузиасты проводят первые опыты с передачей и приемом телевизионных изображений. Первые самодельные телевизоры представляли собой приставки к радиоприемникам. Надо заметить, что советский путь радиофикации страны был найден в 1930-е годы, и это было проводное радио. В 1939 году в стране было 4,5 миллиона проводных радиоточек. Однако для телевидения проводной (или, правильнее сказать, кабельный) путь в довоенные годы не рассматривался — слишком дорого прокладывать миллионы километров кабеля по такой огромной стране, как СССР[7].

В 1930-е годы в многоквартирных домах столицы пробовали ввести в эксплуатацию телевизионные трансляционные узлы. Домовые сети могли обслуживать несколько десятков квартир, оборудованных упрощенными абонентскими телевизионными приемниками АТП-1 (с кинескопом диаметром 18 см), серийно выпускаемыми Александровским радиозаводом. Такие домовые сети предназначались не только для многоквартирных домов или общежитий, но и для гостиниц, клубов и других учреждений культуры. В третьем пятилетнем плане СССР на 1938—1942 годы был специальный раздел, посвященный телефикации страны с помощью абонентских узлов.

Однако телефикация страны пошла по другому пути — по пути индивидуального, а не коллективного просмотра. Если бы первые телеэкраны были размером не с почтовую открытку, а хотя бы 1х1 метр, то в становлении электронных коммуникаций мог бы заявить о себе «народный телевизор»[8]. На деле же телевизор в Стране Советов стал едва ли не первым предметом буржуазного или частнособственнического быта. Владельцам первых телевизоров многие завидовали, как и обладателям личных авто.

В 1930-е годы одновременно и конкурентно велись опыты вещания телевидения механического и электронного. С вводом в строй в 1938 году телецентров электронного ТВ в Москве и Ленинграде остро встал вопрос о целесообразности дальнейшего использования системы оптико-механического телевидения. Инженерам-изобретателям уже было ясно, что механическое телевидение — это тупиковый путь. К на-

[7] В США с самого начала пошли по этому дорогому кабельному пути.

[8] Термином «народный телевизор» пользовался И. Геббельс, по предложению которого первые массовые телевизоры «Телефункен» устанавливались в немецких пивных. В пивной «Элефант», известной всем по телесериалу «Семнадцать мгновений весны», обязательно должен был стоять телевизор.

чалу 1930-х годов зарубежные страны прекратили механическое телевещание, поскольку качество малострочной картинки уже не могло удовлетворить зрителей. В Берлинской Олимпиаде 1936 года уже были задействованы технологии электронного телевидения.

Пойти по немецкому пути в нашей стране означало признать, что организованный всего лишь год назад серийный выпуск механических телевизоров Б-2 — ошибка планирования. Ошибки тогда дорого стоили ошибавшимся товарищам. К тому же, в результате развернувшегося творчества народных масс, в стране появилось большое количество самодельных радиотелеприемников, настроенных на передачи оптико-механического телевидения. Эти люди писали письма в газету «Правда» и в журнал «Радио Фронт»[9].

«Катодных» же телевизоров, предназначенных для приема электронного ТВ, было выпущено мало. В этой ситуации было принято компромиссное решение: продолжать малострочное механическое телевидение для дальнего вещания на длинных и коротких волнах, одновременно развертывать многострочное электронное ТВ для местного вещания на УКВ. В результате механическое телевещание в СССР существовало примерно 10 лет (в Москве до 1 апреля 1941 года), когда в других странах уже давно перешли на электронное ТВ.

К сожалению, работы по созданию телевизионной техники в Советском Союзе были засекречены и рассредоточены по разным ведомствам. Телемеханика, использование лучистой энергии (инфракрасные лучи, УКВ, дециметровые волны) и телевидение получили у нас в военном деле название Особо секретной техники (ОСТ)[10]. Все эти учреждения находились в разных главках НКО, НКТП, ОП, НК связи и НКВД и Радиокомитета при СНК, которые не склонны были сотрудничать, а скорее конкурировали друг с другом за финансовые ресурсы. И не было создано органа, который мог бы координировать работы по рас-

[9] Пример письма радиослушателя, опубликованного в журнале «Радио Фронт». «У меня приемник ЭЧС-2 и киевский динамик. Вчера, к моему удивлению, услышал, что сейчас выступят артисты Художественного театра, и их можно не только услышать, но и увидеть. Я смотрел со всех сторон в динамик, потом в приемник, но ничего не увидел. Главное, не знаю, куда смотреть. Очень прошу сообщить, когда вы передаете телевидение, — куда нужно смотреть...» (Радио Фронт. 1937. № 12. С. 35).

[10] Степень закрытости работ по телевизионной технике можно понять по недавно рассекреченным документам, которые хранятся теперь в Архиве Президента Российской Федерации. Это Постановления Политбюро ЦК ВКП(б), СТО и другие материалы о внедрении и развитии производства средств особо секретной техники (ОСТ), о заключении договора с американской фирмой «Радио-корпорейшен» (Ф. 3, оп. 66). Режим доступа http://www.rusarchives.ru/secret/bul8/ap3.shtml свободный.

пространению телевизионных технологий в регионах, по строительству в крупных городах телевизионных центров. Примером такой координации инженерных усилий и сосредоточения организационно-финансовых ресурсов являлось создание в СССР атомной и водородной бомбы. Однако телевидение в ту эпоху никто не сравнивал с ядерным оружием. Поэтому в первый период становления ТВ все строилось на энтузиазме отдельных инженеров, ученых, радиолюбителей, которых было немало и в столице, и в регионах.

В октябре 1931 года, когда в Москве начались регулярные передачи механического телевидения с разложением на 30 строк, научным сотрудником Сибирского физико-технического института (СФТИ) В.Г. Денисовым в Томске впервые в Сибири был осуществлен прием телевизионного изображения на установке с диском Нипкова и неоновой лампой. Кстати, В.Г. Денисов — отец гениального Эдисона Денисова, ставшего самым признанным русским композитором XX века. В.Г. Денисову принадлежит авторское свидетельство на использование двойной развертки электронным методом, позволившее значительно улучшить качество изображения.

С 1 ноября 1931 года Томская радиовещательная станция РВ-48 совместно с «Телевизорной секцией друзей радио» начала регулярные передачи изображений по радио из лаборатории СФТИ, которые велись три раза в месяц. С 21 ноября 1931 года в Томске начали принимать и движущиеся изображения из Москвы. Телевизионные передачи были низкого качества, что объяснялось механической разверткой с четкостью изображения всего в 30 строк. Однако значение экспериментальных, или, как их тогда называли, опытных передач заключалось в проверке принципиальной возможности передавать и получать какие-то картинки вместе со звуком на самодельном оборудовании.

В целом же первый технический и экспериментальный период в становлении телевидения подготовил появление телекоммуникационной отрасли и ряда профессий телевизионных работников. В этот подготовительный период Советская Россия шла к внедрению новых технологий, почти не отставая от ведущих индустриальных стран мира (США, Великобритании, Германии). Однако многие изобретения наших ученых остались на уровне схем, в лучшем случае — полезных моделей. За рубежом быстрее доводили научные разработки телевизионной техники до промышленных образцов.

В 1941—1945 годах вследствие возрастающих потребностей армии и флота в средствах военной радиосвязи и радиолокационной аппара-

туре обозначилась общая отсталость отечественной радиотехнической и электровакуумной промышленности. Имеющиеся 13 радиозаводов не справлялись с военными заказами. Недостаточной оказалась отечественная научно-исследовательская и опытно-конструкторская база[11]. Обозначилось отставание СССР от Запада в темпах роста, количестве и качестве продукции радиоэлектронной промышленности, которое позднее приняло хронический характер.

Распространение телевидения в регионах началось только в первой половине 1950-х годов. На первых этапах решающую роль играл энтузиазм любителей радио и всяческой электронной техники. В разных городах стихийно возникают любительские телестудии. Чаще всего они появляются при радиоклубах, при университетах и технологических институтах. Власти не возражают против их деятельности, но помогают мало. В 1950 году рязанский радиоклуб наладил прием сигналов Московского телевизионного центра, удаленного на 170 км. Можно считать это первым шагом телевещания в регионы страны.

В 1951 году в Харькове появилась телевизионная станция, сконструированная руками радиолюбителей. Пока готовился телецентр, харьковчане мастерили самодельные телевизоры. На момент первого выхода в эфир (7 мая) их было в городе несколько десятков. Чудо техники устанавливали в рабочих клубах для коллективного просмотра. В Харьков приезжали делегации из Одессы и Риги, Омска и Владивостока познакомиться с техническими устройствами и перенять опыт первых вещателей.

В 1951 году по инициативе директора Томского политехнического института профессора А.А. Воробьева после ознакомления с аппаратурой экспериментального телецентра в г. Харькове было принято решение построить в ТПИ свой любительский телецентр, поскольку руководством страны, насколько можно было понять из правительственных постановлений, в ближайшую пятилетку строительство телецентра в Томске не планировалось. Всего за полтора года томскими политехниками была создана передающая телевизионная аппаратура.

В ее создании принимал участие актив Научно-технического общества ТПИ под руководством инженера В.С. Мелихова, преподавателя Томского политехнического института Е.Н. Силова и старшего лаборан-

[11] Симонов Н. С. Военно-промышленный комплекс СССР в 1920—1950-е годы: темпы экономического роста, структура, организация производства и управление. М. : РОССПЭН, 1996.

та А.А. Бакакина, впоследствии ставшего первым директором Томской телестудии. 25 декабря 1952 года была принята первая телевизионная передача (киножурнал со звуковым сопровождением на самодельном телевизионном приемнике, где вместо кинескопа использовалась осциллографическая трубка диаметром 13 см).

30 декабря 1952 года состоялась первая телевизионная передача в эфире киножурнала «Сибирь на экране». **Этот день считается началом не только томского, но и сибирского телевидения.** С января 1953 года экспериментальные передачи первого сибирского телецентра стали регулярными. Помещение телецентра было построено на самом высоком месте города, недалеко от Белого озера. На водонапорной башне была установлена 17-метровая антенна, а внутри башни разместили передатчик. Радиус действия телевышки первоначально достигал 35 километров.

В 1953 году в ТПИ была организована лаборатория телевидения, силами которой передающая аппаратура была значительно усовершенствована, и передачи учебного телецентра начали проводиться с передовым на то время стандартом 625 строк, в том числе — кинофильмы со звуковым сопровождением. Поскольку у телевидения как нового средства коммуникации еще не было ничего своего — ни языка, ни жанров, ни профессиональных ролей — на этом этапе важно было использовать возможности ранее появившегося рода экранного искусства. Первое телевидение можно было назвать кинотеатром на маленьком экране.

В начале 1954 года Томский обком КПСС с учетом опыта, накопленного в ТПИ, принял решение о строительстве в Томске государственного телецентра, приурочив его создание к 350-летию города. В мае 1955 года здание Томского телецентра было построено. 16 июля 1955 года государственная комиссия составила акт приемки в эксплуатацию 1-й очереди Томского телевизионного центра. Мощность телевизионного передатчика составляла 600 Вт, а передатчика звукового сопровождения — 170 Вт. Общая высота передающей антенны, установленной на крыше водонапорной башни, составила 50,25 м. Прием телепередач осуществлялся на расстоянии 50—60 км от передатчиков. Томский телецентр стал пятым в СССР (после Московского, Ленинградского, Киевского и Харьковского) и первым в его азиатской части.

Надо отметить, что Томск соревновался в первенстве открытия местного телевещания с Новосибирском и Омском. Первая опытная передача (так тогда называли экспериментальное вещание) была осуществлена в Омске в мае 1954 года. Когда в Томске уже построили здание

телецентра, в Омске только выделили земельный участок под его строительство. Государственная комиссия приняла Омский телецентр в эксплуатацию в декабре 1958 года. Таким образом, отставание Омска от Томска во внедрении телевещания составляло два-три года. В исторической перспективе этот срок невелик, но в масштабах регионального развития для Томска было важно обойти другие областные центры Сибири хоть на три года. Тем более что этот срок — минимален для строительства передающего телецентра и создания инфраструктуры телевещания.

Что касается Новосибирска, то для томичей было делом чести обойти эту неофициальную столицу Сибири в строительстве телецентра. Томск с 1937 по 1944 год был районным центром в составе Новосибирской области. Для бывшего центра огромной губернии это административное подчинение было унизительным. В 1950-е годы Томск стал возвращать себе приметы былого губернского величия, а телевидение оказалось тем участком, который мог вывести город в региональные лидеры. Телецентр могли построить и в Омске, и в Новосибирске, и в Барнауле, и в Иркутске, и в Красноярске. Но построили скорее там, где раньше была подготовлена почва, а именно — в Томске.

Еще в 1932 году Илья Эренбург писал: «...Пятилетка обошла Томск, и Томск умирал... Томск мог умереть, но в Томске был университет...». Именно благодаря вузовской науке Томск опередил другие сибирские города в освоении телевизионных коммуникаций. Еще в сентябре 1955 года на радиотехническом факультете Томского политехнического института на базе лаборатории телевидения была организована кафедра радиопередающих устройств, заведующим которой стал В.С. Мелихов. Под его научным руководством коллективом кафедры и лаборатории телевидения в течение 1955—1962 годов было разработано, изготовлено и сдано в эксплуатацию еще десять телецентров в городах Сибири: в Барнауле (1955), Бийске (1956), Рубцовске (1957), Абакане (1958), Усть-Каменогорске (1959) и других. Томск, таким образом, стал проводником телевизионных технологий на Алтае, в Казахстане и в других азиатских регионах страны.

Счет в соревновании по открытию телевещания шел на месяцы. В Новосибирске еще в 1952 году радиолюбители начали сооружать малый (экспериментальный) телецентр. В 1953 году в Новосибирске открыли электротехнический институт (НЭТИ) и институт связи (НЭИС), в котором началась профессиональная подготовка инженерных кадров для телекоммуникаций. Преимуществом Новосибирска было и наличие в

городе студии кинохроники, созданной еще в 1935 году. Но работы по сооружению телецентра начаты в Новосибирске только осенью 1955 года, когда здание Томского телецентра уже было принято в эксплуатацию.

С точки зрения технологического прогресса нет большой разницы в том, появился ли первый телецентр в Омске или в Томске, начал ли вещание в 1955 или в 1957 году. С точки зрения исторической науки — важно, кто становится основателем традиций и распространителем опыта. Документально зафиксировано, что в 1935 году советские инженеры перенимали опыт телевизионного вещания в американской корпорации RCA. Правда в том, что в 1951 году томичи изучали телевизионную технику в Харькове. А в 1955 году томские инженеры уже объясняли алтайским радиолюбителям принципы телевещания.

Телевидение, как и другие электронные коммуникации, — это технология, которая не изобретается гением-одиночкой, но вбирает в себя открытия многих инженеров, научных коллективов и конструкторских бюро. Территории, создавшие для новой коммуникационной технологии режим наибольшего благоприятствования, получают затем отдачу от телевидения в виде роста человеческого капитала. Телевидение приближает население к культурным достижениям цивилизации и открывает новые перспективы в просветительстве и самообразовании. По крайней мере, так было на заре появления телевидения в общественной жизни.

15 сентября 1955 года Совет Министров СССР принял Постановление № 1689 «О мерах по дальнейшему развитию телевизионного вещания в СССР». Начался этап бурного развития и распространения технических средств телерадиовещания в регионах. Постановление обязывало Совет Министров РСФСР и советы министров союзных республик построить в 1956—1958 годах телевизионные центры и ретрансляционные станции, изготовить, поставить и смонтировать аппаратуру радиорелейных линий к ретрансляционным станциям.

С 1955 по 1958 год в Сибири было построено 11 телецентров, что составляло в тот период около трети всех действующих телецентров в стране. Можно предположить, что сибирские регионы старались больше других, поскольку они располагались далеко от Москвы, но хотели быть в телевизионной перспективе ближе к центру. Сибирские территории не пугала неопределенность финансирования строительных работ и необходимость использовать паевые взносы промышленных предприятий. Об этом в те годы не трубили в победных реляциях, но первые телецентры действительно строились хозяйственным спосо-

бом на деньги горсоветов и крупнейших заводов. За финансовые нарушения при строительстве таких объектов могли строго наказать, но чаще награждали.

14 февраля 1956 года состоялась первая телевизионная передача в столице Алтайского края — Барнауле. В августе 1957 года начаты экспериментальные передачи Новосибирского телецентра, а в ноябре того же года сдан в эксплуатацию Красноярский телецентр. 22 апреля 1958 года выходит в эфир первая передача Кемеровского телецентра. В феврале 1959 года образован Омский телецентр. Таким образом, за три года количество региональных телецентров увеличилось в пять раз. Партийные и советские органы власти рапортовали руководству страны о том, что телевидением охвачено 20 миллионов человек (1955 год)... 50 миллионов человек (1959 год).

На самом деле показатели охвата были скромнее. В 1955 году советская промышленность выпустила 495 тысяч телевизоров[12]. В 1960 году только у пяти миллионов советских семей были дома телевизоры. Спрос на телевизоры существенно опережал предложение. При этом соотношение объема военных и гражданских изделий в общем объеме товарной продукции радиоэлектронной промышленности было примерно на уровне 3:1 в пользу Министерства обороны. То есть радиостанций для армии выпускали втрое больше, чем радиол и телевизоров для населения.

Общественно-политический смысл этого периода определялся тем, что общенациональной телесети тогда еще не было. Был создан первоэлемент сети — Центральное ТВ. Между региональными студиями не было никакой связи. Все телевещание было местным и выходило в эфир в пределах сотни километров от передающей станции. В местном характере телевещания была «жизнеутверждающая знаковость» (В.М. Березин) и особого рода патриотизм. Отсутствие московских программ на телеэкране, устраненность Центра в телеэфире заставляли телестудии использовать свой творческий потенциал, искать собственные выразительные средства, не стыдиться своего провинциализма. Провинциализм проявляется только на фоне столичности.

Конечно, сибирские телестудии не отказывались от показа киноматериалов Центральной студии телевидения (ЦСТ), просили почаще присылать из Москвы хорошие программы, командировать опытных работников ТВ для оказания практической помощи в съемках. Но разве в столице было

[12] Источник статистических данных: Российский государственный архив экономики. ф. 7, оп. 1, д. 554, л. 42.

столько опытных работников, чтобы командировать их для консультаций во все телестудии страны? В те годы только создается профессия тележурналиста и начинается подготовка кадров для телевизионной отрасли в вузах. В 1954 году в составе ЦСТ были созданы редакции промышленных, сельскохозяйственных, научно-популярных и спортивных передач.

Ряды первых сибирских тележурналистов складывались из учителей, корреспондентов газет и радио, партийных и комсомольских работников. По данным социологического исследования, проведенного в 1960-е годы Ф.Я. Володарским, 33,7% из общего числа тележурналистов пришли в студии из газет, 15% — были направлены на телевидение после окончания университетов, 14% работали учителями средних школ, 7% радиожурналистов стали сотрудниками ТВ, 5,3% — пришли на телевидение из партийных, советских и комсомольских органов, 5% — бывшие специалисты промышленности и сельского хозяйства[13].

В 1957 году был образован Госкомитет по радиовещанию и телевидению (ГКРТ) при Совмине СССР. Гостелерадио, как его стали потом называть, был в статусе министерства, хотя формально Министерство связи СССР было главнее. Надо отметить, что в 1953 году радиовещание было подчинено Министерству культуры СССР. Руководство страны долгое время не могло решить: радио и ТВ — это трансляция культуры или трансляция радиосигнала?[14] Одно с другим в некоторых начальственных головах как-то не совмещалось.

В 1950-е годы одновременно с организацией массового производства телевизоров в соответствии с тогдашними концепциями развития СМИ начала создаваться огромная, практически тотальная система коллективного приема телевидения. Коллективная антенна для многоквартирных домов была включена в обязательные «Строительные нормы и правила (СНИП)». В итоге почти 80% советских телезрителей получили по кабелю несколько телепрограмм за минимальную плату и не вводились в искушение просмотра зарубежных программ (исключая не самых благонамеренных жителей приграничных районов, которые могли на своих телеприемниках ловить сигнал, к примеру, польских или финских вещателей).

---

[13] Володарский Ф. Я. Деятельность партийных организаций Западной Сибири по развитию телевидения и повышению его роли в идеологической работе среди трудящихся (1959—1970 гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Томск, 1971. С. 8.

[14] В мае 2008 года правительство произвело очередную реорганизацию: Министерство культуры и массовых коммуникаций преобразовано в Министерство связи и массовых коммуникаций. Все-таки телевидение больше электросвязь, чем культура, решили в этот раз правители страны.

В 1950-е годы происходит процесс становления основных жанров телевидения, большая часть которых имеет истоки либо на радио, либо в кинематографе. До этого в телевизионном эфире преобладали либо демонстрации художественных и документальных фильмов, либо прямые трансляции концертов или публичных выступлений. Так, в 1949 году организован первый прямой репортаж о спортивных соревнованиях (футбольный матч). В 1951 году ставится первый телевизионный фильм-спектакль «Правда хорошо, а счастье лучше». Первая публицистическая телепрограмма выходит в эфир в 1952 году (автор — Евгений Рябчиков).

Счастливы те, кто, работая на телевидении, испытал чувство первооткрывателя. Первым кинофильмом, вышедшим в томский телевизионный эфир, был фильм «Верные друзья» (30 апреля 1955 года), а первой собственной программой (1 октября 1955 года) — программа, в которой профессор И.М. Разгон рассказывал об исторических памятниках Московского Кремля. Первый выпуск информационной программы «Новости недели» — 1956 год. Первая реклама появляется в томском эфире в 1960 году. Все эти даты важно фиксировать для молодых поколений журналистов, некоторые из которых думают, что журналистика началась с их приходом на телевидение.

Завершение второго — внедренческого — этапа развития регионального телевидения четко фиксируется во времени. Первое телевизионное оборудование, изготовленное кустарным способом любителями, послужило почти 15 лет, пока региональным студиям не поступило серийно выпущенное оборудование типа «Район». К примеру, до 1969 года томичи видели только местные программы, почти все они шли в прямом эфире. В 1967 году был запущен спутник «Молния-1», и в Сибири тогда появилась возможность принимать программу ЦТ из Москвы. Поэтому 1967 год можно считать рубежным. Началось спутниковое вещание, стала формироваться единая вещательная сеть Центрального телевидения в регионах.

Третий период в истории развития телевидения имеет достаточно четкие временные рамки: 1967—1987 годы. Он начинается вместе с запуском многочисленных спутниковых систем и появлением многопрограммного телевидения, а завершается упадком Центрального телевидения СССР и распадом страны. Внутри периода можно выделить два временных отрезка: «брежневский застой» и «горбачевскую перестройку».

Суть начала этого периода заключается в собирании под руководством Гостелерадио земель и местных аудиторий, в строительстве всесоюзной телевизионной многопрограммной сети и централизации управления

региональными вещателями. Как и любая империя, эта необъятная пропагандистская машина рано или поздно должна была обрушиться под своей собственной тяжестью, что и произошло в начале 1990-х годов.

Третий период исключительно важен для историков ТВ, поскольку он занимает серединное и ключевое положение в последовательности фаз развития. Конец советского и начало коммерческого ТВ в нашей стране дает ключ к пониманию своеобразия современного российского телевидения, унаследовавшего многие традиции ЦТ. Попробуем понять, почему именно эти, а не какие-то иные традиции восприняты государственным телевидением РФ.

Основным вектором технического развития 1960-х годов был запуск и совершенствование космических систем связи для расширения зоны приема телевизионных программ на всей территории СССР. Партия решила, что нет более эффективного способа передачи телевизионных программ на большие расстояния и большие территории, чем спутниковая связь. Поэтому техническое развитие ТВ в эти два десятилетия неотделимо от развития космических телекоммуникаций.

Политбюро ЦК КПСС поставило для руководства Гостелерадио масштабные технические задачи: сделать радио стереофоническим, а телевидение цветным. Для этого необходимо было осуществить технологическую перестройку производственных процессов, перейти от электроламповых приборов на оборудование «третьего поколения» с применением интегральных транзисторных и логических устройств. Надо было удовлетворить и растущий спрос населения на цветные телеприемники.

То телевизионное оборудование, которое появилось в региональных телестудиях еще в 1950-е годы и было по сути кустарным, «собранным на коленке» в вузовских лабораториях, повсеместно заменялось на промышленное, серийное. Технологическим прорывом был переход в этот период с «мокрого» кинопленочного процесса на портативные кассетные телекамеры. Студии постепенно стали использовать технику видеозаписи и видеомонтажа.

В профессионально-журналистском плане третий этап развития ТВ связан со становлением телевизионных форматов, жанров и рубрик, оттачиванием стилистики новостных, познавательных и развлекательных программ. Именно в 1960-е годы появляются такие передачи, как «Время», «Спокойной ночи, малыши!», «В мире животных», «Клуб путешественников», «КВН» и некоторые другие, определившие на десятилетия телевизионную моду на данные типы зрелища.

Поскольку в предыдущий период работать на телевидение пришло много людей с улицы, не имеющих специального образования и опыта профессиональной деятельности, руководство страны озаботилось специализированной подготовкой кадров для растущей телевизионной отрасли. В 1958 году была создана первая в стране кафедра радиовещания и телевидения на факультете журналистики Московского госуниверситета (первый заведующий — доцент В.Н. Ружников). Следом появилась аналогичная кафедра на журфаке ЛГУ и в других университетских центрах подготовки журналистов.

Телевидение стали широко обсуждать как на бытовом, так и на профессиональном уровне. Ежемесячно выходил журнал «Советское радио и телевидение», существовал отдел телевидения в газете «Советская культура», систематически печатались статьи о ТВ в «Журналисте», «Литературной газете», «Театре», «Новом мире», «Искусстве кино». Именно эти аналитические публикации питали ту дискуссионную атмосферу, которая и служила формой самопознания телевидения третьего периода взросления.

При Союзе кинематографистов был создан Всесоюзный совет по теории и критике телевидения, организующий дискуссионные трибуны на многочисленных фестивалях. В Государственном институте искусствознания был открыт сектор художественных проблем электронных СМИ (А. Вартанов, Ю. Богомолов и другие искусствоведы и критики). Подобный же сектор, анализирующий телевещание, появился в Научно-исследовательском институте теории и истории кино (В. Вильчек, Ю. Воронцов).

Издательство «Искусство» ежегодно публиковало более десяти монографий об эфирных программах и вещательных направлениях, как то: «телевидение и кино», «телевидение и театр», «телевидение и литература», «телевидение и наука». Выходил и ежегодник «Телевидение — вчера, сегодня, завтра». Кроме того, всесоюзные фестивали телекино и десятки региональных конкурсов невозможно было себе представить без «круглых столов» и полемики вокруг экранных работ[15].

Непременной частью студийной практики считалась внутренняя критика — выступления, рецензии и разборы приглашенных аналитиков на публичных обсуждениях текущих программ. Появилась профессиональная специализация телекритиков. О влиятельности телекритиков того периода может говорить один такой факт: председатель Гостелерадио С. Лапин жаловался генсеку КПСС Л. Брежневу на крити-

[15] Такой полемики совершенно нет на фестивале ТЭФИ, который, по сути, представляет собой театрализованное вручение наград друг другу.

ческую рецензию А. Аронова, опубликованную в «Московском комсомольце».

Постепенно советское телевидение переходило от связистов к идеологам и пропагандистам, в ведении Министерства связи остались только передатчики и ретрансляторы. Показательна история переименований государственного комитета, управлявшего телевизионной системой страны. В 1970 году Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР был преобразован в Государственный комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию. То, что убрали предлог «при», показало тележурналистам, что они теперь не «при власти», а сами есть власть.

5 июля 1978 года из названия телевизионного ведомства исчезло упоминание Совета Министров. Теперь название звучало так: Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию (Гостелерадио СССР). Это означало, что премьер-министр уже не был властен над телевидением и его начальником. А Сергей Григорьевич Лапин отныне подчинялся напрямую руководителю государства Л.И. Брежневу. Такая ничем не ограниченная власть одного чиновника ни к чему хорошему корпорацию привести не могла.

На Центральном телевидении вводили странные запреты. С. Лапин не разрешал, к примеру, на экране телевизора появляться людям с бородами. Мужчинам-ведущим было запрещено выходить в эфир без галстука и пиджака. Женщинам не разрешалось носить брюки. Но самое главное то, что прямой эфир как технология телевизионной работы постепенно исчез из практики советского ТВ. За неосторожно сказанное гостем в прямом эфире слово некоторые телевизионные начальники теряли работу. Был прекращен показ в прямом эфире Клуба веселых и находчивых. После этого программа «КВН» потеряла свою импровизационную суть и закрылась вовсе.

Управление творческим процессом на ТВ по идеологическим канонам можно проиллюстрировать отношением к рекламе. Министерство торговли СССР годами жаловалось на то, что торговым организациям не дают рекламировать свои продукты в СМИ. Только в 1975 году после долгих «сражений» был подписан совместный приказ председателя Гостелерадио и министра торговли о порядке прохождения рекламы на ТВ и радио. Однако из-за особой позиции руководства Гостелерадио ее никто не видел и не слышал. Система «задвигания» рекламы была очень простой. Когда существовало всего два канала, в сетке программ совмещали трансляцию интересного фильма или футбола (1-й канал) и рекла-

му (2-й канал). Более того, рекламные ролики шли блоками по 15 минут, и эти блоки были обозначены в телепрограмме. Делали такую рекламу на телевидении по принуждению и без всякой любви к искусству.

Таким образом, реклама формально «как бы была», но реально абсолютно не работала. Рекламу категорически отказывались пускать в паузах между передачами, которые (паузы) достигали в те времена полутора-двух минут и заполнялись заставками из цветочных открыток и пейзажей. Причина заключалась еще и в том, что реклама была для СМИ абсолютно невыгодна. Одна минута эфирного времени на ЦТ стоила 21 рубль, а на республиканских студиях еще дешевле — 19 рублей. Получалось, что хлопот с рекламой много, а выгоды — кот наплакал. Но главное было все же не в деньгах, а в убеждении многих телевизионщиков того времени, что они — властители умов и сама власть, они — идеологическая гвардия. Им просто претило создавать для «торгашей» заставки с коммерческой информацией.

С. Лапин создал хорошо управляемую систему Центрального телевидения СССР. К завершению советского периода в истории страны ЦТ подошло с мощными количественными показателями. Потенциальная аудитория достигла 240 миллионов телезрителей и была второй в мире после аудитории США. Число телевизоров в стране с 1970 по 1987 год увеличилось с 35 до 90 миллионов. Можно сказать, что две из трех советских семей могли принимать первую программу ЦТ. Вещание обеспечивали 115 программных телецентров, 900 мощных телевизионных станций, 3600 ретрансляторов, спутниковые системы «Орбита» (91 приемная станция), «Москва» (500 станций), «Экран» (4000 станций), разветвленная сеть наземных радиорелейных и кабельных линий связи. Среднесуточный объем вещания вырос с 1673 часов в 1971 году до 3700 часов в 1987. Оно велось на 45 языках народов СССР.

Все это внушительные цифры, за которыми стоят большие государственные инвестиции в телевизионную инфраструктуру и в советскую радиопромышленность. Однако не все можно подсчитать в цифрах. Телевидение стало воспитателем масс, агитатором и пропагандистом. Поколения советских людей воспитывались на таких программах, как «ЭВМ — Это вы можете», «Папа, мама, я — спортивная семья», «В мире животных», «Кинопанорама», «Здоровье», «Очевидное — невероятное». Почти все названные программы стали долгожителями телевизионного эфира и образцами того или иного жанра.

В эти годы появилось структурно-программное многообразие. Первая программа ЦТ распространяется почти на всю территорию страны

посредством спутниковой связи и закрывает по времени около полсвины эфирных суток. Вторая программа охватывает только европейскую часть России, предлагая зрителям публицистику и художественное вещание. На этом канале размещают свои программы местные вещатели, которые закрывают в среднем около шести часов эфира в сутки и имеют ощутимые резервы роста в объемах местного вещания.

Третья программа специализировалась на демонстрации учебных и научно-популярных передач. Она также принималась только в европейской части России, но обещала стать общенациональным образовательным телеканалом. Четвертая программа была литературно-художественной направленности и должна была демонстрировать телефильмы и кинокартины, но она имела еще меньшее распространение и самый небольшой объем вещания — 3,5 часа в сутки.

Руководство партии и правительства считало, что четырех программ советскому человеку хватит до конца века. Главной целью Центрального телевидения было охватить телесигналом всю огромную территорию Советского Союза, включая самые отдаленные кишлаки, аулы и стойбища оленеводов. Широкое распространение телевидения на всю территорию страны приводит к формированию пяти зон вещания, для каждой из которых формируется своя вещательная сетка.

Большинство телестудий в областных центрах могут назвать эти два десятилетия «золотым веком» в своей истории. В этот период стабилизировался среднегодовой объем вещания (400—500 часов), и местным телестудиям была оставлена возможность перекрывать на час в сутки первую программу собственными передачами. Материально-техническая база телестудий стала укрепляться планомерно каждые пять лет. Так же раз в пять лет каждый сотрудник местной телекомпании мог пройти двухмесячную стажировку во Всесоюзном институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, созданном в 1971 году.

Ни ранее, ни потом у местных государственных телекомпаний не было такого значительного штата сотрудников, как в 1970—1980-е годы. Среднестатистическая местная студия имела в своем составе 7—8 редакций, включая редакции информации, пропаганды, писем, промышленности; сельскохозяйственных передач; программ для молодежи, детей и юношества; литературно-драматических передач; кино- и музыкальных программ. Число штатных сотрудников в областной телерадиокомпании достигало в среднем 300 человек. И это были самые крупные коллективы региональных СМИ того времени.

У любого резкого увеличения возникают проблемы роста. Такие проблемы отчетливо обозначились и у советского телевидения в годы, названные позднее «брежневским застоем». Уже к 1976 году внешний долг СССР достиг 6 миллиардов долларов. В области передовых технологий страна все больше отставала от Запада, особенно в сферах транспорта, связи и электроники. Вероятно, последним значительным техническим прорывом советского телевидения стала постройка телебашни и нового телецентра в Останкине во второй половине 1970-х годов. Для начинки нового телецентра было закуплено лучшее французское и японское оборудование того времени.

В последующие десятилетия наша страна отстала от ведущих индустриальных держав мира на целое поколение. Советская радиоэлектронная промышленность до последних своих лет пыталась удовлетворить спрос населения на цветные телевизоры, да так и не смогла. Сказалась губительная борьба с кибернетикой и другими «буржуазными лженауками», засекречивание «специальной техники» и передача всех лучших образцов радиоэлектроники Министерству обороны. Как шутили в 1970-е годы японцы: «Покажи мне свой телевизор, и я скажу, какой у твоей страны экономический потенциал».

Надежды на то, что Московская Олимпиада 1980 года привлечет к телеэкранам половину человечества (около двух миллиардов телезрителей), не оправдались. Из-за вторжения советских войск в Афганистан США и еще несколько десятков стран, включая Китай, объявили бойкот Олимпийским играм. Однако к началу 1980-х годов проблемой советского телевидения стало не идеологическое противостояние с Западом, а собственный изоляционизм. Невозможно объяснить, почему фильмы Германской Демократической Республики про индейцев с Гойко Митичем можно было закупать для телевизионного показа, а фильмы Би-Би-Си о природе с Дэвидом Аттенборо закупить было нельзя. Почему популярная программа «Мелодии и ритмы зарубежной эстрады» демонстрировалась всего пять раз в году и без предупреждения, как нечаянный подарок тем зрителям, который засиделись у телевизора до полуночи?

Глобальная спутниковая система использовалась однонаправленно: из Москвы в регионы. Теоретически спутники связи могли использоваться для транслирования «встречных» потоков информации в Москву из других республик, краев и областей страны. Но практически в такой обратной связи ЦТ не испытывало нужды. Хотя в документах партии и правительства неоднократно повторялось: «Ввести регулярную трансляцию по центральному радиовещанию и телевидению лучших программ из союзных и автономных республик... Практиковать широ-

кий обмен программами радиовещания и телевидения между республиками и областями...»[16].

Для местного телевещания двадцатилетие с 1967 по 1987 год было неоднозначным для развития периодом. Как уже было сказано, для многих телекомпаний это был «золотой век» постоянного роста финансирования производства программ, неуклонного увеличения штатов сотрудников и количества редакций. Но это было и время тотального идеологического давления, одновременного роста и торможения, эпоха двоемыслия. Пока ЦТ не могло передавать свои программы по спутнику на сибирскую территорию, руководство Центрального телевидения сквозь пальцы смотрело на «художественную самодеятельность» на местах, снисходительно выслушивая просьбы командировать опытных работников для передачи передового опыта. Но как только спутниковые системы «Орбиты» заработали, возникла новая концепция сочетания ЦТ с местными вещателями.

«В 1970-е годы стал утверждаться на практике принцип дополнительности местного вещания по отношению к центральному»[17]. Бытовало мнение: художественное вещание — дело, главным образом, ЦТ, а от региональных студий зритель ждет прежде всего информации и публицистики. Создавать эстрадно-развлекательные программы или художественные телефильмы, серьезную кинодокументалистику областным и краевым студиям сложно. Финансовых, технических и кадровых ресурсов для этого недостаточно. А вот в подготовке местных новостей или обсуждении местных проблем — они вне конкуренции.

Литературно-драматические передачи, традиционно составлявшие основу вещания многих сибирских телестудий, утрачивали свой приоритет. Возникли сложности с финансированием детского постановочного вещания, с производством фольклорно-этнографических программ. Омская и Новосибирская студии перестали снимать художественные и документальные фильмы. Томская телестудия вынуждена была ликвидировать уникальный театральный коллектив, работавший при студии с 1950-х годов и насчитывающий 30 актеров и режиссеров. Если в предыдущие два десятилетия сибирские студии обрели свое лицо[18], то к концу

---

[16] О мерах по дальнейшему улучшению работы радиовещания и телевидения // КПСС в резолюциях... Т. 10. С. 263—269.

[17] Юровский А. Телевидение: поиски и решения. М., 1975. С. 173.

[18] Дугин Е.Я. в своем типологическом исследовании местных студий 1970-х годов определил специфику Тюменской телестудии, как художественно-воспитательную, Томской — познавательно-образовательную и т.д. См. Дугин Е. Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М., 1982.

1970-х годов их стали унифицировать, заставляя превращаться в информационно-публицистические филиалы ЦТ на местах.

Об этом периоде централизации советского телевещания московский исследователь В. Цвик образно заметил: «Вещательные «островки» местных студий постепенно сливались в «архипелаги», в итоге превращались в телевизионный «материк» единой информационно-пропагандистской системы отечественного телевидения»[19]. То, что еще в 1990-е годы казалось прогрессивным явлением и предметом гордости руководителей ЦТ, сегодня таковым уже не кажется. В такой большой стране, как наша, нельзя всех стричь под одну гребенку. Руководителям ЦТ необходимо было оставить люфт в программировании и возможность сохранения своего лица для местных телестудий.

В 1965 году вышло Постановление ЦК КПСС «О состоянии и мерах улучшения местных студий телевидения РСФСР», сущность которого сводится к требованию укрепления материально-технической базы телевидения и усиления идеологической направленности вещания. Руководство партии заявляло, что вводит в эксплуатацию десятки приемных станций спутниковой связи «Орбита» в районах Сибири, Дальнего Востока, Средней Азии и Крайнего Севера. Это современное дорогое оборудование, которое никогда не поставили бы за счет средств местного бюджета. Однако коммунистическая партия перестает закрывать глаза на ту «художественную самодеятельность», которая царила на местных телестудиях с 1950-х годов. Партии было надо, чтобы телевидение наглядно демонстрировало преимущества советского образа жизни[20]. Иначе нечего и городить всю эту спутниковую систему.

В запале борьбы с «художественной самодеятельностью» на местных телестудиях руководство ЦТ даже поспособствовало закрытию некоторых автономных вещательных центров. Так, например, из всего ряда телестудий, которые в конце 1950-х годов возникли в Алтайском крае, к 1970 году осталась одна — Барнаульская. То же и в Тюменской области — оставили только областной телецентр. Закрытие телестудий в Бийске, в Рубцовске, в Нижневартовске, в Ханты-Мансийске и в других сибирских городах надо было чем-то оправдать. В качестве оправ-

[19] Цвик В. Формирование новой системы телекоммуникаций: тенденции и проблемы // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». 1994. № 5. С. 9.

[20] Старший редактор Кемеровской студии телевидения Яков Клейнерман заявил по этому поводу: «Мы придерживаемся основного правила: появление каждой информации именно сегодня должно быть оправдано главными задачами, которые решает областная партийная организация» // Клейнерман Я. Местные «ТН» // Советское радио и телевидение. 1965. № 6. С. 14—15.

дания была выдвинута экономическая версия — нерентабельность малых студий и трудность их постоянной технической модернизации. Об этой причине пишет исследователь ТВ Э. Багиров: «Всеобщее увлечение телевидением в 1960-е годы вызвало стихийное строительство телецентров по местной инициативе без учета общегосударственных возможностей их систематической модернизации»[21].

Однако была другая причина, не называемая открыто, но правильно понимаемая местными тележурналистами. Ряд местных телестудий, еще слабо осознавая свою роль и назначение как информационно-публицистического филиала ЦТ на местах, продолжали готовить передачи всеохватной тематики, обрекая себя на ненужное соперничество с общесоюзными программами. Иные слишком злоупотребляли местным колоритом, погружаясь в мелкотемье. Когда местную телестудию обвиняли, с одной стороны, во всеохватности, а с другой — в мелкотемье, то против этого провинциальным журналистам нечего было возразить. Всяк сверчок знай свой шесток!

В середине 1980-х годов руководство ЦК КПСС понимает, наконец, что допустило очередные перегибы на местах, закрывая вещательные центры, которые хотя и были технически маломощными, слабо оборудованными, недостаточно укомплектованными профессиональными кадрами, но антисоветскими никогда не были. Как могли, они проводили политику партийно-советских органов власти и могли бы проводить далее, если бы излишне ретивые чиновники под предлогом нерентабельности их не прикрыли. В своем выступлении перед коллективом Гостелерадио главный идеолог страны, секретарь ЦК КПСС Е.К. Лигачев подчеркнул: «Прежде были попытки свернуть местные телевизионные студии. Это была ошибка. Именно за счет умелого сочетания возможностей центра и республиканских, областных комитетов по телевидению и радиовещанию можно добиться наибольшего эффекта»[22].

Однако добиться наибольшего пропагандистского эффекта сочетанием усилий местных и центральных вещателей не удалось, потому что во второй половине 1980-х годов система ЦТ уже выработала свой ресурс и крутилась вхолостую. С формальной точки зрения, телевидение составляло информационную повестку дня и демонстрировало преимущества советского образа жизни. Оно говорило о том, как трудится честный человек в социалистической стране, о том, что мы движемся в светлое ком-

[21] Багиров Э. Телевидение 70-х: некоторые особенности развития // Телевидение'84: вчера, сегодня, завтра : сб. ст. М., 1985. С. 16.

[22] Проблемы местной печати, радиовещания и телевидения. Томск, 1989. С. 17.

мунистическое будущее, какая у нас великая держава и как мы все интернационально едины. Но при этом как жил обычный советский человек? Все же были вовлечены в теневую экономику. Учителя и преподаватели вузов репетиторствовали, слесари брали «левые» заказы, продавцы выносили товар знакомым через черный ход, молодые люди «фарцевали» (спекулировали) зарубежными пластинками и джинсами. Жизненная практика радикально расходилась с телевизионной пропагандой.

В итоге повестка дня, которую предлагало советское телевидение, никак не соприкасалось с опытом людей. А что соприкасалось? Редкие тогда развлечения и прогнозы погоды. Это те два пункта, в которых телевизионное общество соединялось и оказывалось едино. Все смотрели «Кабачок 13 стульев» и ждали, когда же, наконец, программа «Время» или местные новости расскажут про погоду. Все, что показывали до любимой программы или рубрики, смотрелось вполглаза, слушалось вполуха, как музыкальный фон, как тиканье часов. Все эти вести с полей, бесконечные ряды комбайнов никоим образом не проникали с телеэкрана в сознание людей, и потому телевизионная пропагандистская машина, как уже было отмечено, крутилась вхолостую.

Чем меньше действительность походила на ее идеологическую модель, тем активней власти старались вести телевизионную обработку населения. Этот период так вспоминает тележурналист и медиа-менеджер А. Майофис: «...Я понял, что это конец государственного телевидения, самое худшее его время, никому ничего не нужно, продолжались все эти «Вести с полей», ни люди никого не интересовали, ни человеческие истории...»[23]. Поняв это, Аркадий Майофис ушел из государственной телекомпании и создал первую в регионе частную телекомпанию — ТВ-2. Но это уже другой этап развития отечественного телевидения.

С избранием в 1985 году на пост генерального секретаря ЦК КПСС М. Горбачева начался период, который получил название перестройки и гласности. Для телевидения, как и для других социально-политических институтов страны, это был переломный период. «Первой ласточкой плюрализма мнений в информационной службе ЦТ становятся ночные выпуски «Телевизионной службы новостей» (ТСН), где молодые репортеры в нарушение устоявшихся традиций по-другому показывают и интерпретируют новости, а подчас говорят и совсем о других новостях,

[23] Симонов А. Конец праздника непослушания. М. : Медея, 2004.

нежели те, что прозвучали несколькими часами раньше в официальном выпуске программы «Время»[24].

На Центральном телевидении появились программы с интерактивными включениями зрителей по телефону; с полок были сняты ранее запрещенные, по тем временам достаточно смелые фильмы. Возродилась программа А. Маслякова КВН, которая вновь пошла в прямом эфире. За семь месяцев 1985 года объем живого эфира был увеличен в 25 раз[25], вышло около 70 новых рубрик, постоянных разделов, программ, адресованных самым разным группам населения. В недрах старого советского центрального телевидения зарождалась новая модель телевидения альтернативного, авторского, реформаторского.

Телемосты между СССР и США, организованные Филом Донахью и Владимиром Познером, произвели шоковое впечатление на советских зрителей. Они увидели, как зашорена, как придавлена идеологическими предрассудками отечественная публика, собравшаяся в студии, как проигрывает она простым людям Запада, не понимающим, отчего надо приносить личные интересы в жертву государственным.

Телевидение эпохи гласности открыло для себя понятный человеческий способ обсуждения наболевших политических и социальных проблем (программы «Взгляд», «До и после полуночи», «Пятое колесо», «12 этаж»). В программу Л. Вознесенского «Проблемы, поиск, решения» приглашались члены правительства, которые не могли не прийти на прямой эфир. Министрам задавали очень неудобные вопросы. А некоторые из них на другой день после выступления на ТВ теряли руководящий пост[26]. Ни ранее, ни позднее в истории отечественного телевидения ничего подобного не было.

На Центральном телевидении появились программы, которые предлагали «новый стиль наблюдения за пульсацией жизни («600 секунд»), посвященные нехарактерной для советского телевидения тематике криминала и политических конфликтов, с клиповой нарезкой кадров и агрессивным комментарием ведущего[27]. Не только А. Невзоров в рокерской кожаной куртке всячески подчеркивал свою инакость, свое от-

---

[24] Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика. С. 285

[25] Беседа с Л. Кравченко на радио «Эхо Москвы», 06.12.2000. http://www.echo.msk.ru/programs/beseda/12589.phtml

[26] В беседе с журналистами радио «Эхо Москвы» бывший руководитель Гостелерадио Л. Кравченко вспоминает об увольнении после прямого эфира в 1987 году министра хлебопродуктов СССР А. Золотухина. Режим доступа http://www.echo.msk.ru/programs/beseda/12589.phtml свободный.

[27] Зверева В. Поэтика социального на ТВ. 1990 год // НЛО. 2007. № 83.

личие от дикторов советской эпохи. Ведущие программы «Взгляд» однажды пришли в студию в майках с надписью «Вся власть Советам!».

Однако по соседству с остросоциальными, реформаторскими программами в эфир выходили и передачи старого толка, застегнутые на все пуговицы двубортного френча. В 1990 году напряжение между неформальным, авторским телевидением и руководством Гостелерадио продолжало возрастать. После репортажей О. Добродеева о вводе советских войск в Баку была закрыта программа «7 дней». В декабре был запрещен выход новогоднего выпуска «Взгляда», в котором обсуждалась отставка министра иностранных дел Э. Шеварднадзе; в начале следующего года программу на неопределенный срок вывели из эфира. Публичный отказ Т. Митковой зачитывать в эфире официальный комментарий к произошедшему в Вильнюсе захвату телецентра стал поводом для ее увольнения из Телевизионной службы новостей.

В начале 1991 года был окончательно запрещен «Взгляд». Молодые журналисты стали снимать очередные выпуски передачи у себя в квартирах, буквально на кухне, и распространять на видеокассетах. Здесь необходимо сделать отступление, связанное с видеомагнитофонами и видеокассетами. Технические изменения, которые происходили в радиоэлектронике в 1980—1990-е годы, также носили революционный характер. Суть их можно кратко выразить следующей формулой: «Телевизионная техника для видеозаписи и воспроизведения становится такой миниатюрной и недорогой, что может быть приобретена для домашнего использования». Восьмидесятые годы прошлого века стали эрой home video (домашнего видео). В 1988 году 60% американских семей используют дома видеомагнитофон, хотя пятью годами раньше доля таких семей составляла в национальном масштабе всего 4%[28].

В России радиоэлектронная промышленность тоже пытается создать бытовые видеомагнитофоны. Правда, катушечные видеомагнитофоны не запустили в массовое производство из-за неразрешимых проблем с лентопротяжным механизмом. В 1980-е годы была создана кооперация радиоэлектронных заводов во главе с воронежским НПО «Электроника» для создания кассетного видеомагнитофона. Во второй половине 1980-х заводы вышли на серийное производство видеомагнитофона «Электроника-ВМ12». Качество первых партий было невысоким, количество выпущенных видеомагнитофонов было ничтожным, а цена в розничной продаже была установлена в 1280 рублей (восемь средних

[28] John McDonough, Karen Egolf, Jacqueline V. Reid. The Advertising Age Encyclopedia of Advertising. N.Y, 2002.

ежемесячных зарплат советского труженика). И, тем не менее, в те годы подержанный автомобиль «Жигули» можно было обменять на остродефицитный видеомагнитофон (как и на первые персональные компьютеры IBM-256).

Во второй половине 1980-х годов выехать за рубеж в командировку или туристическую поездку стало легче, и некоторые советские граждане могли привезти из-за границы бытовой видеомагнитофон. Вместе с видеомагнитофоном, как правило, на кассетах привозились и видеозаписи для домашнего просмотра. Значение этих зарубежных видеофильмов не вполне осмыслено, но оно велико. Безусловно, видео не убило сложившуюся за три десятилетия систему телевещания, но это был первый звоночек, извещающий о скором закате эры государственного телевидения. Дело не столько в технической возможности устроить домашний кинозал, сколько в появлении *потока* западных видеофильмов, которые несли в себе невиданные прежде ценности западного образа жизни.

Советские люди впервые увидели на своем домашнем телеэкране Другую Жизнь и ощутили ее притягательность. Поначалу ходили в гости домой к тем счастливчикам, которые обладали видеомагнитофоном и видеокассетами с фильмами. Потом фарцовщики, накупившие таких кассет и насмотревшиеся сами, сообразили, что на кинопоказе можно делать бóльшие деньги, чем на спекуляциях с виниловыми пластинками или джинсами. По всей стране с 1987 года (начало перестройки и либерализации экономики) стали появляться сначала полуподпольные, а потом и официально зарегистрированные как кооперативы видеотеки и видеосалоны. По сути дела, видео стало альтернативой государственному кинопоказу по телевидению.

Вместе с этим по всей стране стали появляться и примитивные негосударственные станции — их создатели просто подсоединяли видеомагнитофоны к коллективным антеннам, установленным практически на каждом жилом доме еще в советскую эпоху. Первые такие телестанции, как правило, создавались под эгидой МЖК — молодежных жилых комплексов (жилищные кооперативы, построенные молодыми специалистами для себя и своих семей, — наиболее близкая к частной форма собственности на жилье в советских городах). Сначала они показывали только западные видеофильмы, появившиеся благодаря большей свободе передвижения в период горбачевской гласности. Потом они стали размещать объявления по принципу телетекста и некоторое подобие местных новостей.

На рубеже 1980—1990-х в СССР возникло множество одноканальных кабельных станций. Они показывали главным образом ворованные программы для ограниченного круга абонентов, проживающих в многоподъездных домах. Слóв «ворованные» или «пиратские» применительно к телепродукции в то время не звучало, потому что никому в голову не приходило, что на демонстрацию этих фильмов у западных производителей есть права собственности, за уступку на которые надо платить деньги. Благодаря относительной дешевизне контрафактной видеопродукции, доступности кабельных коммуникаций, а также благодаря условиям проживания советских людей в «спальных районах», застроенных сплошь многоподъездными панельными домами, кабельные телестанции появились во всех городах так же, как ранее повсеместно были оборудованы видеотеки.

Эти новые вещатели появились еще и благодаря развалу системы государственного контроля над телевидением и в условиях отсутствия какой-либо новой системы регулирования его деятельности. В начале 1990-х годов был период, когда Гостелерадио уже ликвидировали, а никаких заменяющих его органов не появилось. Действовал принцип «что не запрещено законом, то разрешено». Поэтому предприимчивые молодые люди покупали видеомагнитофоны и кабельное оборудование, а потом уже искали официальную поддержку («крышу») в лице секретаря горкома ВЛКСМ или какого-то другого чиновника.

«Даже в 1988 году, когда вовсю шла перестройка, любое средство массовой информации все еще было чьим-то органом — КПСС, ВЛКСМ, профсоюзов... — Помню, как мы приехали в обком комсомола, — продолжает глава компании, — и его тогдашний председатель Владимир Матиенко, нынешний вице-губернатор, подписал бумагу о моем назначении главным редактором студии. Тем самым мы подвели хоть какую-то правовую базу под то, что будем работать не сами по себе, а «в тесном сотрудничестве» с обкомом комсомола. Бумага эта тогда нам очень помогла... После того как мы запустились, 5 ноября 1989 года, сразу же к нам поехали из Читы, Улан-Удэ, Якутска, Хабаровска перенимать опыт. А потом на Центральном телевидении в программе «120 минут» прошел сюжет о нас, и звонки стали сыпаться со всей страны»[29].

Возвращаясь к обзору революционных изменений, происходивших на рубеже 1980—1990-х годов на ЦТ, заметим, что альтернативное телевидение возникло рядом с останкинским уже весной того же пере-

29 Романов С. НТА — пятнадцать лет без цензуры / Пятница. 2004. 29 декабря. С. 4.

ломного 1991 года. Это было телевидение России, вещавшее поначалу из наспех приспособленных помещений на улице Ямского поля. Туда перешли наиболее мобильные и демократически настроенные журналисты Центрального телевидения, в частности те, кто был отстранен от эфира за попытку сказать правду о событиях в Вильнюсе. Противостояние двух государственных телеканалов продолжалось до конца 1991 года, до распада СССР.

«Значение телевидения проявилось в ходе трансляции съезда народных депутатов. По сути дела, первый съезд стал огромной мыльной оперой, которая завораживала всю страну настолько, что улицы пустели... В телевещании была обнаружена сила, о существовании которой никто не подозревал или, быть может, в которую никто не верил... На телеэкране происходило уникальное развенчивание политической власти. Важные исторические события и люди, партия, система, даже столь тщательно взлелеянные убеждения — ничего из этого не устояло перед взглядом общественности, все было разрушено или уничтожено. Люди узнавали механизмы власти, которые так строго держались в секрете. Наверное, ранее изменения такого масштаба невозможны были бы без физического насилия, но теперь телевидение стало судом нации»[30].

Еще одним актом судилища над властью стала пресс-конференция, которую 19 августа собрали члены самопровозглашенного органа ГКЧП (Государственного комитета по чрезвычайному положению в СССР). Журналисты (а среди приглашенных журналистов были почему-то и сотрудники закрытых ГКЧП изданий) обвинили представителей комитета в государственном перевороте. У вице-президента СССР Геннадия Янаева постоянно дрожали руки, выдавая крайнюю нервозность путчистов и неуверенность в себе.

Пресс-конференция транслировалась в прямом эфире (потом повторялась запись, из которой были вырезаны самые нелепые проколы гэкачепистов), и произведенное на зрителей впечатление во многом определило отношение общества к комитету. Даже те, кто в принципе поддерживал идею усиления власти и наведения порядка, были вынуждены признать, что лидеры ГКЧП не являются той силой, которая способна его навести. Эта пресс-конференция и стала трагикомичным телевизионным финалом советской эпохи.

[30] Paasilinna R. Glasnost and soviet television, a study of the Soviet mass media and its role in society from 1985-1991. YLE/TKMA Painotuotepalvelu, Ekholmin Kirjapaino (Finnish Broadcasting Company). Research report 5/1995. P. 148—150.

После путча начался «парад суверенитетов» бывших советских республик, и вместо общей телевизионной системы, создававшейся десятилетиями, за какие-то полгода появилось 15 государственных телерадиокомплексов. Единое информационное пространство создавалось долго и трудно, а разрушилось едва ли не в один момент. У разрушения всесоюзной системы ТВ были не только политические, но и экономические предпосылки. Коммерциализация последних пяти лет советской власти уже подточила основы взаимодействия республиканских госкомитетов ТВ.

В специальной литературе можно встретить утверждения, что коммерческое телевидение в России появилось в начале 1990-х годов как альтернатива государственному телевещанию. Это не так. Коммерческое телевидение в России родилось в недрах государственного ТВ, и больше ему на рубеже 1980—1990-х годов неоткуда было взяться. 27 сентября 1990 года председателем Гостелерадио СССР М.Ф. Ненашевым был издан приказ N° 596 — о создании на базе незаполненного эфирного времени III программы ЦТ (с 6:00 до 18:00) самостоятельного хозрасчетного вещательного предприятия с правами юридического лица. Так появилось первое в нашей стране коммерческое телевидение — телеканал «2×2»[31], который не финансировался из госбюджета, а существовал исключительно за счет рекламы.

«2х2», по образному выражению М. Ненашева, — «небольшое подсобное хозяйство, позволяющее за счет рекламных поступлений пополнять бюджет телекомпании». Своеобразие ситуации в том, что в рамках второго общенационального канала функционировало большинство местных телестудий России, которые на рекламе тогда зарабатывать еще не могли, а внутри местной московской программы появилась некая центральная коммерческая вещательная структура, отдававшая 25% своего эфира рекламе.

На государственном телевидении начинает складываться такая же ситуация, как в торговле: крупный универсам большую часть торговых площадей сдает частникам и живет за счет арендной платы, а его работники становятся своеобразными рантье, скучая у своих неказистых прилавков, ибо самим торговать им уже нет никакой нужды, да и нечем. Сдача оборудования в аренду приносит большую прибыль

[31] Существующий сегодня в сетях платного кабельного телевидения анимационный канал для взрослых «2х2» является аналогом американского канала Adult Swim и не имеет никакого отношения к открытому М.Ф. Ненашевым в 1990 году вещательному предприятию с таким же названием.

при меньших затратах, нежели производство собственных программ для эфира.

Разве не та же схема действий была, скажем, у молодежной редакции «Останкино», реорганизовавшейся в студию «Эксперимент», которая фактически не существовала, но входила в состав учредителей таких телефирм, как ВИД, АМИК и других? В том же ряду студия «Публицист», самостоятельно не производившая ни одной телепрограммы, но дававшая статус таким популярным передачам, как «Час-пик», «До и после», «Взгляд с...».

Именно из таких полугосударственных-получастных структур уже в 1991 году и возникают коммерческие телекомпании. Одной из первых таких телекомпаний стала РЕН-ТВ, учрежденная бывшей сотрудницей «Останкино» Ireной Лесневской. Они с сыном арендовали у Гостелерадио съемочное оборудование. Перед камерой в комнате, которую собственноручно украшала новоиспеченная телекоманда, посадили достаточно симпатичного астролога, который и зачитал звездный прогноз на месяц. Тридцать ежедневных программ было записано за один раз. После монтажа телекомпания пометила программу своим copyright'ом (авторскими правами) и с этой видеопленкой стала обходить каналы. РТР, заинтересовавшись передачей, подписало с Лесневскими контракт на год. Введение в 1992 году практики лицензирования вещания позволило узаконить негосударственное ТВ, существовавшее до этого без правовой основы, в «тени» государственных студий, в симбиозе с ними, в форме дочерних предприятий[32]. За последующие 15 лет коммерческие телекомпании стали направляющим вектором развития российского телевидения как ведущей отрасли медиа-индустрии.

Для истории телевидения важно, кто создал впервые и кто первым зарегистрировал негосударственную телекомпанию в регионах. Однако наши попытки найти документальное свидетельство такого приоритета не увенчались успехом. Сложилось представление, что «первых» было много и с годами становится еще больше. Уже упоминалось в нашем очерке НТА — Независимое Телевидение Ангары. В эфире с 5 ноября 1989 года. Годом позже вышла в эфир иркутская телекомпания «АИСТ», которая на своем сайте называет себя первой негосударственной телекомпанией Восточной Сибири.

---

[32] Подробнее о коммерциализации государственных вещателей начала 1990-х годов можно прочитать в историческом очерке В. Цвика и А. Качкаевой «Реформы в обществе и на телевидении». Режим доступа к электронной версии http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=4625 свободный.

У алтайцев свои первопроходцы: «ТВ «Сибирь» — первая независимая телекомпания СССР. Существовала с 1989 по 1993 год в городе Барнауле — столице Алтайского края... Телекомпания НТВ использовала учредительные документы ТВ «Сибирь» при регистрации»[33]. Первый выход в эфир «СургутИнформТВ» состоялся летом 1990 года... «Тивиком» — первая из частных телекомпаний Республики Бурятия, получившая государственную лицензию на вещание и работающая в Улан-Удэ с 1990 года. С 1990 года в рамках третьей программы работает независимый новосибирский вещатель «Канал-С». Томская телекомпания ТВ-2 основана в ноябре 1990 года, впервые вышла в эфир 15 мая 1991 года. В феврале 1991 года Игорь Мишин создает в Екатеринбурге «4 канал».

Ясно, что в 1990 году у многих журналистов и предпринимателей зрела идея независимого негосударственного телевидения. Некоторые реализовали этот проект в 1990, другие в 1991 или 1992 годах. Этот период по многим причинам был наиболее благоприятен для создания медийного бизнеса. Государственное телевидение было предельно ослаблено и распадалось по отдельным производственным единицам. Профессиональные кадры государственных телерадиокомпаний искали более творческую и оплачиваемую работу. Государственной власти было не до телевидения. По умолчанию действовала разрешительная система на вещание. В общественном сознании не было понятия «пиратского фильма». На рынке не было никакой конкуренции, потому что и рынка как такового еще не было.

Вспоминает тюменский первопроходец Олег Урушев: «Тюменский обком КПСС и областной комитет по телерадиовещанию не хотели поддерживать проект, мол, собственное телевидение Сургута не реальнее, чем полет на Марс. Но — 13 июля 1990 года «Сургутские видеоновости» вышли в эфир: умельцы ОРТПЦ из Белого Яра подключили бартерный магнитофон VHS к самодельному передатчику, и — пошло-поехало. Ни лицензий, ни специальных разрешений не получали, ведь в ту пору было разрешено все, что не запрещено законом...»[34].

Начиная с 1991 года, журналисты и преподаватели (тренеры) стран Западной Европы и Соединенных Штатов Америки получили возможность приезжать в Россию и проводить разные курсы, семинары, летние школы, знакомя российских журналистов и студентов со своими моделями журналистики. Европейские и американские благотвори-

[33] Павел Черепанов: «Сегодня как раз время для сверхприбылей» / Свободный курс. 2009. 4 марта.

[34] Житомирский М. Сургут — Югорск / 625. 2002. №5. С. 28

тельные фонды стали оказывать консультационную, техническую и финансовую помощь независимым СМИ России. Все они пытались адаптировать постсоветскую медиа-систему к требованиям западной демократии.

С 1991 года в РФ работала некоммерческая организация «Интерньюс Россия». Она осуществляла различные гуманитарные проекты в области электронных СМИ — образовательные программы, информационно-консультативное содействие, производство и распространение ТВ-программ, разработку и внедрение передовых телевизионных технологий. За 15 лет активной деятельности[35] через систему обучающих семинаров «Интерньюс» прошло около 15 тысяч журналистов негосударственных телекомпаний. Поскольку школа «Интерньюс» существовала, прежде всего, на американские гранты, то получалось, что фонд Форда и Агентство по международному развитию США были больше заинтересованы в профессиональной подготовке сотрудников новых коммерческих телекомпаний, чем наши российские фонды, агентства и торгово-промышленные палаты.

Это ключевой момент для определения направления дальнейшего развития отечественного телевидения. Количество людей, работающих в медийной отрасли, с 1991 по 1995 год увеличилось в сотни раз, как и число СМИ. Все они пришли в индустрию едва ли не с улицы, движимые энтузиазмом и желанием строить новые медиа-каналы, но без профессионального образования и без практических навыков. Для этих людей необходимо было организовать непрерывное дополнительное обучение, систему стажировок и практических школ. Но факультеты журналистики классических университетов в этот период еле-еле сами выживали и были не готовы заниматься организацией переподготовки и повышения квалификации. Можно сказать, что тележурналисты из негосударственных телекомпаний были поручены И. Фэнгу, Д. Моулду[36] и другим американским авторам, книги которых активно переводились и тиражировались той же школой «Интерньюс», за что им, конечно, спасибо.

Между тем в профессиональном журналистском сообществе появились невиданные прежде проблемы. В начале 1990-х годов журналисты

---

[35] Неправительственная организация фонд «Образованные Медиа» (правопреемник АНО «Интерньюс Россия») вынуждена приостановить свою деятельность с 1 мая 2007 года.

[36] Имеются в виду такие труды, как Реферат книги И. Фэнга «Теленовости, радионовости» (Сент-Пол, 1985); пособие Д. Моулда «Как улучшить телевыпуски новостей в странах СНГ».

региональных телекомпаний получали зарплату на уровне прожиточного минимума. «Работники телевидения получали в 1,5 раза меньше, чем журналисты ежедневных газет и информационных служб»[37]. Кроме того, журналисты ТВ, в отличие от коллег из газет и журналов, не могли работать сразу на несколько редакций. Вероятно, это был самый тяжелый период в жизни телевизионных журналистов. Даже в телекомпании ОРТ не выплачивали зарплату вовремя. Что уж говорить о местных телекомпаниях? Это одна из причин презираемой «продажности журналистов» в России.

К середине 1990-х годов произошло расслоение доходов столичных и региональных тележурналистов в 10—50 раз. По данным Российского союза журналистов, в 1997 году журналисты региональных медиа в среднем получали только треть от средней месячной зарплаты по стране. Так, 40% журналистов зарабатывали 50—100 долларов в месяц, 60% журналистов получали 100—120 долларов, тогда как Виталий Третьяков, редактор «Независимой газеты», предлагал своим коллегам редакторам зафиксировать согласованный максимум журналистской зарплаты в Москве в размере 1200—1500 долларов в месяц, чтобы прекратить практику сманивания журналистов друг у друга[38].

Изменилась структура оплаты журналистского труда. С середины 1990-х годов журналист стал больше получать в виде гонорара, чем в виде фиксированного оклада, который зачастую был ниже уровня прожиточного минимума. Увеличилась зависимость журналиста от выработки сюжетов. Выросла конкуренция за монтажное и эфирное время. Если в прежние годы журналисты в общем с любопытством и интересом относились к студентам-практикантам, приходящим каждое лето из университетов на производственную практику, то к концу 1990-х годов отношение к практикантам стало подозрительно-конкурентным, раздражительным и порой нетерпимым.

Увеличилась и зависимость журналиста от медиа-менеджера, который мог из своего редакторского фонда делать отдельным журналистам доплаты или не делать этого. Исключительно важно, что журналисты не были допущены к медиа-собственности. В электронных медиа журналисты никогда не имели акций, тогда как в прессе (например, в томской газете «Красное знамя») на начальном этапе приватизации они владели акциями, однако к 1999 году их лишили доли собственности в результате

[37] Колесник С., Свитич Л., Ширяева А. Российский и американский журналист // Вестник Московского университета. Серия 10, «Журналистика». 1995. № 2. С. 20—27.

[38] Фонд защиты гласности. Свобода слова, свобода прессы и права человека в 1997. http://www.gdf.ru/digest/item/1/266

реприватизации. Сотрудники местных редакций имели смутное представление, кто их собственники, и в общем даже не были заинтересованы знать это.

Когда в медиа-сфере происходило накопление начального капитала, приватизация и передел собственности, государственные телекомпании в столице и в регионах жили по-разному. Некоторое представление о разнице в уровнях потребления дает аудиторское заключение. «Размер убытков головного предприятия ВГТРК (без филиалов) в 1998 году составил 586,6 млн рублей, в 1999 году он возрос на 335,6 млн рублей (57,2%) и превысил 922 млн рублей. За первое полугодие 2000 года убыточность головного предприятия (без филиалов) составила 585,4 млн рублей, или практически годовой объем убытков за весь 1998 год. Таким образом, за счет прибыльной работы филиалов убыточность юридического лица — головного предприятия ВГТРК (с филиалами) снизилась за шесть месяцев 2000 года до 326,2 млн рублей против 1006,3 млн рублей в 1999 году»[39].

Необъяснимо, как телекомпания, получающая финансирование из государственного бюджета и одновременно продающая эфирное время рекламодателям по самым высоким коммерческим расценкам (самым высоким после Первого канала, опережающего «Россию» по рейтингам), может работать с убытками. Еще более трудно объяснить, как ВГТРК, сокращающая свои убытки за счет филиалов, низводит филиалы до уровня корпунктов. Имеется в виду Постановление Правительства Российской Федерации от 27 июля 1998 г. N° 844, по которому государственные телевизионные и радиовещательные компании (ГТРК) были преобразованы в дочерние Компании федеральные государственные унитарные предприятия. Эти преобразования были связаны и с сокращением штатов, и с сокращением эфирного времени вещательных ГУПов.

При чтении приложений к названному постановлению возникают и другие вопросы. Почему, к примеру, в Кудымкаре — районном центре Пермского края — есть ГТРК «Коми-Пермяцкая», хотя численность населения в этом городке достигает всего 31 тысячи человек. А в крупном промышленном центре Сибири Новокузнецке с численностью населения 563 тысячи человек никакой государственной телерадиокомпании

[39] Из постановления Коллегии Счетной палаты Российской Федерации от 29 декабря 2000 года N° 44 (236) «О результатах проверки финансово-хозяйственной деятельности федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания».

нет? Нет государственной телекомпании и в Тольятти с населением 703 тысячи жителей. А в Туре (стойбище эвенков в Красноярском крае) с населением 5 тысяч человек есть ГТРК «Хэглэн».

В целом надо признать, что период перестройки конца 1980-х и коммерциализации 1990-х годов для государственных телекомпаний был временем поражений и потерь. Это видно на примере государственной Томской телерадиокомпании. В самом начале 1990-х годов ГТРК «Томск» пережила кратковременный период ренессанса. Расцвет был связан с работой молодых журналистов Марка Минина, Владимира Безменова, Андрея Острова и их творческого объединения «11 канал». Они успешно конкурировали с негосударственными телекомпаниями ТВ-2, «Студия Т», «Эфир». В расписании передач государственной телекомпании тогда было более 20 собственных программ. Но к концу 1990-х годов вся амбициозная творческая молодежь ушла из «конторы», как они сами тогда называли ГТРК. Утрачена преемственность поколений и «школа журналистского мастерства»[40].

Как могло бы развиваться государственное телевещание, если бы не случилась горбачевская перестройка и последовавший за распадом СССР развал единого информационного пространства? Еще в первой половине 1980-х годов появились идеи хозрасчетного телевидения. Для телекомпаний это означало, что в перспективе их программы должны были себя окупать (в том числе и за счет оказания услуг населению, предприятиям и организациям публикациями рекламного характера). Над созданием моделей местного телевидения работала лаборатория комплексных исследований проблем телевидения и радиовещания ВНиИТР совместно с учеными факультета журналистики МГУ[41].

Идея реформирования системы местных телекоммуникаций, предполагавшая увеличение количества вещательных центров в регионах и выделение собственных каналов для вещания местных студий, могла быть реализована практически на рубеже 1980—1990-х годов. В этом случае наше отечественное телевидение, вероятно, было бы похоже на

[40] Об этом пишет и Т.В. Суровая в статье «Специфика продюсирования регионального информационного вещания» (Вестник электронных и печатных СМИ. Вып. 7): «Характерная ситуация: ГТРК «Иртыш» еще в начале 1990-х считалась элитарной. Ядро коллектива составляли высококлассные журналисты, не раз отмеченные наградами как на региональном, так и на федеральном уровне. Стать штатным сотрудником редакции мог далеко не каждый. Период революционных перемен на ТВ сломал этот коллектив, распалась связь поколений журналистов».

[41] В 1990 году появилось исследование в русле данного направления «Местная студия: поиски оптимальной модели на один час вещания» (М., 1990).

современное китайское телевидение. У них есть Центральное телевидение (не пекинское, а именно Центральное), но каждая из 33 китайских провинций имеет свой канал, который могут принимать и в других регионах — сигнал передается через спутник. Увы, история не знает сослагательного наклонения!

В практике российского телевидения в 1990-е годы возобладала коммерческая составляющая. Государственные по организационно-правовому статусу компании действовали на рекламном рынке точно так же, как и частные, и потому ничем от коммерческих структур не отличались. Общественного телевещания в России не появилось, и потребность в нем не была осмыслена. Бурный рост электронных СМИ в 1990-е годы был обеспечен промышленно-финансовыми группами и прежде всего корпорациями, экспортирующими сырьевые ресурсы, и банками.

С самого зарождения рыночной экономики в России на национальной политической и финансовой арене доминировали финансовые компании и экспортеры сырья: нефти, газа, металлов. Строительство их финансовых империй было обеспечено возможностью использовать бюджетные источники и налоговые (таможенные) льготы. Такие компании инвестировали средства во влиятельные медиа для поддержки своих политических кандидатов, а также использовали их как инструмент в борьбе с конкурентами и противниками. Именно информационные войны 1997—1998 годов между финансово-промышленными группами Б. Березовского и В. Гусинского дискредитировали в общественном сознании идею свободной рыночной прессы.

Взойдя, как на дрожжах, на рекламных деньгах финансовых пирамид типа «МММ», коммерческие телеканалы стали расширять свою аудиторию за счет регионов. Московский капитал, в основном банковский, используя метод компромиссов с местной властью и соблюдая определенные правила игры, активно продвигался на региональных медийных рынках. Журналисты из новых изданий, инвестируемых западным и московским капиталом, подтвердили, что местная власть находится вне зоны их критики. Экспансия москвичей пошла и в телеэфире.

Заместитель редактора «Санкт-Петербургских ведомостей» Александр Юрков свидетельствовал: «Сегодня вся пресса поставлена на колени экономически, главные СМИ раскуплены, приватизированы либо формально, либо через пакеты акций... Я член комиссии по выдаче лицензий на все СМИ. На комиссии мы отмечаем, что сегодня телевизионный эфир все больше захватывается московскими каналами,

местные предприниматели не в состоянии поднять вещание в течение 10—12 часов, поэтому они цепляются к московскому каналу, добавляя свои два часа вещания. Наш пятый канал в критическом положении»[42].

Четвертый период в развитии отечественного телевидения начался в 1987 году с политического кризиса КПСС, а завершился в 1998 году кризисом финансовым и девальвацией рубля. Все это переломное десятилетие было кризисным. Экономическое значение периода заключается в том, что отечественное телевидение опробовало новый для себя способ существования — ТВ как бизнес. Технический контекст развития также включает напряженные поиски оптимума и выбор между конкурирующими форматами видеозаписи-воспроизведения (S-VHS, BetaMAX, Betacam SP, Hi8, DVcam). Политический смысл периода состоял в децентрализации советского телевидения и в создании на месте разрушенного ЦТ многоукладной системы московских и региональных, государственных и частных телекомпаний. Телевидение в этот период стало более открытой профессией и существенно снизило планку профессионализма.

Пятый период в развитии телевидения мы можем обозначить лишь пунктиром, поскольку необходимая временна́я дистанция отсутствует — мы живем внутри этого времени.

Финансовый кризис оказал и некоторое санационное воздействие на рекламный рынок России. Впервые рекламодатели общенационального масштаба обратили внимание на рекламные возможности регионов и стали передавать часть своих рекламных бюджетов местных вещателям, минуя Premier SV, Video International и других московских посредников. Впервые в истории коммерческого ТВ соотношение рекламных оборотов 80/20 (Москва/Регионы) стало менее диспропорциональным[43].

В целом период с 1999 по 2008 год можно признать финансово благополучным для многих местных телекомпаний. В эти годы число рекламодателей увеличивалось вместе с неуклонным ростом рекламных бюджетов. Это позволило региональным телекомпаниям год от года увеличивать заработную плату в коллективах, модернизировать телевизионное обору-

[42] Светлана Пасти. Российский журналист в контексте перемен. Университет Тампере, 2004. Доступ к электронной версии диссертации http://www.uta.fi/~sj60221/pastinkirja.pdf свободный.

[43] Региональное ТВ в США еще полвека назад нашло оптимальное соотношение рекламных оборотов: 50% — общенациональные рекламодатели, 50% — местные супермаркеты.

дование, строить или покупать для телекомпании офисные и студийные помещения.

Реакцией на некоторое перераспределение рекламных оборотов стала экспансия телевизионных сетей в регионах. В конце 1990-х годов появилось несколько телесетей (ТВ-6, СТС, ТНТ, РЕН ТВ и др.), которые стали соревноваться между собой в охвате территории страны. Проникновение в регион сетям обеспечивал сетевой договор с одной из местных станций или покупка крупного пакета акций местного вещателя. После заключения такого соглашения местное программирование сворачивалось, а доля столичного контента в эфире вырастала до 95—100%.

У местных вещателей в 2000-е годы стало меньше эфирного пространства. К общим тенденциям трансформации регионального телевидения в последнее десятилетие следует отнести те или иные формы партнерства с крупными производителями недостающего для вещания контента (сети, синдикаты, филиалы федеральных каналов), связанное с этим сокращение производства местных телепрограмм (особенно неинформационных программ). Оптимизация программной политики и оскудение местного эфира негативно отразились на преемственности поколений и школе телевизионного мастерства в регионах.

Политический контекст последнего десятилетия создан уходом первого президента РФ Б. Ельцина и двумя президентскими сроками его преемника В. Путина. В этот период федеральные телеканалы были взяты под жесткий политический контроль. Возвращение государству контролирующих функций в федеральном телеэфире происходило в период с 1999 по 2001 годы разными способами. «Серый кардинал» ОРТ Б. Березовский был изгнан из телекомпании, а вскоре и из страны. Создатель НТВ В. Гусинский также покинул Россию, а его медиа-империя была реприватизирована государственной газпромовской структурой. Детище бизнес-клана Лесневских РЕН ТВ было продано одной из финансово-промышленных групп, лояльных правительству. И так далее.

К окончанию первого срока президентства В. Путина в федеральном эфире не осталось ни одной телекомпании, которая посмела бы критиковать деятельность или бездеятельность правительства. Ужесточение внутренней цензуры привело к уходу ряда талантливых телевизионных журналистов в печатные (более свободные от политического давления) СМИ или в интернет-издания. Так поступили Е. Киселев, Л. Парфёнов, С. Сорокина, А. Черкизов, В. Шендерович и некоторые другие.

Наряду с ослаблением политической влиятельности частных телекомпаний правительство старалось укрепить ВГТРК, которая стала за-

ниматься пропагандистским иновещанием (Russia Today — с 2005 года) и в этот период стала отчетливо напоминать прежнее советское ЦТ. По мере укрепления вертикали власти и телевизионной централизации губернаторы на местах создавали свои телевизионные компании, которые стали называть губернскими.

В Сибири первым создал губернскую телекомпанию глава администрации Омской области Леонид Полежаев (ОРТРК «12 канал»). Вскоре его примеру последовал глава Кемеровской области Аман Тулеев («СТС-Кузбасс»). Губернские компании появилась в Новосибирской области (ОТС) и в Красноярском крае («Енисей-регион»). Официально создание губернской телекомпании оправдывается необходимостью охватить всю территорию края (области); дойти до самых маленьких деревень, где прежде была возможность принимать только первые две программы из Москвы, а сигнал местного ГТРК не доходил до селян. Однако помимо трогательной бюджетной заботы о разнообразии телевизионного меню жителей сельской глубинки при создании областных (губернских) телесетей присутствовал и куда более прозаический момент, а именно: роль широкоохватной телекомпании в предвыборной агитации сельских масс.

Каждые четыре года у нас проводятся выборы президента, депутатов Госдумы, выборы губернатора (проводились до 2007 года), выборы депутатов местного парламента. В зависимости от результатов тех или иных выборов Кремль решает, насколько губернатор контролирует политическую ситуацию на данной территории. Если выборы начинают носить непрогнозируемый характер, то губернатора могут и отстранить от руководства областью. Поэтому каждый глава администрации стремится подстраховать свое политическое будущее телевизионным инструментом электорального влияния. Таким инструментом и стали губернские (по сути губернаторские) телекомпании.

Технический контекст переживаемого периода развития ТВ определяется двумя процессами: дигитализация и цифровая конвергенция. Цифра окончательно вытеснила аналоговые процессы в монтаже телевизионных программ. Цифровое телевизионное оборудование от федеральных телеканалов до местных студий укоренилось повсеместно. В отдельных регионах уже происходит переход на цифровое телевещание (Екатеринбург, Омск, Ханты-Мансийск) с распространением цифровых декодеров среди населения. Цифровизация, которая, по планам правительства РФ, должна пройти до 2015 года по всей стране, начиная с Дальнего Востока и Сибири, приведет к увеличению количества при-

нимаемых одним домохозяйством телеканалов и к повышению спроса вещателей на разнообразный контент.

Второй процесс, названный цифровой конвергенцией, связан с интернет-пространством, в которое неуклонно перемещаются электронные версии газет и журналов, отдельные программы радиостанций и телекомпаний. Ни одна местная телекомпания уже не может позволить себе не иметь интернет-сайта. Это и средство рекламного продвижения коммерческих услуг телекомпании, и способ расширить аудиторию за счет молодых людей, и форма обратной связи с аудиторией передач.

В условиях политического прессинга властей интернет-сайты телекомпаний становятся еще и дискуссионными площадками, своеобразными заповедниками свободного слова. Имея интернет-сайт, телекомпания может выступать на двух фронтах и маневрировать своим ресурсом влиятельности. Взаимодополнение телевещания и интернет-форумов создает кумулятивный эффект, который способен если не пробить оторвавшуюся от почвы вертикаль власти, то установить горизонтальные связи по типу социальных сетей и продемонстрировать, что народ не безмолвен, что он против политического шутовства.

Рассматривая внутреннюю логику изменений в профессиональной сфере, заметим, что журналистика как профессия репортера, комментатора и обозревателя уходит из телевизионного пространства, уступая место в эфире разнообразным шоу-развлечениям. Если в предыдущий период развития ТВ главными фигурами были журналисты — ведущие программ (Т. Миткова, Л. Парфёнов, В. Познер, С. Сорокина), то теперь на авансцене шоумены А. Малахов, К. Собчак, Д. Нагиев, М. Галкин. Считается, что шоумены создают рейтинг программам, а рейтинговая доля аудитории окончательно и бесповоротно стала мерилом ценности того или иного зрелища в глазах руководителей телеканала.

Итак, за последние полвека модель отечественного телевидения менялась пять раз вместе со сменой политической концепции руководства страны. В 1950-е годы наше телевидение возникало как местное (децентрализованное) и, главным образом, познавательное, художественное. Со второй половины 1960-х годов возникает Центральное телевидение, в которое местные студии встраиваются по принципу взаимодополнительности. Идеологически выверенные информационные и аналитические программы ЦТ местные студии дополняют своими новостями и хроникальными тележурналами.

В конце 1980-х годов принимается третья концепция ТВ как инструмента демократизации, перестройки и гласности. Это была самая ко-

роткая по времени концептуальная парадигма, потому что ЦТ вместе со страной развалились в одночасье. У правящей элиты тогда, видимо, и появилось понимание истинного значения ТВ в управлении массами. Четвертая концепция отечественного ТВ связана со свободным рынком вещателей. Знаменитую формулу суверенитета Б. Ельцина[44] можно применить и к телевизионным вещателям «Берите эфира столько, сколько сможете заполнить контентом».

В 1990-е годы появилось частно-государственное партнерство в телевещании (ОРТ) и взаимодополнительность государственных (официальная точка зрения в новостях) и частных (критика властных решений) телекомпаний. В этот же период начал бурно развиваться род развлекательного телевидения как наиболее рейтингового и коммерчески успешного. Тогда же стали организационно оформляться телевизионные сети, рассчитанные на захват больших территорий и аудиторий. Погоня за рейтингами, безудержная коммерциализация телевизионного пространства и понижающая селекция программ в угоду невзыскательной публике привели к падению авторитета российского телевидения, к потере лояльности думающей части телезрителей и к уходу значительной доли аудитории в интернет-пространство.

В последнее десятилетие наблюдаются попытки реставрации былой мощи советского Гостелерадио, возвращение пропагандистских традиций на новом технологическом уровне. Эти усилия оправдываются усталостью российских телезрителей от рекламно-коммерческого и развлекательно-устрашающего ТВ, а также желанием 62% телезрителей вернуть телевидению благопристойность посредством предварительной цензуры[45].

К сожалению, руководство страны считает, что у нас одно из лучших ТВ в мире и ему, соответственно, не надо кардинально меняться[46]. Возможно, по этой причине президент и правительство не формулируют направлений развития отечественного телевидения (кроме технических параметров цифровизации телеэфира с 2011 до 2015 года).

---

[44] В 1990 году Борис Ельцин при первом визите в Татарстан в качестве Президента России изрек знаменитую фразу: «Берите суверенитета столько, сколько сможете взять».

[45] В ходе проведенного в 2004 г. ВЦИОМ социологического исследования на тему «Нужна ли телевидению государственная цензура?» 62% россиян с большей или меньшей категоричностью высказались «за». Режим доступа: http://www.lenta.ru/most/2004/05/03/censorship/ свободный.

[46] Президент Дмитрий Медведев считает, что отечественное телевидение является «одним из лучших в мире». Такое заявление он сделал, отвечая на вопросы журналистов в Москве в апреле 2008 года. Режим доступа: http://top.rbc.ru/politics/29/04/2008/162014.shtml свободный.

Какими мы хотим видеть наши федеральные и местные телеканалы? — Информационными, развлекательными, познавательными, всеформатными? Каково должно быть соотношение в эфире между собственными и заёмными (приобретенными) программами, между зарубежными и отечественными, между федеральными и местными? Если за рубежом во многих странах законодательство регулирует эти пропорции, моделируя таким образом национальное телевидение, почему в нашей стране до сих пор нет Закона о телевидении и отсутствует внятная политика по формированию моделей телевещания? Эти вопросы относятся к новейшей истории отечественного телевидения так же, как и к его ближайшему будущему. Их надо решать.

Ю. Ершов

ГЛАВА 2. Эмпирические и теоретические исследования телевидения в Сибири

Становление и историческое развитие региональных исследований телевидения

Четко вырисовывается круг проблем, интересовавших первых исследователей местного телевидения: республиканское (краевое, областное) телевидение в системе СМИ; типологический подход к функционированию региональных телестудий; пути оптимизации (интенсификации) деятельности местных студий телевидения, реализация их творческого потенциала; анализ динамики и перспектив развития местного ТВ с учетом изменений социально-экономической и политической обстановки.

Большое внимание детерминантам, влияющим на формирование программ местного телевидения, уделяет В. Цвик[47]. Он указывает на две группы факторов — общие (осуществление функций вещания, направленных на проведение государственной идеологии и политики, необходимость координации местных передач с программами ЦТ и т.д.) и специфические (своеобразие местной аудитории — ее социаль-

[47] Цвик В. Л. Парадоксы развития местного вещания // Телевидение-89: вчера, сегодня, завтра : сб. / сост. В.Я. Дугин. М., 1989. 239 с.

но-демографический, национальный, религиозный состав; географические, исторические, социокультурные особенности региона и др.). Именно последние, по мнению ученого, создают неповторимое лицо местной студии.

Вопрос о взаимодействии и взаимовлиянии центрального и местного телевидения был поднят исследователем В. Горячевым[48]. На основе анализа работы Мурманской студии ТВ в условиях двухпрограммного вещания автор приходит к заключению о взаимовыгодности кооперации действий ЦТ и местного телевидения и формулирует основные функции местной студии в системе центрального вещания.

В. Костоусов, Л. Лабзин, Л. Николаева[49] своими теоретическими исследованиями подготовили почву для фундаментальной разработки типологического подхода к функционированию телевидения. Каждый из названных ученых осваивал определенный аспект проблемы и давал классификацию местных студий на основе доминирующего, на его взгляд, критерия: общего объема вещания студии, среднесуточного объема собственных передач по отношению к ретрансляции из Москвы, степени насыщенности региона программами ТВ, сложившейся практики их построения.

В своих исследованиях ученые опирались на наблюдения над конкретной республиканской, краевой или областной студией телевидения (реже — нескольких студий сразу). Больше в исследовательском плане повезло телевидению республик и регионов европейской части России, потому что в этой части страны больше вузов, журналистских кафедр и, соответственно, исследовательских ресурсов.

Первыми исследованиями сибирского ТВ стали работы А. Бакакина (первого директора Томского ТВЦ), Ф. Володарского, Э. Васильевской[50]. Основное внимание названные авторы сосредоточили на организационной и технической стороне дела. В книге А. Бакакина, например, при-

[48] Горячев В. В. Актуальные проблемы телевизионного программирования: местная студия в системе центрального вещания : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1974.

[49] Костоусов В. П. Функционирование местного телевидения в СМИП : автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1984. 173 с.; Лабзин Л. Творческие особенности и перспективы развития экранной информации регионального телевидения в условиях дальнейшего совершенствования ЦТ : автореф. дис. ... канд. филол наук. М., 1975; Николаева Л. Особенности формирования оптимальной структуры общесоюзного телевидения: автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1976.

[50] Бакакин А. А. Телевидение в Томске. Томск : Кн. изд-во, 1959. 51 с.; Володарский Ф. Я. Деятельность партийных организаций Западной Сибири по развитию телевидения и повышению его роли в идеологической работе среди трудящихся (1959—1970 гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Томск, 1971. 24 с.; Васильевская Э. В. Очерки развития телевидения в Западной Сибири. Новосибирск : Наука, 1978. 76 с.

водятся воспоминания автора как участника процесса создания первого за Уралом вещательного центра: «...В первые месяцы работы студии с лекциями для телезрителей постоянно выступал инженер Л. Кубаркин. Он рассказывал, как можно устранить действия внешних помех от радиостанций и других радиоустановок, которые создают на телевизионном изображении темные полосы или колеблющуюся сетку. Получить ослабление этого вида помех возможно изменением ориентировки приемной антенны или заменой ее антенной однонаправленного действия»[51].

Ф. Володарским в диссертационной работе и Э. Васильевской в ее книге выделяются четыре периода, которые наблюдаются в процессе становления и развития телевидения Сибири:

I. Период технического экспериментирования (1930—1937 гг.), когда сибиряки внесли свой вклад в совершенствование механической системы советского телевидения.
II. Период создания любительских телецентров (1950—1957 гг.) в Омске, Томске, Барнауле, Бийске и Рубцовске.
III. Период строительства типовых телецентров (1956—1964 гг.) по намеченной XX съездом КПСС программе телефикации Советского Союза.
IV. Период строительства ретрансляторов, релейных линий и выведения станции космической связи «Орбита» (1966—1980-е гг.), то есть массового распространения телевидения в Сибири.

Одну из первых попыток собрать данные по истории становления местных студий предприняло в 1961 году Главное управление местного вещания при Гостелерадио СССР. В 1967 году журнал «Советское радио и телевидение» ввел специальную рубрику «Из летописи», под которой публиковал информацию о главных событиях светского телевидения.

Монография М. Глейзера «Радио и телевидение в СССР (1917—1963 гг.)»[52] представляет собой первый исследовательский опыт периодизации распространения телевидения в СССР (книга дополнена в 1986 году). Однако следует заметить, что в монографии указана неверная дата вступления в строй Омской студии телевидения — май 1955 года. Этот факт позже вошел во многие учебные пособия по журналистике: «В течение одного только 1955 года началась эксплуатация новых телецентров в Риге и Харькове (31 марта), Омске (4 мая), Томске (5 июня)», — отмечают В. Егоров, А. Юровский, А. Болгарев[53].

[51] Бакакин А. А. Телевидение в Томске. Томск : Кн. изд-во, 1959. С. 42.
[52] Глейзер М. Радио и телевидение в СССР (1917—1963 гг.). М., 1965. С. 124—125.
[53] Очерки по истории российского телевидения / под ред. В. В. Егорова. М., 1999; Юровский А. Я. От первых опытов — к регулярному телевещанию. 1905—1957 // Телевидение — поиски и решения: Очерки истории и теории советской

Накопленный университетскими предшественниками опыт изучения регионального ТВ обобщил московский исследователь Е. Дугин[54]. Он комплексно подошел к изучению программ местных студий телевидения, их типологии, факторов и условий формирования. Интересна и адекватна исследуемому периоду, на наш взгляд, попытка ученого дать типологию программ местного телевидения.

Преследуя свою цель — создание оптимальных моделей региональных программ, ученый использовал методологию многих общественных наук. В матрицу исходных данных им были включены показатели, представляющие информацию об административном статусе региона, составе населения, научном и культурном потенциале области, географическом расположении студии, часовом поясе, наличии собственного кинопроизводства, количестве и способе верстки программ и др.

Эмпирической основой исследования послужили программы передач 60 студий местного телевидения, микрофонные папки и архивы местных студий. Результатом проведенного изучения стали многочисленные таблицы, представляющие систему телевидения 1970-х годов.

В матрицу исходных данных автором были включены статистические показатели численности населения области или края, научного и культурного потенциала региона, наличия собственного кинопроизводства, количества программ в телевизионном эфире и т.п.

Ряд характеристик местных телестудий, который составил Е. Дугин, и в те годы, и особенно теперь кажется избыточным. Но классификация по доминирующей функции вещания успешно работает. Основываясь на представлении ТВ как трех подсистем[55], автор выделяет семь ведущих функций ТВ: информационную, пропагандистскую, познавательную, образовательную, воспитательную, художественную и развлекательную.

Особую ценность для того времени представляет классификация по приоритетной функции местных студий ТВ, которую сам автор называет классификацией «по типам студий». Она содержит пять позиций:

телевизионной журналистики. М. : Искусство, 1975. 184 с.; Телевидение и радиовещание в СССР / под ред. А. П. Болгарева. М. : Искусство, 1979. 295 с.

[54] Дугин Е. Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М., 1982. 103 с.

[55] Концепция А. Юровского о ТВ как трех подсистемах была очень популярной в 1970—1980-е годы на кафедре тележурналистики МГУ, и ее придерживался Е.Я. Дугин, выводивший функции ТВ из подсистем публицистического (информация и пропаганда), научного (познание и образование), художественного (просвещение и воспитание). Е.Я. Дугин добавляет к трем функциональным подсистемам ТВ еще и незначительную в те годы развлекательную функцию, не подозревая, что через 15 лет она станет главнейшей в телевизионном пространстве.

- **информационно-пропагандистские** *(Горьковская, Тульская, Орловская, Башкирская);*
- **художественно-воспитательные** *(Марийская, Тюменская, Хакасская, Сочинская);*
- **информационно-развлекательные** *(Калмыцкая, Тувинская);*
- **познавательно-образовательные** *(Ленинградская, Томская, Свердловская);*
- **информационно-художественные** *(Пермская, Омская, Бурятская, Волгоградская).*

Обратим внимание, что телестудии Сибири отнесены в основном к типам художественно-воспитательных и информационно-художественных студий. Данный регион всегда отличался мощной очаговой концентрацией «советской интеллигенции». На десять тысяч жителей число людей с высшим образованием здесь уже к началу 1970-х годов было больше, чем в европейской части России; на них приходилось максимальное по стране количество выписываемых газет и журналов. К тому же нельзя забывать, что своеобразный сибирский этнос (сибиряки) формировался тремя путями: личностно-инициативным, организованным (массовые переселения крестьян), репрессивным (российский запад поставлял Сибири образованную элиту политкаторжан), причем одна треть ссыльнокаторжных осталась на сибирской земле[56].

Научных публикаций о сибирском ТВ в 1970—1980-е годы сравнительно немного, в том числе потому, что, кроме Иркутска и Томска, в Сибири не было университетских исследовательских центров, а также потому, что сам объект изучения был сравнительно молод и ученым, видимо, недоставало временно́й дистанции для осмысления процесса становления телевидения. Немногочисленные научные труды тех лет дополняют материалы тележурналистов-практиков, посвященные некоторым аспектам развития регионального ТВ в сборниках «Журналистика в Сибири», «Из опыта студий телевидения» и в журнале «Советское радио и телевидение»[57].

В 1989 году выходит сборник статей «Проблемы местной печати, радиовещания и телевидения» под редакцией томских исследователей Э. Блиновой и С. Сыпченко[58], в котором предпринята попытка фикса-

[56] История Сибири / под ред. З. Я. Бояршиновой. Томск, 1987. 469 с.

[57] Журналистика в Сибири / ответ. ред. В. П. Забелин. Иркутск, 1967. Вып. 1; 1972. Вып. 2.; Из опыта студий телевидения : сб. статей. М., 1960; Советское радио и телевидение. 1958—1993. № 1—6.

[58] Проблемы местной печати, радиовещания и телевидения : сб. статей / под ред. Э. В. Блиновой, С. В. Сыпченко. Томск, 1989. 162 с.

ции и анализа состояния региональных средств массовой информации на исходе советской эпохи. Накопление опыта работы государственного телевидения в регионах, а также возникновение в начале 1990-х годов негосударственных телекомпаний привели к появлению ряда работ, посвященных осмыслению новых тенденций развития региональной тележурналистики.

Описанию стратегии управления развитием телекоммуникационного комплекса Красноярского края посвящено исследование Н. Попова[59]. Автор рассматривает технологическую сторону процесса развития рынка телекоммуникаций, уделяя большое внимание накопленному мировому опыту. Выделяя три типа рынка связи по степени и способу госрегулирования и конкуренции — госмонополии, территориально разделенные системы и системы разделения сферы услуг между компаниями, Н. Попов характеризует российскую ситуацию рассматриваемого периода (1990-е годы) как госмонополию на электросвязь, так как преобладание государства в экономике страны предполагает именно такую модель. Однако на примере анализа рынка телекоммуникационных услуг Красноярского края автор приходит к выводу, что либерализация и установление равновесия между государственным регулированием и рынком неизбежны как вследствие возможного перенасыщения традиционными услугами связи и появления новых услуг в этой области, так и вследствие изменения status quo на существование естественной монополии на связь.

Проблемам децентрализации и регионализации, введению в практику отечественного телевидения рыночных отношений уделяют внимание В. Цвик в статьях «Отечественное телевидение на пути к мировым стандартам: проблемы децентрализации и регионализации вещания», «Новая геополитическая обстановка и проблемы реформирования телекоммуникационной системы»[60] и В. Егоров в работах «Телевидение: теория и практика», «Телевидение между прошлым и будущим»[61]. В трудах В. Егорова даны определения местного, регионального и ре-

---

[59] Попов Н. А. Стратегия управления развитием телекоммуникационного комплекса Красноярского края : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Красноярск, 1998. 17 с.

[60] Цвик В. Л. Отечественное телевидение на пути к мировым стандартам: проблемы децентрализации и регионализации вещания // Совершенствование технической базы, организации и планирования телевидения и радиовещания. М., 1992; Новая геополитическая обстановка и проблемы реформирования телекоммуникационной системы // Актуальные проблемы журналистики. М., 1997.

[61] Егоров В. В. Телевидение: теория и практика: уч. пос. М., 1993. 310 с.; Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999. 415 с.

спубликанского телевидения. По мнению автора, главной тенденцией постсоветской России в сфере телевидения является то, что развитие общенациональных каналов в стране сочетается с развитием региональных, и это обусловлено территориальными, культурными и национальными особенностями отдельных регионов. С развитием телевидения в России «по горизонтали», «вширь», особенно в период «парада суверенитетов» в начале 1990-х годов, возникла проблема соотношения общенациональных и региональных приоритетов в вещании. «От централизации к региональному вещанию — общий путь развития телевидения во многих странах. Местное, или региональное, телевидение может более точно учитывать особенности региона, национальный, образовательный, возрастной состав аудитории»[62].

Исследователь местного телевидения Е. Дугин продолжает работу в том же направлении. Его монография «Местные телерадиокоммуникации: состояние и прогноз»[63] включает ретроспективу и перспективы развития регионального телевещания.

В книге «ТВ — эволюция нетерпимости»[64] автор С. Муратов сравнивает федеральное и региональное телевидение в пользу последнего, приводя принципиальные отличия: «В отечественном эфире существуют, собственно, две России. Одна — которую мы видим на федеральных каналах, да и то, если случается стихийное бедствие или забастовщики садятся на рельсы. Другая рассказывает о себе сама — с каждым годом все дотошнее и полнее. Но узнать об этой подлинной жизни страны можно только на конкурсе типа «Новости — время местное». И с горечью пожалеть, что нет национального канала, который показывал бы России саму Россию»[65]. Далее приводятся мнения представителей сибирских телевизионных компаний — Ирины Кременчук (г. Красноярск, «ТВК — 6 канал»): «Москвичи ждут от нас местечковых сюжетов, странных персонажей... того, что могло бы их удивить. Но у нас атмосфера другая» и Юлии Мучник (г. Томск, телекомпания ТВ-2): «Очень трудно говорить сегодня в эфире о чем-то с пафосом. От него все устали еще в советские времена. Где-то в 1991-м я могла всерьез произносить слова «демократия», «свобода»... Но неприемлем для меня и бесконечно обвинительный тон. ...Наконец, бессмысленно постоянно в

[62] Егоров В. В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. М., 1995. С. 62.

[63] Дугин Е. Я. Местные телерадиокоммуникации: состояние и прогноз. М., 1997.

[64] Муратов С. А. ТВ — эволюция нетерпимости. История и конфликты этических представлений. М., 2000. 241 с.

[65] Там же, с. 21.

эфире ныть и уверять, что «все плохо, а будет еще хуже». Во-первых, не все так плохо...»[66].

В 2000-е годы выходят специализированные издания — учебные пособия по региональной телевизионной журналистике, в которых акцент делается на технологической стороне профессиональной деятельности: «Региональная тележурналистика» В. Семёнова и «Школа регионального тележурналиста» Н. Зверевой (а также ряд других работ этих авторов по указанной теме)[67]. Следует отметить, что учебное пособие «Региональная тележурналистика» подготовлено председателем Кировской ГТРК «Вятка» Владимиром Семёновым, и потому в нем рассматривается опыт преимущественно данной региональной телерадиокомпании.

В свою очередь, Нина Зверева, основатель и директор первой в России частной школы телевизионного мастерства — российского учебного центра «Практика» в Нижнем Новгороде, попыталась рассмотреть весь комплекс вопросов, которые могут возникнуть в практической деятельности регионального тележурналиста и региональной телекомпании. Автор, проведя анализ и сравнение деятельности федеральных и региональных телеканалов, условий работы тележурналистов в центре и в регионах, выявила тенденции развития регионального телевидения. К таковым было отнесено: сокращение региональными компаниями собственного производства и заключение договоров с крупными сетевыми телеканалами, выпуск новостей как основной каналообразующей программы на региональном телевидении, политизацию региональных компаний, когда «происходит тесная смычка с той или иной политической силой или конкретной фигурой»[68]. Сравнительному анализу подверглась и еще одна подсистема современного российского телевидения — государственные и негосударственные телекомпании в регионах. На основании итогов профессиональных фестивалей и конкурсов Н. Зверева пришла к выводу, что современное региональное коммерческое ТВ является более успешным, чем государственное.

---

[66] Там же.

[67] Семёнов В. Г. Особенности тележурналистики в условиях регионального вещания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 28 с.; Семенов В. Г. Региональная тележурналистика. М. : ИПКРТиР, 2001; Зверева Н. В. Специфика деятельности регионального тележурналиста: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 27 с.; Зверева Н. В. Специфика профессиональной деятельности регионального тележурналиста: ИПК. М., 2002; Зверева Н. В. Тележурналистам из регионов (ответы на ваши вопросы). М., 2004; Зверева Н. В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004. 320 с.

[68] Зверева Н. В. Специфика профессиональной деятельности регионального тележурналиста: ИПК. М., 2002. С. 20.

Бурное развитие телевидения способствовало появлению множества профессиональных фестивалей и конкурсов. Несколько лет членом жюри Всероссийского телевизионного конкурса «Вся Россия» был Г. Кузнецов. Это позволило ему обобщить большой фактический материал и прийти к следующим выводам: региональное телевидение сохраняет местный колорит того региона, где оно работает; региональный журналист близок к зрителю, а зритель больше доверяет местным студиям, нежели центральным. В книге «Так работают журналисты ТВ» автор цитирует высказывание руководителя томской телекомпании ТВ-2 Виктора Мучника, иллюстрируя особенности взаимоотношений центральных и местных телекомпаний: «В. Мучник рассказал, что получил письмо с предложением о сотрудничестве от ОРТ. Выйти на «первую кнопку», конечно же, лестно, Мучник позвонил в Москву и сообщил, что скоро в Томской области состоится праздник — пуск в эксплуатацию открытого недавно крупного месторождения газа. Газ поможет решить многие проблемы области. — Нет, это неинтересно, «заказуха», — ответили из Москвы и поинтересовались: у вас там, кажется, наводнение назревает, может быть, для нас наводнение снимете? ...— Вот как в Москве понимают, что важно, а что нет, — сказал Мучник. — Мы бы хотели видеть в столичных новостях панораму того, что происходит в России. ...Если показывать это — вот и будет в программах чувство страны»[69].

В этой же работе Георгий Кузнецов называет две концепции, которым пытаются следовать в настоящее время региональные программы новостей. «Одна близкая столичной практике: новости должны показывать из ряда вон выходящие события, о хорошей работе завода можно рассказывать только в том случае, если это необычно, если все остальные заводы стоят». Вторая концепция, по мнению исследователя, строится на принципе, что «новости должны быть моделью жизни, средством консолидации общества, дающим ценностные ориентации, а не только «голую информацию»[70].

Возросший в последнее десятилетие интерес ученых к региональному телевещанию подтверждается разнообразием исследовательской проблематики, причем и сегодня весьма актуальны работы, посвященные вопросам становления и исторического развития, а также оценке современного состояния местных телестудий в различных регионах России. Осмыслению данных вопросов посвящены, в частности, диссертационные работы

[69] Так работают журналисты ТВ / Г.В. Кузнецов. Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. М., 2004. С. 26.

[70] Там же, с. 25.

С. Агапитовой, В. Битюкова, О. Быковой, Э. Габидуллиной, О. Гайдучок, Н. Гегеловой, Е. Горнак, А. Данилова, Р. Даутовой, А. Думчева, Л. Козловой, Э. Мухаметзяновой, Ю. Москаленко, Т. Пашкиной, С. Протодьяконова, В. Федорова, Н. Фоменко, А. Цунской, Р. Шабаровой, Л. Шестеркиной[71].

Пионерам сибирского вещания уделяется внимание в работах авторов, обобщающих опыт становления отечественных телестудий:

[71] Агапитова С. Ю. Информационное вещание на ТВ: Эволюция и современное состояние (на материалах телевидения Ленинграда/Петербурга) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2000. 19 с.; Битюков В. Н. Тюменское телевидение. Век XX—XXI / Телерадиокомпания «Регион-Тюмень». Тюмень, 2007. 487 с.; Быкова О. В. Становление и развитие государственного телерадиовещания на территории Белгородской области: 1922—2007 гг. : автореф дис. ... канд. филол наук. Воронеж, 2009. 22 с.; Гайдучок О. Я. История развития радио и телевидения Тюменской области: 1946—1991 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Тюмень, 2006. 22 с.; Гегелова Н. С. Межреспубликанский телеобмен: становление, современная практика, перспективы : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1990. 24 с.; Горнак Е. В. Говорит и показывает Приморье (1928—2008 гг.): «Приморский краевой радиотелевизионный передающий центр» — 80 лет. Владивосток, 2008. 92 с.; Габидуллина Э. Ф. Становление и развитие телевидения малых северных городов России (На примере Ханты-Мансийского автономного округа — Югры) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 28 с.; Государственная телерадиокомпания «Татарстан». ПИК «Идел-Пресс», 2000.; Данилов А. А. Становление и развитие телевидения в Чувашской Республике (1961—2005 гг.): исторический опыт : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Чебоксары, 2006. 23 с.; Даутова Р. В. Становление и развитие телевидения в Татарстане (2 п. 1950—1985 гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Казань, 2004. 26 с.; Думчев А. В. Телевидение Курганской области: 1960—1991 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 2006. 24 с.; Козлова Л. В. Становление и развитие регионального телевидения во второй половине XX — начале XXI в.: на материалах Амурской области : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Хабаровск, 2006. 26 с.; Мухаметзянова Э. В. История развития республиканского телевидения и его роль в организации культурной жизни народов Башкортостана в 1956—2000 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Оренбург, 2006. 22 с.; Москаленко Ю. Н. Янтарный край российского эфира. 1946—2008: хроника событий, воспоминания. Калининград : ГТРК «Калининград», 2008. 255 с.; Пашкина Т. А. Мое телевидение: из истории Саратовского ТВ. Саратов : Саратовтелефильм — Добродея, 2007; Протодьяконов С. А. Масс-медиа Саха (Якутия): Теория. История. Современность. М., Якутск — Бичик, 2002; Протодьяконов С. А. Становление и развитие средств массовой коммуникации в регионе Восточной Сибири : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000; Федоров В. И. Опыт реформирования средств массовой информации Дальнего Востока в 1991—2001 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Хабаровск, 2004. 25 с.; Фоменко Н. П. СКАТ — первая в стране региональная независимая телерадиокомпания. 1990—2006. Самара, 2006. 125 с.; Цунская А. В. Полвека с телевидением: ГТРК «Карелия» — 50 лет. Петрозаводск : Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Карелия», 2009. 255 с.; Шабарова Р. Белинского, 9а: Горьковскому-Нижегородскому государственному телевидению — 50 лет. Нижний Новгород : Деком, 2007. 335 с.; Шестеркина Л. П. Возникновение и развитие Челябинского областного телевидения: 1958—1985 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 2005. 26 с.

«...Большая часть созданной в 30-х годах в нашей стране малострочной электромеханической аппаратуры относилась к дисковым системам. ...Такие системы были созданы в Москве (Всесоюзный электротехнический институт, 1930—1941 гг.), в Ленинграде (на радиозаводах им. Коминтерна, 1931 г., и им. Козицкого, 1932 г.), в Томске (Политехнический институт, 1933 г.) и др.»[72].

«...1 октября 1931 года начались регулярные опытные передачи, которые проводились через радиостанцию МГСПС, работавшую на волне 379 метров (изображение) и 720 метров (звук). Вскоре в Москву стали поступать сообщения о том, что эти передачи принимались радиолюбителями в Томске, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Одессе, Смоленске, Ленинграде, Киеве, Харькове»[73].

Для полноты представления о степени диверсификации сферы интересов российских ученых в вопросе изучения специфики современного регионального телевидения приведем результаты обзора научных работ, которые мы объединили в тематические блоки.

Итак, изучению *жанровой специфики регионального телевидения* посвящены работы Л. Агаповой, Е. Ивановой, Е. Имамовой, Н. Карапетян, Н. Лисичкиной, Т. Мартыновой, Н. Митрофановой, Я. Назаровой, Е. Попа, В. Солнцева, Л. Шамановой[74]. *Социокультурная роль местного телевиде-*

[72] Рохлин А. М. Так рождалось дальновидение. М. : ИПК работников телевидения и радиовещания, 2000. 182 с.

[73] Борисов В. П. Рождение телевидения в стране советов: К 75-летию отечественного телевещания // Вопросы истории естествознания и техники. 2007. N°1.

[74] Агапова Л. Телевизионные выпуски новостей. Региональная специфика (на примере телеканалов Оренбургской области). М. : ИПК работников телевидения и радиовещания, 2004.; Иванова Е. П. Формирование и развитие публицистики на государственном телевидении Татарстана : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 24 с.; Имамова Е. И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического ТВ (конец 80-х — 90-е годы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 23 с.; Карапетян Н. А. Специфика работы корреспондента службы новостей в региональных телекомпаниях: на материалах ГТРК «Карелия» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 24 с.; Лисичкина Н. А. Эволюция формата информационного телевещания в России: жанры, стилистика, аудитория: на примере ВГТРК : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 26 с.; Мартынова Т. С. Региональная телепублицистика: (диапазон жанров, стилистика выразительных средств) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2002. 24 с.; Митрофанова Н. А. Специфика рекламной деятельности на региональном телевидении : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 25 с.; Назарова Я. В. Информационное телевещание государственных и частных телеканалов: эволюция, сравнительный анализ (90-е годы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2001. 25 с.; Попа Е. И. Выпуски новостей как тип программ республиканского телевидения: проблемы развития и функционирования: дис. ... канд. филол. наук. М., 1985. 275 с.; Солнцев В. Н. Структура бюллетеня новостей местной студии

ния изучается в исследованиях Ч. Булытовой, А. Гладько, О. Гомбоевой, Н. Дворецкой, И. Жилавской, О. Коноваловой, И. Малковой, О. Невечеря, С. Саральповой, Д. Яхричева[75]. Проблема *взаимосвязи регионального телевидения и политики* рассматривается в работах И. Галкиной, В. Дикой, С. Халтановой, С. Хлыстунова[76]. Вопросам *управления телекомпанией региона* посвящены диссертационные исследования В. Дегтярева, А. Качкаевой, Е. Кокшиной, А. Сенькина, А. Сухова, А. Усанова, Л. Якубовой[77]. В фо-

---

телевидения (проблемы оптимизации): (на материале программ Калинингр., Ленингр., Волгогр., Горьков. и Закарпат. студии телевидения) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1985. 19 с.; Шаманова Л. Ю. Позиционирование региональных выпусков новостей в общероссийском информационном пространстве: на материалах телевещания Оренбургской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 25 с.

[75] Булытова Ч. М. Телевидение в процессе социокультурной модернизации Республики Тыва : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 24 с.; Гладько А. М. Социальные условия и предпосылки становления общественного телевидения в России : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2008. 23 с.; Гомбоева О. О. Роль телевидения в формировании ценностных ориентаций современного студенчества: на материалах Республики Бурятия : автореф. дис. ... канд социол. наук. Улан-Удэ, 2007. 22 с.; Дворецкая Н. И. Региональное телевидение как фактор духовно-нравственного воспитания личности (Белгородское ТВ. 1993—2003 годы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 28 с.; Жилавская И. В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 23 с.; Коновалова О. В. Основные тенденции развития регионального телевидения в современных условиях (на материалах телевидения Юга России) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1999. 46 с.; Малкова И. Г. Региональная культурная политика (середина 1980-х — 1990-е гг.) : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Екатеринбург, 2001. 23 с.; Невечеря О. В. Телевидение и развитие миграционных процессов в Российской Федерации: на материалах Оренбургской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 25 с.; Саральпова С. Б. Народное творчество на телевидении: проблемы и возможности телережиссуры: на материалах телевидения Кабардино-Балкарии : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2006. 24 с.; Яхричев Д. В. Историко-краеведческая тематика как средство актуализации этнической общности: на примере телевидения Вологодской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 27 с.

[76] Галкина И. А. Средства массовой информации: опыт взаимоотношений с властью в регионах России. Владивосток : Издательство ДВГУ, 2000; Дикая В. В. Влияние средств массовой информации на политическую ситуацию: на примере предвыборных кампаний в Краснодарском крае в 1996—2005 гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 19 с.; Халтанова С. С. Роль региональных СМИ в политической жизни России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2009. 28 с.; Хлыстунов С. Ю. Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. Саратов, 2009. 38 с.

[77] Дегтярев В. В. Управление развитием информационно-телекоммуникационного комплекса в регионе : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Спб., 2000. 17 с.; Качкаева А. Г. Телевидение в социальном развитии региона : автореф. дис. ... канд. филол.

кусе внимания Е. Ивановой, С. Мелешко[78] — *координация федерального и регионального телевещания*, *лингвистические особенности телевизионной речи* — предмет изучения Г. Ковальчука и П. Павлова[79], *региональная телеаудитория* — С. Клюхина, П. Ковалёва, О. Цехоня[80].

О. Ерёменко, А. Ярославцева

Современные исследования телевидения Сибири

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

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

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

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

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

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

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

Диссертационные исследования и монографии

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

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

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

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

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

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

ностям своей аудитории, способствуют объединению жителей своих регионов.

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

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

---

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

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

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

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

---

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[86] Там же, с. 77.

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

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

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

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

[87] Там же, с. 61.

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

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

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

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

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

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

В диссертационном исследовании известного тележурналиста, долгое время работавшего сибирским собкором Первого канала, **Константина Антонова «Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования»** (2009 г.)[90] проводится сравнительный анализ выпусков телевизионных новостей телекомпаний ГТРК «Кузбасс» (Кемерово), ГТРК «Новосибирск» (Новосибирск), ГТРК «Томск» (Томск), ТК ТВ-2 (Томск), ГТРК «Центр России» (Красноярск), ТК ТВК (Красноярск), ТК «Афонтово» (Красноярск) (1996—2007 гг.). В основу исследования положена одноименная монография, вышедшая в 2006 году[91].

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

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

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

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

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

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

Учебные и документальные издания

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

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

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

Психологические особенности телевизионного общения раскрываются в одноименном учебно-методическом пособии Эмилии Блиновой[93], профессора кафедры телерадиожурналистики Томского госуниверситета. Пособие посвящено комплексному исследованию диалога на телеэкране — особенной формы, в которой с большей силой и яркостью проявляются качества телевидения, — и, в частности, анализу его психологических особенностей, психологических возможностей и психологических проблем. Работа имеет теоретико-практическую направленность, одна из основных ее задач — научить студентов на практике применять некоторые приемы и способы беседы на телеэкране. Объектом изучения помимо передач федеральных каналов — «Школа злословия», «К барьеру!», «Детали», «Неделя с Марианной Максимовской», «Времена» и др. — становятся томские программы: «Час Пик. Суббота» с Юлией Мучник, «100 вопросов губернатору» (ТВ-2), «Ход конём», «Так говорит губернатор» (ГТРК «Томск»), «Июньские тезисы» («Алиса+ТВ»), «Умные люди» (ТВЦ).

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

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

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

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

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

Материалы конференций и периодические издания

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

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

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

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

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

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

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

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

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

А. Ярославцева

ГЛАВА 3. Практика современного сибирского телевидения

Региональные телепрограммы: творческие поиски, тенденции и проблемы

Революционные изменения в социальной жизни, политике, идеологии, культуре России (а значит, новые взаимоотношения ТВ и общества, ТВ и власти, ТВ и аудитории) и технологическая революция в сфере производства и распространения электронных средств массовой информации в мире (появление в ведущих странах мира многопрограммного интерактивного ТВ) настоятельно требуют профессионального анализа телепрограммы как своеобразной социально-эстетической системы. Телевизионная программа как система нуждается не только в исследовании взаимодействия типов, жанров, форм в рамках единой программы (эстетико-телевизионный анализ), но и в анализе закономерностей взаимоотношений через нее экрана и зрителей, экрана и общества (социально-психологический анализ), а также выяснения связей ТВ в рамках «внешней системы массовых комму-

никаций и смежных искусств» (коммуникативно-искусствоведческий анализ)[96].

Особенную область в проблематике телевизионного программирования составляет проблема специфики, качества, обстоятельств и характера составления программ на региональном уровне — государственными и коммерческими телекомпаниями. Стало «общим местом» в характеристике регионального ТВ отмечать — в качестве позитива — близость его к своей аудитории (знание важных и интересных для местной аудитории тем и проблем), детальное и конкретное знание своего региона, желание и умение установить связи с местной властью. А в качестве негатива отмечать трудные обстоятельства работы регионального ТВ (сокращение времени в программе канала, отток талантливых журналистов на центральные каналы, сложные взаимоотношения с властью и спонсорами и т.д.). При этом «за кадром» нередко оставались вопросы качества самих телепрограмм, обнаруживающие внутренние конфликты, непростые отношения государственных и коммерческих телекомпаний в регионе, центральных и региональных телекомпаний, работающих на одном канале, а также телекомпаний «большого» региона между собой (например, государственных телекомпаний всего Сибирского федерального округа).

Географические, экономические, социальные особенности Сибири определяют содержательность информационного поля и особенности характера местной аудитории. В 2000 году в рамках исследования «Региональное информационное вещание и пути его совершенствования» на материале Новосибирской области эксперты отмечали социальный динамизм и веру в социальную перспективу сибиряков, отсутствие этнических конфликтов в регионе («Мы не русские, не татары и не евреи, мы — сибиряки»), стремление областей повысить свой общероссийский статус («Новосибирск — столица Сибири»; «Томск — сибирские Афины»), разнообразие уровней промышленного, сельскохозяйственного и банковского развития областей Сибири (определяемое, как правило, наличием или отсутствием ценных сырьевых источников), высокий уровень развития сферы высшего образования (исторически традиционный в Томске, «взлет» академической науки с 1960-х годов в Новосибирске), развитую информационную инфраструктуру в сибирских городах (количество газет, журналов, теле- и радиоканалов для местной аудитории), широкое распространение в регионе возможно-

[96] Борецкий Р. В Бермудском треугольнике ТВ. М., 1998. С. 6.

стей Интернета (по данным исследований, больше всех в России пользуется Интернетом именно сибирская молодежь)[97].

Одной из важных особенностей развития сибирского ТВ, отмеченной и экспертами, и зрителями в 2000 году, являлось творческое содружество сибирских ГТРК. История межрегиональной программы «Губернские новости» в определенном отношении демонстрирует поиски, находки и просчеты регионального ТВ в Сибири. «Губернские новости» начинали свой путь в 1993 году как информационная программа, которая подводила итог событиям недели в сибирском регионе, выделяя главные и оценивая их, чаще всего устами местного начальства. Постепенно и закономерно программа становилась информационно-аналитической: выделение в контексте программы проблемных блоков, перекличка областей Западной Сибири по главной проблеме, общие поиски решения трудных проблем повышали уровень аналитичности. С 2000 года программа разделяется на информацию и аналитику: в будние дни на экраны губернии выходят «Губернские новости» (в формате чисто информационной программы), а по субботам — еженедельная программа «Есть мнение», в которой предпринималась попытка «сообща, всем миром» осмыслить проблемы экономики, политики, культуры Сибири[98].

В настоящее время творческое содружество сибирских ГТРК осуществляется в формате 15-минутной информационной программы «Вести. Сибирь», идущей по будням в эфире Алтайского и Красноярского краев, Республики Алтай, Кузбасса и Бурятии, Хакасии и Тывы, Омской, Томской и Читинской областей. В общесибирских новостях зритель узнает о самых значимых событиях региона, может увидеть, как обстоят дела у соседей, и сравнить с их собственными. Наконец, некоторые процессы и явления имеют не региональный, а общий для всей Сибири характер. В контексте окружного информационного проекта их раскрыть легче.

Нельзя сказать, что межрегиональная программа «Вести. Сибирь» потеряла творческие традиции, вновь став чисто информационной и сократившись до четверти часа. В небольшой информационной программе действительно удается выделить актуальные и важные для сибиряков проблемы, увидеть «общее» и «особенное» в решении этих проблем в областях Сибири (к примеру, проблема детских садов в Новосибирске, Улан-Удэ, Алтайском крае — «Вести. Сибирь» от 8.09.09, или проблема автотранспорта в Кемерове и Новосибирске — «Вести. Сибирь» от 9.09.09).

[97] Региональное информационное вещание и пути его совершенствования. М., 2000. Ч. I. С. 92—102.

[98] Региональная журналистика на рубеже веков. Томск, 2003. С. 36.

Сохранилось и стремление авторов рассмотреть конкретную ситуацию, рассказать об отдельной человеческой истории (история об одной семье в проблемном разговоре о внутреннем туризме сибиряков – «Вести. Сибирь» от 9.09.09; живые рассказы археологов в сюжете о неожиданных раскопках в Новосибирске — «Вести. Сибирь» от 8.09.09).

Но при этом «потерялись» характерные для «Губернских новостей» и дискуссионного приложения к ним («Есть мнение») важные творческие качества: содержательная подвижность программы, зрительское соучастие и со-размышление (интерактивный опрос), авторское стремление более пристально вглядеться в жизненные процессы и оценить их под углом зрения рядового жителя Сибири.

В драматической судьбе межрегиональной программы «виноваты» различные обстоятельства и причины: довлеющая над региональными ГТРК «рука центра» (все ГТРК с 2000 года стали филиалами ВГТРК), существенное сокращение эфирного времени и штатного расписания, смена руководства (Томск, Новосибирск, Омск) и обилие финансовых проблем для всех государственных и коммерческих телекомпаний в Сибирском регионе.

Главные творческие принципы телепрограммы теоретики ТВ объединяют на двух уровнях: эстетическом (связанном с эстетикой и спецификой ТВ) и социологическом (связанном со знанием, пониманием аудитории и умением воздействовать на нее). При этом оба уровня органично взаимодействуют: высокий профессионализм, творческое совершенствование помогают установлению и развитию диалога ТВ и зрителей.

На региональном уровне важнейшие творческие принципы телепрограммы проявляются, прежде всего, в информационном вещании, которое (в силу обстоятельств работы региональных телевизионщиков и логики развития их компаний в системе общенационального телевещания) оказалось средоточием творческих поисков, доказательством профессионализма, главным орудием в конкурентной борьбе с другими местными телекомпаниями.

В начале XXI века информационное вещание в региональной программе включает не только «Новости», но и программы делового, просветительского и даже информационно-развлекательного характера. Центром же информационного вещания в региональных программах остаются все-таки «Новости». Творческий уровень новостей во многом определяется конкурентной борьбой (в регионах телекомпании больше соперники, чем союзники, в борьбе за аудиторию, рекламу, спонсоров),

стремлением совершить «опережающий сдвиг в полшага от выхода новостей конкурента»[99]. Это касается и оперативности подачи материала, и профессионального качества телевизионных сюжетов, их интересности, полезности и необходимости для общей региональной аудитории.

Анализ двух томских новостных программ («Вести. Томск» — телекомпании ГТРК «Томск», работающей на областную аудиторию 1 час 25 минут в сутки, и «Час пик» — коммерческой телекомпании ТВ-2, которая вещает на городскую аудиторию 2 часа 35 минут в сутки) дает некоторое представление о современном состоянии информационного вещания в регионе, о новом опыте и старых ошибках, о творческой эволюции теленовостей. Кроме того, учитывая схожесть путей развития сибирских телевизионных рынков, подобное сравнение позволит нам высветить некоторые общие тенденции в современном региональном телевещании и сделать определенные выводы.

Телекомпания ГТРК «Томск» — старейшая в Сибири, богатая традициями, опытом, профессиональными кадрами, техникой. ТВ-2 — коммерческая телекомпания, работающая с 1991 года, одна из лучших провинциальных телекомпаний, заслужившая популярность в Томске и в стране. Достойные соперники соревнуются, прежде всего, в информационном вещании, нередко подхватывая «находки» друг друга, переманивая талантливых авторов. В последние годы в более сложном положении оказались государственные региональные телекомпании, вынужденные вписываться в перманентно меняющуюся сетку вещания федерального канала и теряющие время в эфире и штатные единицы (за счет оттока талантливых работников в коммерческие телекомпании и на центральные каналы). Но творческие, финансовые и кадровые проблемы есть и у коммерческих телекомпаний в регионе.

Закономерная содержательная общность томских новостных программ (Томск — небольшой город с 500-тысячным населением, в котором лента событий невелика и любой значительный факт становится предметом внимания всех программ) только «высвечивает» различие в подаче новостей, связанное с концепцией той или иной новостной программы. Свидетельство тому — программы практически любого будничного дня. Так, например, 3.09.09 обе новостные программы открывались сюжетом о памяти трагедии Беслана. И в той, и в другой программе был в эфире критический материал, а в конце программы — развлекательная зарисовка («Вести. Томск» рассказали об абитуриентке Гурьевой, подавшей заявления на 27 специальностей и «поступившей

[99] Телевизионная журналистика. М., 2005. С. 292—294.

на все», а «Час пик» завершался материалом о том, «как говорят томские политики» в связи с новыми нормами русского языка).

Сильная сторона «Часа пик» — человеческие истории, конкретные ситуации (рассказ о Татьяне Медведевой, инициаторе акции протеста в селе Кафтанчиково, в выпуске от 3.09.09). «Час пик» включает около 10 сюжетов различной тематики и за 35 минут вещания дает возможность более подробного и живого рассказа о событиях и человеческих судьбах. «Вести. Томск», однако, также усилили конкретность рассказа о событиях дня. Прежде (около года назад) профессионально снятые и смонтированные сюжеты не производили впечатления сильных и ярких, мало затрагивали интересы зрителей. В выпуске от 3.09.09 (10—11 сюжетов различной тематики «укладываются» в 20 минут вещания) запоминается содержательный разговор с депутатом А. Губкиным, критический сюжет с яркими синхронами о муниципальном транспорте г. Северска, зарисовка о проблемах вступительных испытаний в вузах.

Примечательна позитивная направленность программы «Вести. Томск». Из 11 сюжетов в программе от 3.09.09 — половина сюжетов о событиях «со знаком плюс» (распределение земельных участков 112 семьям с детьми-инвалидами, открытие Дома молодежи, благотворительный праздник для первоклассников, предстоящий XII Инновационный форум в Томске).

Эмоциональную стилистику «Часа пик» можно назвать «тревожно-критической». Авторы программы критикуют, иронизируют, тревожатся за судьбу города, страны и каждого россиянина. Стилистику «Часа пик» создает, прежде всего, структура программы: выпуск от 3.09.09 начинается драматическим сюжетом о Беслане и заканчивается опросом томичей на улице «Сколько денег нужно для счастья?», а в центре программы — критический сюжет об акции протеста жителей села Кафтанчиково. На стилистику влияет и общая интонация сюжетов, эмоциональная категоричность подводок ведущих («В городской Думе не допустили корректировку бюджета...»), ирония заголовков («Поговорим по-русски», «Громкий скандал в Тихом переулке»).

При этом стоит подчеркнуть, что ироническая стилистика и свойственная «Часу пик» политическая (оппозиционная) направленность особенно наглядно и ярко проявляются в период общественно-политических событий в городе и в стране (например, выборы мэра г. Томска или выборная кампания в российскую Думу). В другие периоды «Час пик» стремится соблюдать определенную меру тона и стиля, не теряя критического пафоса, что свидетельствует и о профессионализме программы, и о влиянии основного конкурента, программы «Вести. Томск».

В целом новостная программа ГТРК направлена на решение важных задач для осуществления диалога ТВ и региональной аудитории. «Идеальные» задачи такой программы — активное и всестороннее информирование аудитории о работе и проблемах местной власти с конструктивной критикой ее действий. Тормозит развитие диалога с аудиторией как раз недостаток «конструктивной критики власти» и реальной помощи людям. Качества, привлекающие зрителей к новостям коммерческой телекомпании, — умение показать «болевые точки» современной жизни, острая критика «полумер», «полуработы» местной власти, а также внимание к отдельному человеку, попавшему в трудную ситуацию. В то же время, они нередко сочетаются с навязыванием зрителям собственной позиции, а также с тем, что за повседневной критикой исчезают позитивные импульсы, которые заражают людей энергией и верой в будущее.

Заметен выросший профессионализм региональных новостей государственных и коммерческих телекомпаний в качестве текста (конкретность и простота, доступность и выразительность), в качестве «картинки» (интересный монтаж, поиски яркого кадра), в дизайнерских решениях («упаковка» программы). Сюжеты запоминаются конкретикой деталей событий, неравнодушной позицией автора, эмоциональными синхронами героев, умелым использованием средств современного журналистского инструментария. Сохраняя различие авторской концепции, новостные томские программы «сближаются» по уровню профессионального творчества. Конкуренция заставляет перенимать лучшее (большая человечность программы «Вести. Томск» и деловая сдержанность будничного «Часа пик»). Но при этом возникает опасность потери особенного, эксклюзивного стиля программы.

Стандартизация форм и приемов сказывается, например, в «усредненности» жанровых форм: в новостях нередко встречается «размытый» информационный сюжет. В сюжетах программ остается дефицит нестандартных творческих ходов, остаются «проходные» материалы, занимающие неоправданно большое место в программе. Вызывает критику и «расследование» в новостях: обращение к одному факту или событию закономерно в тех случаях, если в информацию добавляется нечто новое в течение дня или недели, если постепенно рассматриваются разные стороны события. Пока еще не реализован по-настоящему интерактивный принцип новостного вещания: в новостях интерактивный опрос встречается редко и только в связи с политическими событиями в регионе.

Все это свидетельствует о творческих проблемах новостного вещания на региональном уровне. В недрах новостного вещания возникает, а потом выходит на экран, образуя собственные формы и жанры, — современная аналитическая тенденция. Ее суть — стремление ТВ разобраться в событиях и проблемах, увидеть в повседневности важный социальный смысл и помочь аудитории разбираться в них самостоятельно. В региональных новостях этому стремлению служат и неоднократное обращение к событию или проблеме (в том случае, когда к факту добавляется нечто новое, когда он показан глубже и многостороннее), и умелое сочетание журналистских приемов анализа проблемы.

Укрепление и развитие аналитической тенденции на экране демонстрируют сегодня информационно-аналитические программы, завершающие «новостную линейку» за неделю и существующие практически во всех региональных программах. В чем причины такого, пока еще мало оцененного теоретиками и практиками ТВ, развития аналитики на телеэкране? Закономерно предположение, что гармоничное соединение ведущих принципов программирования (эстетического и социологического) служит и помогает развитию аналитики на ТВ. С одной стороны, само развитие телевидения, рост профессионализма и мастерства, возможностей техники и технологии приводят ТВ к необходимости не только показать, но и исследовать, оценить жизненные явления и проблемы.

Сегодня речь идет о жизненной необходимости анализа на телеэкране: «Пришло время, когда возможен анализ, необходимый для того, чтобы очиститься от неудач, определенных потрясений и двигаться вперед»[100]. Сегодня «мыслящие аналитики», способные вступать в диалог и с аудиторией, и с властью, все чаще появляются на региональном экране. Свидетельство тому - информационно-аналитические программы новосибирской ГТРК, томской ТВ-2.

Информационно-аналитическая программа ТВ-2 — «Час пик. Суббота», неоднократно удостоенная премий ТЭФИ (а ее ведущая Юлия Мучник — титула «Лучший интервьюер» (2007)), может служить образцом программы этого типа. В ней профессионально точно выявлены (и работают на зрителей) главные особенности современной аналитики. Так, профессиональным инструментом объективного и многостороннего анализа становится в ней верстка, продуманная структура, в которой факты являют-

[100] Разговор о старых и новых проблемах голубого экрана с режиссёром-документалистом С. Мирошниченко //Литературная газета. 2009. N° 37. С. 10.

ся аргументами в исследовании актуальной проблемы, а сама проблема определяет содержательный уровень, динамику и стилистику программы.

Главный структурный элемент информационно-аналитической программы — диалог ведущей (ведущего) с экспертами, ответственными лицами, местной властью. Он может быть недолгим (менее 10 минут) и длительным (разговор с А. Чубайсом продолжался около 25 минут в программе от 23.05.09). Он может входить в общественный диалог (отзывы и реплики в Интернете) и дополняться интерактивным опросом и опросом на улицах города. Показательно в структуре программы и то, что другие рубрики («Феномен», «Цитата дня», «Школа выживания», «Было», «Будет»), казалось бы, прямо не связанные с главной проблемой, в результате создают впечатление «большого» диалога программы и зрителей о жизни, где экономика, политика, культура и нравственность завязаны в единый узел. (Так, в программе «Час пик. Суббота» от 12.09.09 разговор с режиссером кукольного театра «Скоморох» Виктором Шрайманом об актуальности классики и эволюции зрительской аудитории неожиданно входит в общую проблематику взаимоотношений человека и власти, гражданина и государства.)

Другим важным элементом информационно-аналитической программы, также осуществляющим диалог зрителей и экрана, является интерактивный опрос по обсуждаемой проблеме. В самой программе он дает толчок к серьезному разговору с собеседниками, которым и предлагается оценить и прокомментировать итоги опроса. Но интерактивный опрос может выходить и за рамки программы, когда по важной социальной или политической теме он осуществляется в течение недели. Проблемы интерактивного опроса связаны с реальным охватом аудитории (насколько широко и репрезентативно мнение зрителей), а также с нередким стремлением журналистов подвести зрителей к «нужным» ответам на вопрос. Так, на ответы вопроса программы «Зачем с нами говорил Путин?» («Час пик. Суббота» от 6.12.08) несомненное влияние оказали ироническая характеристика ведущей выступления Путина и разговор с политологом И. Дзялошинским о «закручивании гаек» (ответы были таковы: отчитаться — 60; успокоить — 213; узнать, что мы думаем, — 83; показать, что он главный, — 620; ему это нравится — 152).

Попытка объединить более широкую областную аудиторию анализом актуальных проблем и событий характерна и для информационно-аналитической программы ГТРК «События недели», которая идет на экране по воскресеньям, в течение 35 минут. В ней больше фактов,

чем комментариев; журналистов интересует, что меняется в жизни «глубинки» (газификация в Колпашеве в ряде программ осенью 2009 года), в городе Томске (как решается проблема детских садов и школьных учебников — также в программах осени 2009 года). В интервью программы ведущая Татьяна Клименко разговаривает с местной властью и депутатами с той же конкретной и деловой задачей («Почему сделали, но немного не доделали?» — в разговоре с начальником департамента общего образования областной администрации Л. Глоком). Программа менее динамична и выразительна по сравнению с программой «Час пик. Суббота». Исключения составляют живые и яркие репортажи Натальи Шурутовой, (кстати, прошедшей профессиональное становление в телекомпании ТВ-2) о конкретных героях, их судьбах и проблемах («Как бабушке счетчик ставили» — «События недели» от 7.06.09). В свою очередь, «События недели» — проще и яснее по стилистике. Спокойная, благожелательная манера ведения программы, роль заинтересованного слушателя в интервью («ведущий — один из нас») вызывают симпатии зрителей. Программа ищет свои пути к телезрителям, пока еще «совмещая несовместимое»: стать более энергичной, интересной, выразительной (и здесь несомненное влияние конкурента) и остаться «своей», близкой и понятной городскому и сельскому жителю области.

Тенденция регионального вещания к анализу проблем и событий, важных для аудитории региона, своеобразно проявляется в передачах диалогического характера. Разговорных программ на региональном экране немного, но самим своим присутствием на канале, своими позитивными и негативными уроками они противостоят общей тенденции современного ТВ к развлечению, «...к гламуру как настроению, духу последнего десятилетия...»[101]. Они привлекают различные слои телеаудитории своими творческими поисками, стремлением к глубине разговора на экране, к конструктивному решению проблем. Так, в Томске участниками и зрителями разговорных программ становятся не только чиновники и депутаты, по роду своей деятельности обязанные участвовать в них, но и научная интеллигенция, студенчество.

На томском экране диалог с местной властью, депутатами, политологами представлен в программах «Так говорит губернатор», «100 вопросов губернатору», «От первого лица», «Думаем вместе», идущих на разных каналах. Новые модели общения телеэкрана и зрителей во многом связаны с новыми технологиями. До недавнего времени как «новшество» воспринимался интерактивный опрос, в котором зритель

[101] Телевидение: режиссура реальности. М., 2007. С. 35.

может осуществить социальное участие в решении проблем, обменяться с другими — знаниями, опытом, чувствами (удачные «включения» зрителей в разговор с губернатором в программе «100 вопросов губернатору»).

Профессионально проведенный опрос способен изменить ход разговора на экране, открыть новые темы, усилить остроту и выразительность теледиалога. При этом, усиливая природные коммуникативные качества ТВ, опрос может создавать иллюзию интерактивности. Отбор аудитории, предварительная запись звонков зрителей, жесткая структура действия, монтаж, смена правил игры снижают действенность интерактивного опроса. Он нередко становится частью игры, элементом зрелища, в котором зритель оказывается на втором плане либо просто теряется. В начале XXI века все решительнее в союз с ТВ и радио вступает Интернет (новый проект ГТРК «Томская власть — online» (www.online.tvtomsk.ru), связанный с ТВ и радио для разговора о насущных проблемах).

О чем свидетельствует анализ современных региональных программ? Прежде всего — о творческих поисках, обостренных конкуренцией местных государственных и коммерческих телекомпаний и происходящих наглядно в рамках информационных и информационно-аналитических программ. Критическое отношение к собственным промахам и ошибкам, а также умение увидеть достижения конкурента приводят к положительным результатам. При этом все более достойное место в творческих поисках занимают местные «производящие» компании, располагающие свои авторские программы на разных каналах (продюсерский центр «Восьмой день» и авторские программы Марка Минина).

Современные региональные информационные программы постепенно отходят от «катастрофического» рассказа о жизни провинции и, не отказываясь от критического взгляда на жизнь, стремятся показать «нормальную повседневность» в телевизионных образах людей и событий. Не всегда это получается убедительно и интересно, но тенденция ощутима и выражает себя все более отчетливо. Важно, что этот импульс идет из «глубинки», с экрана провинциального ТВ.

Ощутимо и проявление аналитической тенденции на региональном экране. Региональные информационно-аналитические программы (а также некоторые авторские программы) помогают аудитории ориентироваться в условиях кризиса, обрести социальную активность, разобраться

в новой повседневности. В осуществлении на региональном экране аналитической тенденции также не все безоблачно: не всегда получается на экране внятный и умный разговор со зрителем, серьезное обсуждение проблемы и профессиональная оценка нередко подменяются эмоциями или «скольжением по поверхности». Но сама аналитическая тенденция воспринимается как потенциальный источник телевизионных ориентиров и ценностей.

Телевизионный контекст на региональном экране сложен и многогранен. Отслеживать и анализировать телевизионные будни в регионе – достаточно непростая задача. «Само профессиональное сообщество не хочет и боится заниматься изучением самого себя и не желает задумываться над смыслом того, что производит армия телевизионных работников»[102]. Этим занимаются университетские исследователи в регионах страны.

Э. Блинова

[102] Качкаева А. Гламурный тоталитаризм: телевизионная индустрия в эпоху стабильности // Телерадиоэфир: история и современность. М., 2008. С.77.

Аудиторные исследования в Сибири

Становление аудиторных исследований. История вопроса

Регулярные исследования телевизионной аудитории — это показатель зрелости и телевизионных практик, и социологической науки. В первые два десятилетия распространения телевидения никаких аудиторных исследований в нашей стране не проводилось, поскольку предмета изучения как такового не было. «Аудитория телевидения — это социокультурная общность, представляющая собой совокупность людей, не обязательно связанных прямыми контактами, но объединенных общей практикой телепотребления, в ходе которой они включаются в процесс социального общения на макро-уровне и приобретают сходный социокультурный опыт»[103]. Аудитория ТВ сложилась, пожалуй, только в 1960-е годы, когда счет приобретенных населением телевизоров пошел на миллионы, а у советских семей появился продолжительный опыт телевизионного общения.

Тогда же и начались социологические исследования телевизионной аудитории. Первым опытом было создание редакции общественного мнения на Ленинградской телестудии (руководитель — Б. Фирсов). Большую активность в аудиторных исследованиях проявили тогда прибалтийские социологи (социологическая лаборатория Ю. Вооглайда в Тартусском университете). В Сибири первое исследование телевизионной аудитории было проведено в 1968—1969 годах в Маслянинском районе Новосибирской области сектором комплексных исследований развития народов Сибири Института истории, филологии и философии СО АН СССР[104]. Следует признать, что никакого влияния на вещательную политику результаты аудиторных исследований тогда не оказывали. Они были важны, пожалуй, только для настройки социологического инструментария массовых опросов.

В советскую эпоху и значительный пласт статистических данных, и результаты многих социологических опросов (особенно касающихся общественного мнения) были засекречены партийными органами

[103] Полуэхтова И. А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения автореф. дис. ... докт. социол. наук. М., 2008. С. 10.

[104] Васильевская Э. В. Очерки истории развития телевидения в Западной Сибири. Новосибирск : Издательство «Наука», 1978. С. 63.

власти. «Уже первые социологические данные показали, что, вопреки требованиям пропаганды, молодежь не стремилась вливаться в ряды рабочего класса и предпочитала профессии специалистов с высшим образованием; что коллективистские ценности в значительной мере подавлялись индивидуалистическими и материальными заботами; что люди не испытывали интереса к идеологической части содержания газет, радио и телевидения, будучи ориентированными на отдых, развлечения, на проблемы, близкие их повседневной жизни; что поведение людей не совпадало с ожиданиями властей»[105].

После крушения советско-партийной системы и распада СССР стали активно создаваться социологические исследовательские центры со статусом независимых учреждений. Самым влиятельным был ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) под руководством Юрия Левады. В регионах были созданы свои исследовательские центры (в Томске — «Курсив», в Иркутске — Автономная некоммерческая организация Центр независимых социальных исследований и образования (ЦНСИО), в Красноярске — «КОМКОН — Красноярский край»). Все они стали работать по заказам организаций и учреждений, включая и редакции СМИ. Параллельно коммерческой социологии развитие получила и университетская социология как специальность профессиональной подготовки и общественная наука. В Томском университете в рамках философского факультета была создана кафедра социологии (1991 год) и начата подготовка квалифицированных социологов.

В целом аудиторные исследования советской эпохи и первых постсоветских лет развивались в рамках социологии общественного мнения. Главной проблемой этих исследований было и остается отсутствие стройных социологических концепций телевизионного производства и потребления, вынужденное повторение задов западных масс-медиатеорий (в частности, идей М. Маклюэна, П. Бурдье, Ж. Бодрийяра и др.), бескрылая эмпирика. Академику Т. Заславской принадлежат суровые, но справедливые слова о том, что социальные дисциплины в нашей стране долгое время оставались в арьергарде общественной жизни[106]. Несамостоятельность социологических подходов к аудитории усугубляется и отсутствием в медиа-отрасли устойчивого спроса на исследования региональной аудитории. Медиа-менеджеры уже готовы тратить

[105] Фирсов Б. М. История советской социологии 1950—1980-х годов : курс лекций. СПб. : Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге, 2001.

[106] Заславская Т. И. Российское общество на социальном изломе: взгляд изнутри. М., 1997.

значительные средства на рекламу своих проектов, но еще не созрели для финансирования продолжающихся научных исследований аудитории.

Проблематика современных аудиторных исследований

Современные аудиторные исследования многообразны по задачам, но их условно можно разбить на три группы по исследовательским приоритетам: рейтинговые, поведенческие и мотивационные. Первая и самая широко представленная группа исследований носит прикладной характер и вызвана к жизни потребностями игроков телевизионного и рекламного рынков – крупных телеканалов, медиабайинговых и коммуникационных агентств, рекламодателей. В этой группе исследователей есть свой лидер — TNS Gallup Media, методика которого (TV Index) победила в острой конкурентной борьбе другие исследовательские методики. Хотя далеко не все с этим согласны[107]. С методикой измерения долей аудитории дела обстоят примерно так же, как и с процедурой экзаменационного отбора абитуриентов в вуз. Почти никому эти методики не нравятся, но других не придумано.

Для регионального телевидения проблемой является как раз не надежность методик и не точность социологического инструментария, а отсутствие каких бы то ни было аудиторных исследований в ряде городов с небольшим населением (с населением менее 400 тысяч жителей). К примеру, TNS Gallup Media не ведет исследований в Алтайском крае, в Хакасии, Тыве и т.д. Если припомнить, что государственную или профессиональную статистику в области медиа-потребления в России не собирают, то мы вообще ничего достоверного не знаем об информационном пространстве некоторых регионов. Хотя это и не мешает телекомпаниям этих регионов зарабатывать на рекламе.

В регионах зарабатывает больше на телевизионной рекламе не тот, у кого доля аудитории больше, а тот, у кого рекламные менеджеры более убедительны. Это не раз утверждал и руководитель «Томской медиа группы» Аркадий Майофис: «...для местного рекламодателя рейтинг далеко не всегда является ключевым фактором в принятии решения о размещении рекламы. В Томске, например, нет Gallup. И я иногда думаю, что это благо, потому что в ином случае будет труднее работать при наличии в

[107] Наиболее непримиримым противником «Гэллап Медиа» является генеральный продюсер «Первого канала» К. Эрнст. Известный журналист А. Минкин провел собственное расследование методик рейтинговых измерений телевизионной аудитории и опубликовал в «Московском комсомольце» (21–25 апреля 2008 г.) цикл из пяти публицистических статей под названием «Под властью маньяков». Режим доступа к интернет-версии: http://www.mk.ru/author/minkin свободный.

городе любимого «Видеоинтернешнл» с их «Первым» и «Россией». Профессионализм «продавцов» — вот что, с моей точки зрения, становится сейчас самым главным»[108].

Система медиа-измерений должна развиваться и в регионах. Но это возможно только при заинтересованном отношении всех участников рынка к социологическим исследованиям аудитории. В разных странах тратится на системы измерения аудитории от 0,5% до 4 и даже 5% средств от объема рекламного рынка. У телевизионной отрасли деньги на рейтинговые измерения есть. Другое дело, что капитаны медиа-бизнеса психологически не готовы тратить деньги на «игру с непредсказуемым результатом». Как шутят в компании «Гэллап Медиа», если рейтинг канала высок, то сотрудники телекомпании хорошо поработали в этом сезоне. А если рейтинг программ падает, то измерения неточны или социологи нечестны...

Другая крайность, когда рейтинговые измерения считают «валютой рынка» и чуть ли не истиной в последней инстанции. Нельзя все программирование канала строить на данных «Гэллап Медиа», поскольку количественные методы ограничены математическим аппаратом и не могут объяснить, почему телезритель в какой-то момент ушел с этой программы на другой телеканал. Есть тонкие зрительские реакции на телевизионный продукт, которые не улавливаются пиплметрами. Наряду с количественными методами измерения аудиторной текучести необходимо использовать качественные методы социологического исследования, как то: глубинное интервью, фокусированное групповое интервью, экспертный опрос.

Одним из наиболее интересных исследований настоящего периода является проект «Телевидение глазами телезрителей», представляющий собой ежегодный опрос городского населения, проводимый с 2000 года аналитическим центром «Видео Интернешнл» совместно с крупнейшими исследовательскими компаниями ВЦИОМ и «Фонд «Общественное мнение». На основе результатов этого исследовательского проекта защищены уже две докторские и более десятка кандидатских диссертаций по социологии.

Задача изучения медиа-потребления в контексте доверия к тем или иным средствам массовой информации ставится и некоторыми органами власти в регионах. Она особенно актуализируется в преддверии очередных избирательных и пропагандистских государственных

[108] В регионах рекламодатель не всегда знает, что такое рейтинг // Новости СМИ. 2005. 08 сентября.

кампаний. В августе 2009 года Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провел по заказу Администрации Томской области масштабное исследование медиа-поведения жителей пяти муниципальных образований. Были использованы многоступенчатая стратифицированная случайная выборка (1630 респондентов) и метод полуформализованного интервью. В многостраничном отчете оценивается размер аудитории различных СМИ, уровень доверия к государственным и частным СМИ, недостатки местного ТВ с точки зрения населения и другие вопросы.

Третий тип аудиторных исследований назван нами мотивационным. От изучения поведенческих реакций телезрителя (выбор канала, оценка программы) исследователь переходит к анализу мировоззренческих оснований выбора и оценок. Это наиболее тонкий анализ, который можно провести с использованием методик глубинного и фокусированного интервью. Занимаются таким анализом, главным образом, университетские социологи и теоретики тележурналистики, если им удается получить грантовую поддержку или заказ правительственной организации.

Кафедра журналистики филологического факультета ТГУ еще во второй половине 1980-х годов начала хоздоговорные исследования аудитории местных СМИ. За последние два десятилетия накоплен большой массив социологических знаний об аудитории региональных медиа-каналов. Это исследовательские отчеты отделения и факультета журналистики Томского государственного университета (1989, 1998, 2002, 2008 гг.); региональные исследования — «Социологический анализ влияния региональных СМИ на массовое сознание населения Красноярского края» (Сибирский центр социальной экспертизы и консалтинга, Красноярск, 2006), «Аудитория телезрителей» (Центр сопровождения бизнеса «Арсенал», Новокузнецк, 2009) и др.[109]

Мотивационные исследования должны в скором времени привести к созданию типологии современного телезрителя. Очевидно, что не столько регион проживания влияет на режим телесмотрения, сколько мировоззрение, жизненные ценности и стиль жизни индивида. Тонкие качественные исследования должны догнать по масштабам проведения количественные измерения долей аудитории и дополнить рей-

[109] Пресса, политика и толерантное поведение : сборник аналитических материалов научно-практического семинара для журналистов области по проблемам формирования толерантности и профилактике политического экстремизма. Томск 2002; Пономарева Ю. И. Социологический анализ отражения модернизационных социальных изменений в региональных СМИ (на материалах Красноярского края 2001—2005 гг.) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Иркутск, 2009.

тинговые отчеты аналитическими выкладками о механизмах предпочтений. Понятно, однако, что эти самые качественные исследования рекламные агентства заказывать не будут — им хватает и рейтингов. Качественные исследования должны заказывать правительственные структуры. Во всяком случае, так происходит в развитых странах.

Общее и особенное в сегментах телевизионной аудитории СФО

Главными процессами в аудитории ТВ последних десятилетий исследователи считают фрагментацию и дифференциацию. Время многомиллионных аудиторий кануло в Лету вместе с Центральным телевидением. Теперь аудитория все более распадается на сегменты, анклавы и островки. Одним из ведущих факторов аудиторной дифференциации выступает регионализация страны или региональная стратификация по уровню развития. На одном конце условной шкалы стоит Москва, Санкт-Петербург и несколько близких по показателям благосостояния городов-миллионников. На другом конце — так называемые депрессивные регионы, дотируемые правительством, информационно отсталые. Инфраструктура досуга, телекоммуникаций, развлечений и культуры в регионах очень неоднородна. Приоритетной исследовательской задачей кафедры телерадиожурналистики ТГУ является изучение региональной специфики сибирской аудитории.

Мы понимаем, что проживание на бескрайних и малозаселенных просторах Сибири накладывает характерный отпечаток на личность жителя этих регионов. Еще и А. Чехов, путешествуя по Сибири, указывал на отличия сибирского крестьянина от крестьянина средней полосы России. В последние годы выдающийся русский писатель В. Распутин немало размышляет о Сибири и сибиряках. По его мнению, сибирский житель составляет особый «тип сибиряка, имеющего отличия и в психическом складе, и даже в физическом облике»[110].

Понятно, что в небольших городах и селах Сибири другой ритм жизни, иное миросозерцание и свои особенные привычки. В том числе свои предпочтения в выборе телевизионных программ. Проблема состоит в том, что территориальная общность, с которой себя идентифицирует человек, не всегда локализована в четких административно-территориальных границах. Эти границы чаще являются размытыми. Никто не может сказать, где заканчивается Урал и начинается Сибирь. Тюменскую область в советскую

[110] Распутин В. Сибирь, Сибирь... Иркутск, 2000. С. 20.

эпоху считали Сибирью, а в 1990-е годы включили в состав Уральского федерального округа. Тем не менее, выделенные по формальному признаку проживания в одном из 12 субъектов Сибирского федерального округа аудиторные группы изучаются социологами настолько основательно, что можно составить обобщенный портрет телезрителя СФО.

Первая общая черта: предпочтение федеральных телеканалов. Лидирующее место в Сибири по телесмотрению (суммарный накопленный рейтинг) стабильно занимают федеральные телекомпании — «Первый канал» и «Россия». Такое «двоевластие» наблюдается в большинстве сибирских городов. «Первый» лидирует в показе сериалов, а телеканал «Россия» — в кинопоказе. Лидерство «Первого» и «России» объясняется историческими и техническими причинами. В сравнении с другими телестанциями, основанными в 1990-х годах, два федеральных канала обладают более мощными спутниковыми и передающими передатчиками, охватывающими многие отдаленные районы и населенные пункты в той или иной области (крае) России, в том числе и в Сибирском регионе. Охват территории СФО сигналом «Первого канала» — 99% (в Томске — 99,8%), сигналом РТР — 95% (в Томске — 99,6%).

За 3—4 место в общероссийских и региональных рейтингах с переменным успехом борются НТВ, СТС, ТНТ и Рен-ТВ. Объективно сложившиеся позиции телеканалов на общероссийском рынке переносятся и на расклад телекомпаний в регионах. Практически во всех областных и краевых центрах Сибири вместе с каналом «Россия» самыми рейтинговыми являются дочерние предприятия ВГТРК — местные телекомпании ГТРК. В Томске — это ГТРК «Томск», в Красноярске — ГТРК «Красноярск», в Кемерове — ГТРК «Кузбасс», в Омске — ГТРК «Иртыш», в Иркутске – ГТРК «Иркутск», в Барнауле — ГТРК «Алтай».

Вторая общая черта сибирской региональной аудитории — возможностей для просмотра телепрограмм у сибиряков меньше, чем у других россиян, а вот среднее время телепросмотра — выше. Ситуация с количеством телеприемников в СФО хуже, чем в среднем по стране, не говоря уже о столицах. В 2006 году в средней московской семье было 1,8 ТВ на домохозяйство, в Санкт-Петербурге — 1,6, а в Барнауле и Томске — 1,3. Безусловный лидер в СФО и в России по продолжительности телесмотрения — Кемерово. В этом городе средний зритель каждый день проводит перед телевизором более 4,5 часов, тогда как в Перми — около 3. В Томске чуть более 3 часов. В среднем по стране этот показатель остается на уровне 3,5 часов. Почему в Кузбассе так любят смотреть телевизор, не совсем понятно.

Ясно, что время телесмотрения не зависит от количества принимаемых телеканалов. 17 кнопок в Перми смотрят меньше, чем 13 в Хабаровске и 11 в Кемерове. Можно только предполагать, что рекордное время общения с ТВ у кемеровчан как-то связано с социально-политической обстановкой в области. Чем более сурова и беспросветна окружающая жизнь, тем больше среднестатистический гражданин ищет радости и утешения в телевизоре. Но это всего лишь догадка, подтвердить которую мог бы только анализ социально-демографического состава, бюджета времени и стиля жизни в Кузбассе. Наше предположение исходит из того, что ритм и стиль жизни влияет на параметры телесмотрения больше, чем что-либо еще.

Помимо количества телеприемников, количества принимаемых телеканалов и продолжительности телепросмотра, сибирскую аудиторию ничего больше от уральской аудитории или, допустим, рязанской не отличает. У нас в СФО так же женщины смотрят телевизор больше мужчин (59% против 41%). Так же треть телевизионной аудитории у нас занимают люди старше 55 лет, хотя в структуре населения пенсионеры составляют около 24 процентов. Сибирская аудитория ТВ так же склонна стареть и становиться всё более женской. Самый постоянный российский (и сибирский) телезритель сегодня — женщина-горожанка 45—55 лет со средним образованием и доходом до 15 тыс. рублей в месяц.

Социально-демографические характеристики телезрителей СФО

Кафедральное исследование 2002 года подтвердило, что «женщины во всех возрастных группах чаще мужчин сидят перед телевизором. Однако мужчина во всех возрастных группах (кроме самой малочисленной — старше 65 лет) управляет выбором программ для просмотра, то есть держит в своих руках пульт дистанционного управления и переключает каналы»[111]. Исследование ВЦИОМ особенностей медиаповедения жителей Томской области подтвердило, что гендерные различия в выборе источников информации имеются. Так, женщины ориентированы больше на газеты и ТВ. Мужчины черпают информацию достаточно часто из интернет-источников и радио. Частое использование радио, вероятно, связано с преобладанием мужчин среди автомо-

[111] Пресса, политика и толерантное поведение : сборник аналитических материалов научно-практического семинара для журналистов области по проблемам формирования толерантности и профилактике политического экстремизма. Томск, 2002. С. 17.

билистов. Мужчины реже смотрят мейнстримовые каналы «Первый», «Россия», НТВ, ТНТ и СТС. Мужчины реже смотрят информационные программы. Продолжительность мужского просмотра ТВ меньше женского примерно на 10%. Мужчины меньше склонны доверять тому, что видят на телеэкране. Все это позволяет говорить о мужском «импульсивном» стиле телесмотрения и женском «фоновом» стиле телесмотрения.

С гендерными параметрами оказываются тесно связанными и возрастные категории телевизионной аудитории. Старея, население становится все более женским, так как мужчины чаще умирают и гибнут в ранних возрастах. Так и телевизионная аудитория становится не только более женской, но и более пожилой, поскольку молодежь находит для себя более интересным интернет-серфинг и скачивание видео с торрентов. Около 40% молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет используют Интернет как источник информации о событиях в стране и мире. Правда, телевидение для этой категории, судя по опросу ВЦИОМ, остается первым по значимости источником информации, а перераспределение времени между источниками происходит главным образом из-за отказа от чтения газет и других печатных изданий.

Некоторые особенности медиа-потребления связаны с образованием жителей региона. Люди с незаконченным высшим образованием обращаются за информацией к телевидению (77%) и газетам (17%) меньше остальных, а вот в получении информации из сети Интернет эта категория наиболее активна (37%). Можно вывести следующую закономерность: чем более образован индивид, тем больше у него источников информации и тем меньше доля каждого из медиа-каналов в структуре его информационного потребления. Люди малообразованные склонны использовать один из медиа-каналов как главный поставщик информации о происходящем в стране и в родном городе. Чаще всего это как раз ТВ или радио, хотя и газеты продолжают оставаться в структуре медиа-потребления этих групп населения.

Данная закономерность очевидным образом коррелирует и с уровнем дохода в изучаемых домохозяйствах. Чем выше доход на одного члена семьи, тем более разнообразно информационное меню и тем выше доля потребления интернет-источников, ставших самыми оперативными СМИ. Другими словами, образованные и состоятельные граждане в Сибири, как и в других регионах страны, более информированы благодаря множественным взаимодополняющим источникам информации, а также регулярному использованию самых оперативных

и наименее цензурированных интернет-СМИ. Своевременная и проверенная по разным источникам информация о происходящем позволяет этим медиа-пользователям принимать обоснованные и взвешенные решения, касающиеся жизненно важных вопросов. Среди множества социальных групп менее всего смотрят ТВ предприниматели и бизнесмены. Они слишком заняты зарабатыванием денег, чтобы тратить время на просмотр телепрограмм.

Сравнивая сибиряков с более обеспеченными москвичами, можно заметить, что жители столицы тратят примерно одинаковое время на просмотр телепрограмм в будни и в выходные[112]. А вот телезрители в сибирских регионах смотрят ТВ в субботу и в воскресенье вдвое больше, чем в будни. Ясно, что в Москве много людей имеют возможность устраивать свой досуг более разнообразно, для большей части москвичей телевидение не представляет собой единственно доступный способ провести свободное время. В сибирской глубинке ТВ зачастую единственный способ хоть как-то отдохнуть и развлечься. Неудивительно, что среди сибиряков меньше телезрителей, которые настроены по отношению к ТВ критично. Зато москвичей можно назвать более искушенными телезрителями, не питающими никаких иллюзий относительно качеств ТВ.

Завершая обзор социально-демографических параметров сибирской аудитории, заметим, что никакой особой местной специфики телезрителя наши исследователи не обнаруживают. Отличаясь по характеру медиа-потребления от москвича или жителя Санкт-Петербурга, сибиряк практически не отличается от уральца или жителя Ставрополья. Однако это наблюдение не отметает потребности в типологическом анализе аудитории и в разработке классификаций телезрителя. Наряду с развитием тезиса о мужском и женском стилях телесмотрения, о городском и сельском режиме просмотра телепрограмм, нуждается в эмпирических обоснованиях и социологических данных научная гипотеза о нескольких моделях медиа-потребления (новостное, облегченно-развлекательное, познавательное) и разных соотношениях этих моделей в сельской местности и в городе.

---

[1] Саржина Е. Д. Москвичи и телевидение: специфика интересов московской телеаудитории // Ломоносовские чтения 2004 г. : сборник статей аспирантов «Россия и социальные изменения в современном мире». Т. 2.

Этнические и языковые характеристики телевизионной аудитории Сибирского федерального округа

Национальный вопрос — тот оселок, на котором могла бы быть завязана желаемая уникальность каждого региона. На территории Сибирского федерального округа проживают представители более 130 национальностей (русские, татары, украинцы, немцы, буряты, хакасы, казахи, тувинцы, алтайцы и т.д.), включая 18 национальностей коренных малочисленных народов Севера и Сибири (эвенки, селькупы, кеты, нганасаны, долганы и др.). Однако «национальные» телеканалы и иноязычные программы существуют только в половине регионов из 12, входящих в Сибирский федеральный округ (в республиках Алтай, Хакасия, Тыва, Бурятия, в Забайкальском крае и в Новосибирской области).

«Национальные» телекомпании так же, как и подавляющее большинство других региональных телекомпаний, имеют небольшой объем собственного производства программ (на 3—4 часа в эфирные сутки), и потому вынуждены идти на сетевое партнерство с одной из московских телесетей[113]. Тяжело наблюдать эфирное соседство информационной или познавательной программы на бурятском или каком-то ином языке с развлекательной передачей ТНТ или СТС. Такое соседство только подчеркивает, как мы все-таки далеки друг от друга. Имеющиеся в Сибири проблемы с иноязычным вещанием можно суммировать в нескольких обобщающих тезисах:

- Мизерная доля вещания на «родном» языке в национальных республиках. Телевещание в Бурятии на национальном языке составляет, к примеру, не более 30% от эфирного времени[114]. В других республиках эта цифра еще меньше (приблизительно 15—20%)[115].
- Отсутствие системы подготовки журналистов из коренного населения на местах (небольшая доля представителей национальных республик учится на русскоязычных факультетах и отделениях журналистики сибирских вузов).
- Отрицательная динамика языковой ситуации, когда многие жи-

[113] Хотя в соседнем Уральском округе свое «телевидение» имеют многие этнические поселки, особенно в Тюменской области, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах.

[114] Депутаты Хурала негативно оценили ход реализации закона «О языках» от 18.12.2009 // http://baikal-media.com/news/society/57291/

[115] В сравнении с другими регионами России это ничтожный процент. Например, в Татарстане, Карелии, Кабардино-Балкарии вещание на национальных языках ведется в прайм-тайм, а в некоторых случаях круглосуточно.

тели республик, особенно в крупных городах, утрачивают владение родным языком, а соответственно не способны воспринимать предоставляемую телеинформацию не на русском языке.

В сравнении с другими сибирскими регионами ситуация выглядит чуть лучше в Бурятии. Аудитория этой республики имеет возможность смотреть четыре «двуязычных» телеканала[116], которые передают в эфир достаточно качественные программы на бурятском языке. В других сибирских субъектах федерации этнические интересы представлены лишь эпизодически и очень скупо. Например, в Забайкальском крае, где проживают 6,1% бурят, на ГТРК «Чита» существует одна информационная программа на бурятском языке «Сагай амисхал» («Пульс времени»). В Новосибирске на канале «РБК-Новосибирск» выходит тележурнал «Мир наций», рассказывающий о взаимодействии городского сообщества с национально-культурными автономиями и организациями.

В других сибирских регионах игнорируют иноязычный эфир, хотя запуск «национальных» проектов мог бы привлечь к местному телевидению новых благодарных зрителей. Например, в Томской области, где проживает около 20 тысяч татар, можно было бы создавать передачи на татарском языке[117], в Омске — на казахском и украинском[118], в Иркутске — на бурятском[119].

У нас много говорят об экономическом развитии, инновационном развитии, но почти не ведут речь о гуманитарной составляющей регионального развития. Надо заметить, что опыт создания не только отдельной программы, но целого многоязычного телеканала в Сибири имеется. Более десяти лет (с 1997 по 2008 год) в Новосибирске существовал канал «Молодая культура Сибири»[120], который был ориентирован на представителей национальных меньшинств, проживающих в городе. Канал выпускал собственные передачи, ретранслировал телеканалы Белоруссии, Армении, Азербайджана, Украины, Грузии[121]. Вещание здесь шло на десяти языках, включая русский.

«Вещательная политика любой национальной телеорганизации не может быть наполнена только национальными моментами, ибо всякая попытка выпячивания национальных особенностей с неизбежностью ведет к более или менее откровенному национализму. В то же время

[116] В других республиках их меньше, два-три канала.

[117] До конца 1990-х годов программа на татарском языке выходила еженедельно на областном государственном радио Томска, после чего потеряла финансирование и закрылась.

[118] В Омской области проживает 81,6 тыс. казахов и 77,8 тыс. украинцев.

[119] В Иркутске в 2007 году на телеканале «Аист» выходили новости на бурятском языке.

[120] С 1 апреля 2008 года в результате сделки с телеканалом РБК он был переименован в «РБК-Новосибирск» и в настоящее ретранслирует его передачи.

[121] http://ru.wikipedia.org/wiki/ Телевидение в Новосибирске.

недооценка национального своеобразия... не способствует внутреннему обогащению национальной культуры... Подобное понимание диалектики национального и межнационального на телеэкране требует от практиков ТВ постоянного поиска сбалансированного соотношения национальных и общечеловеческих ценностей в содержании и форме телепередач, во всех элементах вещательной политики межнациональных каналов и региональных программ»[122].

Телевидение имеет шанс создать языковую картину мира и способствовать дружбе народов. В то же время телевидение может стать инструментом ксенофобии. Нужна продуманная и взвешенная национальная политика органов власти и местного самоуправления, включающая информационное пространство регионов в телевизионный диалог.

Прогноз развития аудиторных исследований в сфере электронных СМИ и телевизионного программирования в регионах

Возможно, самая больная проблема современного регионального телевидения — это нехватка собственных программ, дефицит оригинальных идей и телевизионных форматов. Отсюда вынужденное сетевое партнерство или сотрудничество с телевизионными синдикатами, в продукции которых местные программы растворяются настолько, что зритель перестает воспринимать телеканал как региональный. Качественные исследования аудитории должны ответить на вопрос приоритетного направления производства телевизионного контента региональными телеканалами с учетом исторической и культурной специфики территории и человеческого капитала.

Невозможно быть лучшим во всех сферах, поэтому важно определить направление преимущественного развития телевидения в Томске в производстве программ и приоритетную контент-стратегию. Томск не обойдет Красноярск в производстве информационных программ, не обгонит Кузбасс в выпуске социальных передач и прямых трансляций с народных праздников, но Томск, по нашему глубокому убеждению, может и должен стать лидером в производстве познавательных, научно-образовательных, обучающих программ, что соответствует и статусу

[122] Цвик В. Л. Национальная идентификация телеканалов в эпоху глобализации // Вестник электронных и печатных СМИ Института повышения квалификации работников ТВ и РВ, выпуск № 1, с. 57

города как инновационного, научно-образовательного центра Сибири. В Томске есть пятилетний опыт организации Всероссийского фестиваля «Разум — XXI век», есть опыт разработки и апробации модели познавательного телевидения (ТГУ — 2008).

Ни один из региональных телеканалов до сих пор не брал на вооружение такую важную характеристику аудитории, как уровень образования. Ни один из региональных телеканалов не ориентирован на «знатока» как психографический тип зрителя, ищущего в телепросмотре знаний и компетенций. В эфире есть отдельные программы, раскрывающие успехи научно-образовательного комплекса региона: «Автограф» («Енисей-регион», Красноярск), «Новатор» («РБК-Новосибирск»), «Ученые записки» (ГТРК «Томск»). Однако для попытки перейти с сырьевого на инновационный путь развития страны таких интеллектуальных программ явно недостаточно.

Начавшаяся в 2009 году на Дальнем Востоке цифровизация российского телевидения должна кардинально изменить и информационное пространство регионов, и программную политику телеканалов, попавших во второй или третий мультиплекс. Первым требованием для включения региональной телекомпании в пакет каналов, обязательных для распространения, является высокая доля программ собственного производства. При реализации этого требования «транспортные» телекомпании-ретрансляторы, каких сейчас в регионах немало, должны будут умереть. Выжившие начнут по-настоящему конкурировать за зрителя (в первую очередь за зрителя, а не за рекламодателя) и займутся регулярными аудиторными исследованиями.

Дефрагментированная на малые группы аудитория будущего в корне меняет понятие прайм-тайма как вечернего лежания на диване перед телевизором. Телевидение становится мобильным и востребованным в те промежутки времени, когда у пользователя есть 10—15 минут для ознакомления с новостями или другой значимой информацией. Пиковые зоны внимания к ТВ, очевидно, будут смещаться к полудню. Уже сейчас телевизионные программы «в рабочий полдень» смотрят не только скучающие домохозяйки и пенсионеры, но и социально активные группы зрителей.

Другим трендом изменений в телепросмотре является интерактивность ТВ. Телезритель, который является активным пользователем Интернета, уже не тот пассивный лежебока на диване. Такой зритель хочет сам заниматься программированием своего ТВ и загрузкой наиболее

интересных для него передач для просмотра в наиболее удобное время (может быть, простаивая в автомобильных пробках или просиживая на многочасовых совещаниях). Программы для такого отложенного просмотра должны быть более концентрированными, чем теперь (пятиминутные новости, трехминутный обзор рынка, пятисекундная реклама).

Поскольку бытовая видеотехника становится все более дешевой и все более совершенной в плане разрешающей способности, на телевидении разрастется сегмент программ (сюжетов), созданных самими зрителями. Так называемый User Generated Content сегодня наблюдается только на сайтах типа YouTube и в отдельных рубриках ТВ (на канале «Вести 24» это рубрика «Мобильный репортер»). Но уже в ближайшие годы региональные телекомпании будут использовать в программировании наиболее интересный контент, генерируемый пользователями. Благодаря обращению к интересам конкретного зрителя «здесь и сейчас» к просмотру ТВ вернется молодежь.

В наборе социологических методов исследования аудитории количественные (с использованием электронных приборов регистрации типа пиплметров) будут неуклонно терять свое значение. Когда зритель может сам организовать свое информационное меню, выбирая интересные ему программы из тысяч вариантов, рейтинг как показатель числа тех, кто смотрел программу хотя бы 30 секунд, обессмысливается. Будут расти в цене тонкие исследовательские методики (фокусированные интервью), позволяющие объяснить мотивационные механизмы и закономерности выбора зрителем той или иной программы. Все аудиторные исследования в общенациональном масштабе или в регионах, в конечном счете, служат установлению более чуткой обратной связи между вещателем и зрителем. Должны служить.

Е. Войтик, Ю. Ершов

Типология региональных телекомпаний

Настоящий раздел монографии представляет собой обзор организационно-правовых форм, типов и моделей регионального вещания. Типологический анализ вещательной деятельности сибирских телекомпаний проводится в контексте их взаимоотношений с федеральными телеканалами и телевизионными сетями. Вне этого контекста можно рассматривать только технические параметры вещания и малосущественные различия в организации вещания. Существо вещательной деятельности местных телекомпаний определяется отношениями альтернативности, дополнительности, компенсаторности или конкурентности с центральными телеканалами. Это главный тезис наших типологических изысканий.

Несмотря на большое количество защищенных диссертаций по проблемам регионального ТВ[123], в научной литературе нам не встретилось не только типологии региональных телекомпаний, но даже и развернутого определения регионального телевещания. Очевидно, что слабая концептуальная и нормативно-правовая база регионального вещания не способствует сегодня его развитию, изменению места и усилению роли местных вещателей в системе российских СМИ.

История вопроса. Сколько функций выполняла местная телестудия в советскую эпоху?

Вероятно, первым исследователем, который предложил типологию региональных телекомпаний, был Е.Я. Дугин в начале 1980-х годов, предложивший оптимальные модели регионального телевещания[124]. Типологическое исследование Е. Дугина должно было помочь партийным комитетам на местах в моделировании вещания, или, как тогда говорили, в определении лица студий. Но практического значения типология телестудий не имела, поскольку вскоре после выхода этого труда руко-

[123] Перечень защищенных диссертаций по проблемам регионального телевидения содержится во второй главе монографии.

[124] Дугин Е. Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М., 1982. Подробное описание моделей регионального вещания представлено на стр. 57.

водство партии сменилось, началась «перестройка», и общественное внимание переключилось на абсолютно другие проблемы, нежели программирование телестудий. Однако книга Е. Дугина стала едва ли не наиболее цитируемым источником в исследованиях регионального ТВ последующих десятилетий. Историческое значение этой работы состоит в том, что на основе социологических методик автор показывает, как можно и нужно программировать телеэфир и моделировать вещание местной студии, учитывая специфику аудитории и характер спроса на определенный тип передач.

Судьба пионерной работы Е. Дугина и некоторых других типологических исследований регионального ТВ связана с постоянным изменением места и роли местных телестудий в системе российского телевещания. На протяжении нескольких десятилетий программы местных студий понимались как дополнение к центральному телевидению, как региональный «гарнир» или местная «приправа» к основному информационному продукту. Это представление наиболее ярко выразили Э. Багиров и И. Кацев: «Как бы подробно и всесторонне ни отражала центральная программа жизнь страны, она никогда не сможет охватить всего, да и не должна, ибо многое представляет интерес лишь для части аудитории. Поэтому местные программы служат как бы дополнением центральной, раздвигая панораму жизни за счет более подробного отражения событий и проблем данной местности»[125].

Связка «ЦТ — местная телестудия» по принципу дополнительности имела смысл в системе централизованного государственного телевещания. Однако с распадом ЦТ в 1991 году региональные телекомпании остались один на один с рынком и без всякой поддержки из Москвы. В этот период система регионального телевещания, можно сказать, создавалась заново и на принципиально иных конкурентных основах. Если в 1950-е годы правительство из государственных соображений решало вопрос строительства телебашни, то в начале коммерциализации телевизионного пространства регионов только амбиции местных учредителей и стартовый капитал определяли начало вещания новой станции.

Принцип дополнительности местного вещания сменился принципом альтернативности. Местные вещатели стремились создать такой контент, которого не было, да и быть не могло на государственных телеканалах советской эпохи. Один из создателей томской телекомпании ТВ-2 так сказал об этом в интервью: «Мы считаем, что профессионалами в телевидении мы стали, когда сформулировали для себя идею — сде-

[125] Багиров Э., Кацев И. Телевидение, XX век. М., 1968. С. 44—45.

лать бренд на своей провинциальности. Провинциальности не в том смысле, чтобы без штатива снимать, а в смысле — предлагать зрителям ту информацию, которая центральному каналу никогда не может быть интересна. Мы считаем, что провинциальному телеканалу, если, конечно, он хорошо работает, доверяют больше, чем центральному. Ведь он рассказывает о событиях, которые затрагивают или могут затрагивать непосредственно обывателя»[126].

Новые вещатели в регионах изменили технологию репортерской работы, способ общения с аудиторией, модус взаимодействия с центральными телеканалами в местном эфире. Но они не добавили никаких новых функций телевидению как социальному институту. Как и десятью годами ранее, ТВ продолжало информировать, вести пропаганду, просвещать, воспитывать и рекламировать. Но теперь стало делать все это гораздо искусней, в разных форматах и на многие голоса.

Кому и зачем нужна типология региональных телекомпаний?

Сложность терминологического определения регионального ТВ и его видов, с одной стороны, связана со слабой теоретической разработанностью понятия региона. В настоящее время можно встретить множество определений региона, но большинство исследователей не конкретизируют регионы какими-то территориальными рамками. Действительно, трудно указать на границы, где начинается и где заканчивается Сибирь. Указ Президента Российской Федерации №803 «Об основных положениях региональной политики в Российской Федерации» от 3 июня 1996 г. определяет регион как часть Российской Федерации, обладающую общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий[127].

С другой стороны, сложность терминологических определений связана с неравномерностью экономического развития территорий и информационным неравенством регионов, в некоторых из которых действительно нет своего эфирного пространства и собственных вещателей. Мы полагаем, что существование собственных телевещателей и наличие своих телевизионных программ входит в характеристику региона как территориальной общности. То есть факт наличия регионального телевидения позволяет состояться региону, и, наоборот, со-

[126] Обывательское телевидение // Эксперт. 2003. № 42. 10 ноября.

[127] Режим доступа к документу http://www.zaki.ru/pagesnew.php?id=2716 свободный

стоявшийся регион заботится о региональном телевидении как о своей инфраструктуре.

Региональное телевидение — это совокупность местных вещателей, охватывающих своим сигналом всю территорию края, области или иного административного образования. Региональное телевидение встроено в систему средств массовой информации данной территории и образует вместе с другими СМИ региональное информационное пространство. Именно региональное информационное пространство как совокупность информационных ресурсов и коммуникационных процессов оправдывает существование региональных СМИ, включая и региональное ТВ. При определении регионального телевидения мы используем только один критерий — охват территории и локальную общность аудитории.

Полную характеристику региональному ТВ можно дать только в контексте сложившейся в нашей стране системы СМИ. В отличие от некоторых стран (США, Германия), где все СМИ — местные, а некоторые из местных СМИ имеют общенациональный охват аудитории, у нас, как и в Китае, актуально разделение на местные (региональные) и центральные (федеральные) средства массовой информации. Особенностью российской государственности всегда была и остается сильная и всепроникающая централизация. Именно в нашей стране в советскую эпоху появилось понятие центрального телевидения. Этим термином продолжают у нас пользоваться и поныне, имея в виду московские федеральные («Первый», «Россия», «Культура», ТВЦ) и московские нефедеральные каналы (НТВ, СТС, РЕН ТВ, ТНТ, «Спорт», 7ТВ, «Муз-ТВ», MTV, ТВ-3, ДТВ и др.).

Одним из возможных оригинальных определений регионального ТВ будет определение от противного: «все, что не является московским федеральным вещанием». Поскольку федеральные телеканалы присутствуют в расписании телевизионных передач почти всех населенных пунктов России, региональные вещатели осуществляют свою деятельность с учетом этого факта. Региональный вещатель может выступить как ретранслятор федерального телеканала; региональный вещатель может стать коммерческим партнером той или иной телесети с центром в Москве; региональный вещатель может самостоятельно программировать свой эфир, конкурируя за телезрителя и рекламодателя с федеральными телеканалами и телесетями.

Развернутая, научно обоснованная и инструментально надежная типология телекомпаний нужна государству и профессиональному сообществу. Государство через свои контролирующие и надзорные органы

регулирует телекоммуникационные процессы, регистрируя медийные предприятия того или иного организационно-правового статуса; выдает лицензии на вещание тем компаниям, программные концепции которых успешно проходят конкурсную процедуру. В случае нарушения условий лицензии или действующего в стране законодательства о СМИ официальное разрешение на трансляцию телевизионных программ может быть приостановлено или отозвано.

То есть государство может дать преимущество одним моделям телевещания и ограничить возможности других типов. Но для того, чтобы реализовать это право на пользу всему обществу, государственные чиновники должны досконально разобраться в самих типологических характеристиках и в их соответствии общественному благу. Если президент обозначает курс России на инновационное развитие, то очевидно, что информационно-развлекательные телеканалы (используя определение Е. Дугина) не слишком вписываются в задачи модернизации страны, а познавательно-образовательные — вписываются вполне.

Типология телекомпаний есть результат анализа телевизионной практики и инструмент ее моделирования. С помощью типологического анализа мы глубже понимаем механизмы вещательной деятельности и точнее ставим задачи для контент-менеджеров телекомпании. Развитая типология нужна профессиональному сообществу журналистов и менеджеров для определения своего места в медиа-индустрии и на местном рынке. Типы телекомпаний, равно как и модели телевещания, — это представление многовариантности развития информационного пространства регионов. Есть тренд, но всегда имеется и альтернатива. Надо понимать, что тенденции телевещания создаются сегодня теми, кто делает программу для эфира. Даже если эти люди не склонны размышлять о том, чему они служат и как они влияют на информационную картину дня и на телевизионное пространство в целом.

Очевидно, что типологическое знание в области телевещания необходимо и общественности, если она хочет влиять на состояние ТВ как социального института.

Вопросы собственности и источников финансирования телекомпаний

Типология вещателей по форме собственности и источникам финансирования выглядит совершенно новой, поскольку в прежнюю эпоху вся собственность на средства производства была государственной.

Сегодня из 100 телекомпаний Сибирского федерального округа насчитывается 12 государственных и 88 частных. Большой проблемой является отсутствие публичной отчетности и достоверной информации о собственниках телекомпаний. Вероятно, некоторые государственные служащие высокого ранга, чиновники областных и городских администраций через доверенных лиц владеют частными вещательными компаниями. В ходе избирательных кампаний порой становятся известными медийные активы некоторых влиятельных депутатов[128].

Немного случаев, когда общественности становится известен факт приобретения областной администрацией пакета акций частной телекомпании (как, например, в Иркутске, где частная телекомпания «АИСТ» продала 60% акций администрации). Можно сказать, что доминирующим в типологии телекомпаний становится государственно-частное партнерство (ГЧП) как смешанный тип собственности. В отличие от акционерного капитала, у ГЧП меньше административных барьеров и политических рисков. В отличие от государственной собственности бывших унитарных предприятий, у ГЧП нередко более эффективный менеджмент и более гибкое финансирование.

Вопрос источников финансирования еще более важен сегодня, чем вопрос собственности. Учредить телекомпанию не столь уж сложное дело, но куда труднее обеспечить ее выживаемость и развитие на малобюджетных рынках. Наши многолетние наблюдения за деятельностью медиа-менеджеров региональных компаний показывают, что на местном уровне бизнес делается с оглядкой на власть, которая всегда присутствует в делах бизнеса. Так, для некоторых инвесторов медийный бизнес является не средством получения прибыли от собственно продаж эфирного времени, но средством для повышения собственной капитализации и конвертации паблицитного капитала в какие-то иные дивиденды.

Выжить можно при любой власти и развиваться можно при любом организационно-правовом статусе предприятия, если телекомпания использует все возможные источники финансирования: покупку эфирного времени рекламодателями, спонсорские программы, сопровождение избирательных кампаний, госзаказ на проведение прямых линий с губернатором и т.п. Государственные компании, призванные быть про-

[128] К примеру, бывший официальный представитель республики Алтай в Федеральном Собрании Анатолий Банных до недавнего времени владел не только финансово-промышленной группой «СИБМА», но и несколькими изданиями и телекомпаниями, включая «ВЕГА ТВ».

пагандистами правительственной идеологии, активно зарабатывают деньги на политическом и рекламном рынке, по сути, становясь коммерческими компаниями с не совсем прозрачными финансовыми потоками и другими преимуществами перед частным капиталом. Частные же компании, призванные получать прибыль для своих собственников, вынуждены подчинять свои бизнес-решения задаче формирования необходимого собственникам общественного мнения среди элиты и лоббированию их интересов во власти. В некоторых регионах бывает, что частные телекомпании в верстке информационных программ выглядят большими государственниками, чем филиалы ВГТРК.

При доминанте государственно-частного партнерства, сочетаемости бизнес-модели и политических стимулов управления регионы получили большое разнообразие коммерческих телекомпаний разных организационно-правовых форм, но отдалились от понимания телевещания как общественной службы. Даже в советскую эпоху засилья идеологических догматов местные телекомпании выпускали в эфир достаточно много познавательных, образовательных, просветительных, развивающих, художественных программ, которые давали аудитории высокие культурные образцы и знания. В определенном смысле местные телестудии 1950-х годов, подчиняясь партийным комитетам, были общественными по духу и приоритетным задачам вещания.

С повсеместной коммерциализацией 1990-х годов последние элементы общественного вещания ушли из регионального телеэфира. Сегодня в системе региональных СМИ ощущается содержательная пустота, связанная с отсутствием общественных телекомпаний и общественных радиостанций как класса. Не создано у нас и того, что в европейских странах называют публично-правовыми или общественно-государственными СМИ. Между тем общественное вещание наряду с процедурой демократических выборов и многопартийной системой является показателем европейской развитости любого государства. Приходится с сожалением констатировать, что наша страна еще не достигла такого уровня развития, чтобы правительство само себя ограничивало в пропаганде своих достижений через государственные СМИ и создавало бы законодательные условия для появления общественного вещания.

В последнее время приходится слышать, что роль общественного ТВ взял на себя Интернет. Пока аудитория интернет-сайтов насчитывает тысячи и сотни тысяч пользователей — это маргинальная информационная среда, не оказывающая значительного влияния ни на общественное мнение, ни на решения власти. Как только счет интернет-пользо-

вателей пойдёт на миллионы, тогда государство и бизнес возьмутся за Интернет «всерьез и надолго».

Окружное телевидение — межрегиональное или провальное?

Одним из самых очевидных и осязаемых критериев выделения регионального ТВ является охват территории и, соответственно, аудитории. По охвату территории традиционно выделяют телевидение **транснациональное** (иногда используют термин «трансграничное»), **общенациональное** (у нас в стране федеральное или центральное), **региональное** и **местное** (последнее с охватом от уровня города, района и других муниципальных образований).

Это классификационное основание действует с советских времен, когда телезрители знали «Интервидение» и могли видеть улусное ТВ где-то на полуострове Таймыр. В новейшую эпоху новых типологических единиц к описаниям охвата не добавилось. Но попытки создать новый тип телекомпании предпринимались. При создании в 2000 году указом Президента РФ N°849 семи федеральных округов наиболее предприимчивые медиа-менеджеры решили, что получили карт-бланш на создание межрегиональных телекомпаний. Девизом этих проектов стало «создание единого информационного пространства в регионах».

В 2001 году при поддержке министра печати М. Лесина и председателя ВГТРК О. Добродеева гендиректор ГТРК «Новосибирск» Я. Лондон на средства владельца компании «Базовый элемент» О. Дерипаски создал окружную телекомпанию «ТВ-Сибирь». Правда, в эфир телекомпания вышла с информационными выпусками только осенью 2002 года, а уже через полгода начались трудности с лицензированием и с финансированием проекта. Летом 2003 года большинство сотрудников, которых переманивали высокими зарплатами в основном из кузбасских и алтайских телекомпаний, были выведены за штат без выходного пособия.

Несмотря на то, что на Урале подобная окружная телекомпания — «Ермак» — существует уже семь лет, эксперимент по созданию межрегиональной телекомпании на территории федеральных округов удачным назвать нельзя. Во-первых, создатели «Ермака» и «Сибири» не решили задачу охвата огромной территории (в СФО это 5114,8 тыс. кв. км, в Уральском округе — немногим меньше). На такой охват потребовалась бы огромная приемопередающая сеть, свободные частоты, вещательные лицензии и финансовые затраты, на которые никто, как вы-

яснилось, не был готов. Видеть программы «ТВ-Сибирь» могли только в Новосибирске.

Во-вторых, на такой огромной территории, разделенной несколькими часовыми поясами, разные климатические и, самое главное, экономические условия. Оленевода-эвенка из поселка Тура Красноярского края, рабочего агропромышленного холдинга на юге Омской области и, допустим, учителя из Иркутска мало что связывает на самом деле. Им неинтересно смотреть новости про далекие территории, которые живут другой жизнью. Новосибирск никто из них не считает столицей края, а хроникальные сообщения из этого города вряд ли будут иметь статус общенациональных новостей, оправдывающий их распространение.

Проект Я. Лондона мог бы иметь успех только в том случае, если бы собранный им со всей Сибири профессиональный коллектив тележурналистов начал в режиме студии-продакшн готовить высококлассные программы для региональных телестудий. В 1950—1960-е годы местные телестудии регулярно обменивались лучшими программами, а потом практика программного обмена угасла. С 1992 по 1996 год АНО «Интерньюс» вела программу «Время местное», сутью которой был обмен информационными сюжетами разных жанров (прежде всего, неоперативного характера) между десятками местных телекомпаний — участников программы.

Если бы «ТВ-Сибирь» стала такой площадкой для творческих экспериментов и обмена журналистским опытом, создала горизонтальные связи между региональными телекомпаниями, то проект удался бы. Но у Я. Лондона была задача, прежде всего, потратить 10 миллионов долларов, выделенных компанией «БАЗЭЛ» для создания окружного ТВ. Была и еще одна причина для провала проекта окружного ТВ — непрозрачность вопросов собственности и источников финансирования. За полтора года реализации проекта Олег Дерипаска так и не смог понять, когда и в какой форме он будет получать дивиденды от инвестиций в окружное телевидение. И, естественно, бизнесмен быстро потерял интерес к такому вложению денег.

Чтобы понять логику образования государственных и негосударственных вещателей в провинции, необходимо рассмотреть триаду ключевых понятий «Центр — Регионы — Окраины». Между центром и регионами складываются такие же отношения зависимости, подчинения, как между регионом и его окраинами. Метрополия забирает из регионов налоговые платежи, конкурентоспособную продукцию и лучших специалистов, а взамен дает бюджетные субсидии, импортные

товары и культурные образцы (включая и телепрограммы центральных каналов). Чем дальше от столицы, тем меньше возможностей приема телепрограмм, разнообразия телеканалов и качества телепродукции. Областные и краевые центры так же ведут себя по отношению к районам и к городам областного подчинения, как столица по отношению к провинции.

Местные коммерческие телекомпании мало заинтересованы в распространении своих программ на территории районов области, потому что при этом необходимо оплачивать связистам распространение сигнала, но охват окраин пока не обещает таких рекламных доходов, какие можно получить от трансляции программ в областном центре. Для областной администрации вопрос затрат и прибылей не является приоритетным, а вопрос политического влияния среди избирателей весьма актуален. Поэтому областные телевизионные каналы (сети) имеют чаще всего государственный правовой статус.

Что касается окружных вещателей, как в Сибири, так и на Урале, то их статус с самого начала был под сомнением, как и административно-правовой статус представителей Президента РФ в федеральных округах, которые не являются частью административно-территориального деления Российской Федерации, но представляют собой искусственные и нежизнеспособные образования.

Сетевые телестанции versus независимые вещатели

В последние десятилетия мир захватили самые разные сети: торговые, банковские, компьютерные, телефонные, социальные и телевизионные. Телевизионная сеть — коммерческая форма организации телевещания, основанная на деловом партнерстве между центральным раздатчиком программ (экспансором) и местным вещателем (ретранслятором). Выгода экспансора в том, что он через сетевых партнеров с их лицензиями на вещание получает доступ к местной аудитории и расширяет тем самым свои рекламные возможности. Выгода региональной компании в том, что через сетевое партнерство вещатель получает эфирный продукт, приобрести право на который за свои деньги регионалам было бы слишком затратно.

Сети создавались изначально для зарабатывания денег на телевизионной рекламе и ни для чего более. В отличие от федеральных телеканалов, у сетей, кроме философии бизнеса, никаких других идей нет. Телесети стали агрессивно себя рекламировать и проводить активную

программную политику, ориентированную в первую очередь на развлечение, а не на информационное влияние и пропаганду. Это привлекло к сетевым программам молодежь, доля которой в аудитории сетей по всем социологическим исследованиям выше, чем в зрительских группах федеральных и региональных телеканалов.

В Сибирском федеральном округе, по нашим подсчетам, работает всего около 100 телевизионных вещателей разной организационно-правовой формы. Треть из них осуществляет вещание «Первого канала» и программ ВГТРК, включая телеканалы «Культура» и «Спорт». Более 60% сибирских телекомпаний работают в эфире по соглашениям о сетевом партнёрстве, ретранслируя СТС, ТНТ, НТВ, РЕН ТВ и другие сетевые каналы. И только около 3% вещателей занимаются независимым программированием (иркутский «АИСТ», ТВ-2 из Томска и др.). Независимой местная телекомпания может быть только в программировании, и вряд ли в каких-либо других вопросах.

Анализ лицензионных обязательств и вещательных сеток телекомпаний сибирских городов показал, что в среднем канал-экспансор получает право на 84% эфирного времени в рамках сетевого партнерства. Это соответствует примерно 20 часам эфира при круглосуточном вещании. Следовательно, в среднем местный канал, вступающий в сетевое партнерство, оставляет себе лицензионное право не более чем на четыре часа вещания. Проблема заключается в том, что руководители местного телеканала, даже если доля их собственной продукции в эфире составляет менее 10%, считают эфир своим. А вот зрители при маленькой доле местной телепродукции перестают воспринимать телеканал как местный.

Для нашего исследования важно подчеркнуть, что телевизионные сети создавались для регионализации рекламного бизнеса. Первая такая сеть — НВС — представляла собой кооперативное объединение группы негосударственных станций, директора которых встретились на семинаре «Интерньюс» в 1993 году. Они решили объединить ресурсы для приобретения большего количества качественных лицензионных программ. Сеть быстро выросла и распространилась на территорию СНГ, но общенациональной она стала только тогда, когда к региональным возможностям дистрибуции добавились возможности производящей московской телекомпании РЕН ТВ.

Если рассмотреть табличные данные по представленности сетей в СФО (см. Приложение), то можно увидеть, что в 7 краях и областях округа присутствуют 13 сетей. Самое широкое представительство име-

ют СТС, ТНТ, ТВЦ, телеканал «Домашний» и НТВ: они присутствуют во всех регионах с очень высокой долей сетевого продукта (97% у ТНТ, 95% у СТС, 96,85% у «Домашнего» и 99,7% у НТВ, 88% у ТВЦ). Еще из табличных данных можно увидеть, что Томск стал самым разработанным сетями областным центром. Справедливости ради следует обратить внимание на необычно пониженную долю сетевого программирования в партнерстве. В Томске она составляет в среднем 79%, когда в других субъектах федерации колеблется от 94 до 99%. Однако понижение доли «сетевиков» в томском эфире связано не с противостоянием московского и томского продуктов, а с тем, что на все сети технических каналов вещания не хватает. В Томске сети вынуждены мириться с дроблением вещательной сетки и соседством на одном канале двух сетей. К примеру, ТВЦ, MTV, МузТВ и РБК приходилось делить между собой два канала. В других городах каждой сети щедро выделяют целый канал для вещания.

Можно заметить также, что Барнаул — наименее освоенный сетями город СФО. В Барнауле присутствует только 8 из 13 телевизионных сетей. Правда, те, что пришли в Барнаул, почти не оставили никакого эфирного пространства местным партнерам по сети, забрав себе 98,30% времени на каналах.

Завершая обзор характеристик сетевого партнерства, заметим, что сети за десять лет развития еще не исчерпали ресурсов роста. Логика телевизионного бизнеса такова, что сетям необходимо все — все телевизионное пространство регионов. И пока в каком-нибудь небольшом сибирском городе будет свободная частота, сетевые компании будут стремиться проникнуть и туда, чтобы заполнить своими программами весь эфир.

Сетовать по поводу экспансии сетевиков в регионы не имеет смысла. Пока в регионах местные телекомпании не начнут объединять творческие усилия, обмениваться собственными программами, налаживать синдикаты по производству циклов передач и, самое главное, поднимать качество программирования, противостоять агрессивным захватам местного эфира они не в состоянии. Надо только всему телевизионному руководству в регионах осознать масштабы распространения телевизионных сетей и последствия вытеснения местного вещания сетевым. Что касается местных властей, то было бы правильно оказывать финансовую поддержку региональным телекомпаниям с самостоятельным программированием и высокой долей собственной эфирной продукции.

Когда в конце 1960-х годов вводили многопрограммное телевещание посредством спутниковой системы «Орбита», немало местных телестудий закрыли, потому что переоборудовать их все было дорого[129]. У местных властей, которые 10—15 годами ранее вкладывали деньги своих предприятий в строительство телецентров, такое решение, мягко говоря, не вызвало энтузиазма, однако радикальные инициативы Центра были для них не в новинку. В начале 1990-х годов Гостелерадио распалось, региональные государственные телерадиокомпании остались один на один с неустоявшимся рынком. Им приходилось создавать рекламные службы и учиться зарабатывать на рекламе. Областные и краевые администрации чаще всего помогали ГТРК материально, поскольку не могли пустить их по миру.

Когда президентство перешло от Б. Ельцина к В. Путину, Кремль сразу же стал собирать потерянные в прошлый период земли (территории), включая и телевизионные ресурсы. Новый министр по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций М. Лесин взялся за реорганизацию ВГТРК, которая включала изменение организационно-правового статуса региональных телекомпаний, оптимизацию их штатов на 30—40% и сокращение эфира вдвое. По сути дела, ГТРК стали корпунктами программы «Вести», хотя стали называться филиалами ВГТРК. Председатель ВГТРК перестал советоваться с губернаторами при назначении директоров региональных государственных телекомпаний и стал присылать на руководство ГТРК «варягов».

Региональные элиты и в этот раз могли бы стерпеть очередное унижение, если бы их выживаемость не ставилась в зависимость от результатов выборов. Если правящая партия проигрывает выборы, то губернатор может и креслом своим поплатиться, поскольку, по представлению Кремля, теряет контроль над вверенной ему территорией и умонастроениями масс. А без телевизионного массажа новостями сегодня никакого общественного настроения не создашь. Так губернаторы в большинстве субъектов федерации пришли к необходимости запустить в эфир собственные, губернаторские, а для благозвучия — губернские телеканалы.

Учреждение губернских телеканалов можно назвать квазисоветским, потому что в прежнюю эпоху областной комитет партии так же управлял областной студией ТВ. Однако сейчас телеканалов в каждой обла-

[129] Подробнее об этом можно прочитать в историческом очерке «Телевидение Сибири».

сти много, они жестко конкурируют за зрителя и рекламодателя. И никто не даст гарантии в том, что учрежденный губернатором телеканал будет высок в рейтингах и успешен в хозяйствовании. Скорее, он будет неэффективен в экономическом плане, потому что государство — не самый успешный менеджер. Некоторые губернские телеканалы годами сотрясают скандалы из-за нецелевого расходования бюджетных денег.

Понимая все эти риски, администрации краев и областей все равно идут на создание губернских телеканалов. Им нужен собственный влиятельный медиа-ресурс в избирательных кампаниях и необходим охват всей территории края. Коммерческим каналам, равно как и издателям, невыгодно доставлять сигнал (часть тиража) по всем районам области, им хватает областного центра. А государственным управленцам надо дойти до каждой деревни. И связывание информационного пространства края воедино — самый, пожалуй, действенный аргумент при создании нового телеканала.

В Сибири первым губернатором, решившимся на создание собственной альтернативы ГТРК, был Л. Полежаев. В 1998 году в Омске появилось ОАО «Омская региональная телерадиовещательная компания 12 канал». В Новосибирске не стали учреждать новый телеканал, а приспособили для политических нужд государственное унитарное предприятие ОТС — Областные телевизионные сети. В Кемерове губернатор Аман Тулеев доверил руководство созданным в 2001 году телеканалом «СТС-Кузбасс» директору ГТРК «Кузбасс» Т. Алиевой. В том же 2001 году в Красноярске появился краевой телеканал «Енисей-Регион», перед которым поставили задачу охватить всю огромную территорию края.

С задачей охвата территории краевой канал справился, а вот с производством социально значимого контента — не очень. Депутаты Законодательного собрания края выражают крайнее недовольство качеством программ телеканала «Енисей-Регион». С ними согласны и некоторые чиновники администрации губернатора. Депутат ЗС края Валентина Бибикова, член наблюдательного совета телеканала «Енисей-регион», говорит: «Посмотрев передачу «Шляпа в деревне», я пришла в ужас! Трудно поверить, что она могла заменить «Сельские грани». Ведущие развлекаются, задают необязательные вопросы и получают ни к чему не обязывающие ответы. Программа заявлена как информационно-аналитическая, но там нет ни информации, ни аналитики»[130].

[130] Красноярский форум. Доступ http://www.reklama-mama.ru/news/krsk/news-15912/ свободный.

Не считают нужным тратить бюджетные деньги на губернаторский телеканал в Иркутске, где администрация решила поддержать уже сложившийся медиа-бренд «АИСТ». Не стали учреждать новый телеканал и в Алтайском крае. В Томске идея также не реализовалась, однако медиа-проекты с участием губернатора регулярно транслируются на нескольких каналах: на ГТРК «Томск» дважды в месяц М. Минин представляет программу «Так говорит губернатор», телеканал ТВ-2 ежемесячно выпускает программу «100 вопросов губернатору», на телеканале ТНТ (NTSC) также раз в месяц выходит программа «День с губернатором» (автор — И. Горина, старожил томской политической журналистики). Как видим, отсутствие губернского телеканала не мешает В. Кressу выступать перед томичами так часто, как в том возникает необходимость.

Районные телестудии — феномен малобюджетных рынков

Районные телестудии есть во всех областях и краях СФО. В Новосибирской области, к примеру, таких студий — 22. На 30 районов количество достаточно внушительное. В Томской области сегодня осталось всего пять районных студий. Как и центральные и областные телекомпании, районные студии делятся на государственные и частные. Государственные, как правило, подчиняются либо районной администрации, либо отделу культуры районной администрации (что в принципе одно и то же). Есть еще одна типологическая категория — это ведомственные телестудии. Таких на сегодняшний день две: телестудия в Черепаново (принадлежит Черепановским электросетям) и студия «Спектр» в Искитиме (заводская). На севере Томской области, в Стрежевом, была одна ведомственная телестудия, принадлежавшая ОАО «Томскнефть», но она несколько лет назад закрылась.

Теоретически районные журналисты ежедневно занимаются подготовкой и выпуском программ новостей. При этом, как правило, новости выходят раз в семь дней — своеобразный анализ событий за неделю. Студия, выпускающая новости ежедневно, в Новосибирской области только одна — частная компания «4+» в г. Куйбышеве. Те электронные СМИ, что принадлежат районным администрациям или отделам культуры, получают деньги из бюджета. Поступления, конечно, ничтожно малы, как правило, их хватает только на заработную плату. На техническое оборудование, выезды, командировки, то есть на повседневную жизнь, деньги зарабатывают сами.

Первый источник дохода — это поздравления от жителей. Специфика сельской аудитории такова, что они с удовольствием смотрят, как поздравляют Марию Петровну или Василия Кондратовича, и готовы платить за это деньги. Второй источник — это объявления бегущей строкой или рекламный блок, длящийся 5—10 минут. И третье, самое доходное и типичное только для сельских телестудий, — это съемки свадеб и прочих семейных торжеств. Еще один эксклюзивный источник дохода — съемки заказных фильмов (например, «70 лет локомотивному депо» (г. Татарск)).

Прямое финансирование из бюджета — явление редкое, но все же имеет место. Телекомпания в Болотном, например, получает 150 тысяч рублей в год из районного бюджета по статье «Поддержка СМИ». Относительно хорошо финансируется и телекомпания в Колывани. В Томской области наиболее мощной является ООО «Студия телевидения Колпашево «ТВК». Это частное предприятие, учрежденное одним юридическим и пятью физическими лицами (директор — С.А. Вихров). ТВК имеет договор о сетевом партнерстве с телекомпанией РЕН ТВ, что для районных студий достаточно редкое явление. В штате компании 20 сотрудников, 9 из которых работают на создание информационных программ. Рекламная служба ТВК размещает ежемесячно объявления примерно 100 фирм и 500 частных лиц («бегущей строкой»). По техническому оснащению Колпашевская телекомпания превосходит не только остальные районные телестудии Томской области, но и некоторые городские телестанции.

Однако лицензий на вещание нет практически ни у одной районной студии. Можно сказать, что такие студии существуют полулегально. Отсутствие нормативно-правовой базы сдерживает появление новых вещателей. Были попытки наладить регулярное телевещание в Кривошеине, Молчанове, Парабели Томской области. Однако телестудии в этих селах закрылись по финансовым причинам или не смогли набрать необходимый штат творческих и технических сотрудников. Общая проблема районных телестудий — это дефицит рекламодателей на объективно малых и неразвитых рынках. Потенциальная аудитория телевещателей в отдельных районах Томской области оценивается всего в 10—20 тысяч телезрителей. Тем не менее, телевидение в системе государственных коммуникаций высоко ценят областная и районные администрации. Губернатор Томской области, посещающий тот или иной район с инспекционной поездкой, всегда дает интервью в местной телестудии, не упуская возможности обратиться к сельским избирателям в телевизионном эфире.

В программной политике районных телестудий основное место занимает выпуск новостей. Типичными для районных вещателей являются тематические программы для пенсионеров, портретные зарисовки и телеочерки («Мои земляки»), «Актуальное интервью» и «Прямая линия» с главой и ведущими специалистами районной администрации. Творческий импульс районным тележурналистам нередко дают учащиеся и учителя, которые стремятся организовать телестудии в общеобразовательных школах. Так, школьная студия «Звонок» Степановской сельской школы Верхнекетского района Томской области создала 82 видеофильма, некоторые из которых награждены дипломами всероссийских фестивалей в Санкт-Петербурге и Москве. Школьный телецентр села Красный Яр (Кривошеинский район) оснащен спутниковым оборудованием (приемно-передающей и приемной станциями), необходимым для организации кабельного учебного телевидения.

Будущее районных телестудий зависит от социально-экономического климата в сибирских регионах. Если в сельской глубинке будет активнее развиваться частное предпринимательство, вырастет платежеспособный спрос на товары и услуги, то местные телевещатели найдут источники дохода в коммерческих заказах малого и среднего бизнеса. Показателем этой тенденции служит появление 10 частных районных газет как альтернативы 16 муниципальным «районкам» в Томской области. Рост рекламных поступлений позволит телестудиям провести техническую модернизацию, привлечь квалифицированных специалистов и расширить объем собственного вещания. Телестудии в районах необходимы уже затем, что связывают несколько сот тысяч жителей огромной территории в единое социальное пространство, позволяя им ощутить причастность к повседневной жизни области, почувствовать себя сообществом.

Задачи «цифровизации» ТВ в контексте модернизации страны

В июне 2009 года Президент России Дмитрий Медведев подписал указ «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах». В нем был определен список теле– и радиоканалов, обязательных для бесплатного распространения на всей территории России. В список вошли «Первый канал», «Россия», НТВ, «Пятый канал», «Вести-24», «Культура», «Спорт», «Детский канал», а также радиостанции «Радио Россия», «Маяк» и «Вести FM». Все эти каналы станут

первыми, которые увидят зрители цифрового телевидения (так называемый «первый мультиплекс»).

Примечательно, что в первый мультиплекс не вошел региональный телеканал как тип, но было обещано, что региональные каналы в перспективе обязательно войдут во второй и третий мультиплексы. А пока создана рабочая группа по отбору региональных телеканалов в пакет, обязательный для распространения. Предполагается, что в каждом субъекте РФ будет образовано ОАО, в состав учредителей которого войдут представители органов власти субъектов РФ, представители РТРС, операторы связи, независимые операторы телерадиовещания и основной вещатель, формирующий канал, то есть тот, кто получит лицензию на цифровое вещание.

Региональный же канал-претендент будет отбираться по трем признакам: по наличию у него собственного программирования и некоего минимального объема производства собственных программ, по показателям охвата населения региональными программами, по способности оплачивать услуги связи. Так, в частности, подбирались каналы в Свердловской и Ростовской областях, в Ханты-Мансийске, где «Связьинвест» при участии министра связи не так давно запустил цифровое телевизионное вещание.

И все-таки пока неясно, кто будет формировать второй и третий мультиплексы — оператор пакетной раздачи каналов, или оператор связи, или вещатель? Учитывая то, что большая часть региональных телекомпаний сегодня — это сетевые партнеры, вопрос о параметрах объемов собственного вещания канала становится первоочередным. Приоритетную значимость приобретает и терминологический вопрос о критериях определения понятия «региональный канал». Нельзя исключать, что под видом регионального канала в цифровые мультиплексы полезут те, кто еще недавно втягивал местных вещателей в коммерческие телевизионные сети.

Вообще переход к цифровому ТВ — это переход на другую систему взаимоотношений. Современного человека невозможно представить без Интернета и DVD, но технология доставки цифрового потока в домовладения потребителя не интересует, его внимание сосредоточено на удобстве использования предлагаемых сервисов, их стоимости, качестве доставляемого контента. Цифровой контент, который будет доставляться через мобильное ТВ и IPTV, — вот главный вопрос «дигитализации» эфира.

Важно, что первые лица нашего государства постоянно высказываются в пользу «правильных» программ на ТВ. Например, В.В. Путин отметил: «Сегодня очень много претензий к содержанию программ радио и телевидения. К тем ценностям, которые воспитываются телевизионными и компьютерными играми. Об этом мы часто говорим. И задача творческой интеллигенции, творческой элиты — создавать такие культурные образцы, которые смогут вытеснить из средств массовой информации убогие персонажи и сюжеты. Надо прямо признать: просветительская задача сегодня практически исключена из эфирной политики. Большинство центральных телеканалов нарушают условия лицензий в части детского вещания. В этой связи надо как минимум контролировать соблюдение лицензионных норм. Хочу обратить на это внимание министерства. А в целом — развивать принципы лицензирования с учетом расширения детского вещания. Считаю, что государственным каналам телевидения необходимо вернуться к практике научно-познавательных и образовательных передач, ориентированных на потребности детей»[131].

Телевидению как социальному институту нужна идея для перезагрузки своих функций и обновления программной политики. Думается, что познавательное вещание и есть такая идея для модернизации всего российского телевидения. Понятие познавательного телевещания имеет столь же эвристический характер для массовых коммуникаций, как термин инновации для развития экономики России.

Устойчивое развитие страны требует не только перевооружения промышленности, но и существенного повышения интеллектуального потенциала нации — способности людей производить и усваивать новые знания, создавать и поддерживать высокую техническую культуру наукоемкого производства, повышать свою квалификацию. Развитие интеллектуального потенциала нации — задача не только системы образования, но и системы СМИ.

Советское телевидение в лучших своих традициях было познавательным и общественным по сути функционирования, пока не стало пропагандистским и однонаправленно-безадресным. За рубежом многие национальные вещательные корпорации и общественные телекомпании целенаправленно занимаются просветительством, находя

[131] Вступительное слово на заседании Совета при Президенте по культуре и искусству. Официальный сайт Президента России. URL: http://www.kremlin.ru/appears/2002/03/05/0001_type63378_28825.shtml 5 марта 2002 года.

для этого комбинированные формы финансирования производства познавательных программ.

Развлекательное ТВ само себя поддерживает. Поддержать на региональном уровне производство познавательных программ для телевизионного эфира — реформаторская задача государства, медиа-индустрии и общественности.

Современное телевидение многообразно, и типологизировать его можно по разным основаниям. **По форме собственности** на средства производства телепрограмм **и источникам финансирования**: государственное, частное, частно-государственное и разные формы общественного (публично-правового) телевидения. **По охвату территории**: транснациональное, общенациональное, региональное и местное (городское или муниципальное, районное, поселковое, улусное и т.п.). **По организации вещания**: сетевое, синдикативное и независимое в программировании. **По техническим каналам передачи сигнала**: эфирное и неэфирное (спутниковое, кабельное, IPTV, мобильное и т.п.). **По преимущественным задачам и содержательным доминантам в программировании**: иновещательное, информационное, развлекательное, познавательное и т.д.

При выделении регионального телевидения мы используем только один критерий — охват территории и локальную общность аудитории. Но в сочетании с другими типологическими основаниями региональное телевидение дает значительное многообразие форматов и классов. Сегодня в региональном информационном пространстве мы встречаем все возможные виды телевещания (кроме общественного) и гораздо большее разнообразие типов компаний, чем в федеральном телеэфире. Разумеется, региональное телевидение менее зарегламентированно и менее контролируемо. За это и денег у него гораздо меньше.

Если взять моду в социологическом понимании как центр распределения частот, то наиболее типичной сибирской телекомпанией будет организация в форме ООО (общество с ограниченной ответственностью), учрежденная несколькими физическими лицами в 1994 году. Вещает эта сибирская телекомпания на территории промышленного города с населением около 300 тысяч жителей. Она является сетевым партнером РЕН ТВ (или СТС) и вставляет в региональные окна вещательной сетки около 3,5 часов собственных программ в эфирные сутки.

Собственными программами региональной телестанции является

утренний информационно-развлекательный телеканал (2 часа прямого эфира), получасовой выпуск новостей вечером и повтор информационной программы ночью с подверсткой новых комментариев или «гостя студии». К названным постоянным элементам расписания передач региональной телекомпании добавляется пара нерегулярных программ, которые она делает по заказу какой-то корпорации или администрации (госзаказ). Для сбора рекламных заказов в телекомпании создан отдел продаж.

Продажа эфирного времени местным рекламодателям позволяет телекомпании оплачивать доставку аналогового сигнала аудитории, аренду производственных и офисных помещений, зарплату пяти десяткам сотрудников. Собственных финансовых средств на постройку здания или на техническую модернизацию производственной базы у телестанции не хватает. Организация испытывает острую нехватку профессиональных кадров (особенно репортеров, операторов, рекламных менеджеров), а ее наиболее амбициозные молодые сотрудники уезжают искать счастья в Москву. Будущее телекомпании слишком сильно зависит от расположения местной власти и от состояния деловой активности в регионе.

Чтобы упрочить шансы на успех, сибирской телекомпании нужно найти партнеров в регионе. Завязать контакты с такой же местной телестанцией, решающей те же самые проблемы один на один с малобюджетным рынком и административным давлением. Нужно обмениваться лучшими программами, учиться друг у друга. Региональным телекомпаниям надо создавать ассоциации, профессиональные гильдии, союзы, чтобы не пропасть поодиночке. Взять тот же вопрос включения в региональных вещателей во второй мультиплекс каналов, обязательных к распространению. Почему этот вопрос должна решать какая-то комиссия в Москве? Что они там, в столице, лучше знают местные условия и региональные возможности? Но один голос из глубинки не будет услышан. А вот согласованное общее мнение всего регионального ТВ обязательно будет учтено.

Ю. Ершов

Программирование телевещания в регионах Сибирского федерального округа

Программированием называют наполнение эфира конкретными программами в соответствии с вещательной концепцией и вещательной сеткой. Программирование — чрезвычайно ответственная часть телевизионного менеджмента, на которую фактически замыкаются все управленческие функции руководства телеканала. Именно сетка вещания в целом является синтезом всех творческих, организационных и финансовых возможностей канала, обеспечивающих ему определенное место в эфирном пространстве территории.

Суть программирования состоит в максимизации зрительской аудитории телеканала. В имеющийся в телекомпании объем эфира нужно уложить столько программ и таких программ, которые способны удовлетворить интересы большинства телезрителей из целевой аудитории. Этим призван заниматься программный отдел телестанции под руководством программного директора, который относится к разряду топ-менеджеров компании и часто считается вторым по объему полномочий руководителем после генерального директора.

Важнейшими документами программной политики являются сетка вещания и программа передач. Сетка вещания есть оптимальная компоновка программ, учитывающая многоуровневые задачи телевидения. Это опредмеченная, конкретизированная в телевизионных произведениях вещательная политика канала, уложенная в определенные временные рамки. Под сеткой вещания часто понимают «расписание передач», которое публикуется в газетах и на интернет-сайтах. Расписание передач составляется для удобства поиска зрителем интересных ему программ. Тем не менее, изучая расписание передач, можно понять стратегию заполнения эфира тем или иным каналом, активность или пассивность его программной политики, высчитать средние объемы вещания в сутки и ориентацию вещателя на определенную аудиторную нишу.

Среднесуточный объем вещания телестанции наряду с охватом аудитории является важнейшей характеристикой эфира. Техническое развитие

ТВ всегда было ориентировано на круглосуточное заполнение эфира, а когда эти пределы были достигнуты, то каналы начали эксперименты с потоковым вещанием в интернете, с веб-видео-архивами и «телевидением-по-запросу», расширяющими временные рамки телепросмотра.

Есть, по меньшей мере, три причины, по которым любая станция стремится вещать 24 часа в сутки. Во-первых, круглосуточное вещание дает больший суммарный (накопленный) рейтинг. Во-вторых, круглосуточное вещание позволяет больше вставить в эфир рекламы. И в-третьих, круглосуточное вещание создает возможность более гибкой программной политики: передвижек по вещательной сетке тех или иных программ, маневрирования в прайм-тайме.

И есть одна причина, по которой до сих пор не все вещатели перешли на круглосуточный эфир. — Им не хватает контента на заполнение 24-часового эфирного пространства. Даже такие гиганты телеиндустрии, как «Первый» и «Россия», ARD и BBC, вынуждены заказывать на стороне и покупать у независимых студий разного рода программы. Что же говорить о небольших провинциальных телекомпаниях, штат которых на порядок меньше столичных компаний?

Местные телестанции производят своими силами столько программ, на сколько у них хватает ресурсов (финансовых, технических и творческих). Часто денег, техники и людей хватает только на производство и выпуск в эфир одной информационной программы. В поисках незатратного заполнения эфирного пространства местные вещатели либо вступают в сетевое партнерство с каким-то центральным каналом (сетью), либо обращаются к телевизионному синдикату как к дополнительному источнику небрендового программирования.

Поскольку синдикативное телевидение в России началось недавно и занимает пока очень скромную долю, речь надо вести о сетевом партнерстве, а не о влиянии Национального телевизионного синдиката на программную политику региональных каналов. Самыми активными (агрессивными) и распространенными сетями в России на сегодняшний день являются три: СТС, ТНТ и РЕН ТВ. Именно эти сети развернули экспансию в большинстве регионов России, включая и Сибирский федеральный округ.

В среднем местный канал, вступающий в сетевое партнерство, оставляет себе лицензионное право не более чем на четыре часа вещания. Но каждый из центральных каналов-экспансоров ведет свою политику. Наиболее агрессивно смотрятся музыкально-клиповые каналы и 7ТВ, для которых средние значения процента объема вещания составляют

более 90% и доходят до 99% в отдельных городах. Наименее агрессивны каналы «Культура» и НТВ, которые в среднем занимают соответственно 76,1 и 79,6% эфира.

Дело не только в процентном соотношении ретранслируемой и своей продукции, но и в рейтинге конкретных программ, которые выпускают в эфир. Если «Час пик» — единственная программа, которая производится местной студией, — имеет высокий рейтинг, то телезрители, которые регулярно смотрят местные новости, с большой долей вероятности будут считать канал своим.

Исследовательская задача, которая ставилась нами в изучении ТВ Сибири, сформулирована следующим образом: как среднесуточный объем вещания и рейтинг местных программ влияют на восприятие телеканала аудиторией.

В Омске 5 каналов, которые воспринимаются аудиторией как местные в силу их объемов вещания и заметности доли своих программ.

- ГТРК «Иртыш»: телеканал «Россия» (92%), свои новостные программы (8%). Доля собственных программ мизерна, но это «Вести-Омск», которые смотрит постоянная целевая аудитория.
- «Антенна 7»: ТВЦ (90%), свои программы (10%). Омские эксперты говорят, что канал воспринимается скорее как депутатский, поскольку принадлежит главе Законодательного собрания области и пиарит его законотворчество и коммерческие проекты.
- ОТВ-3: телеканал «Домашний» (89%), свои программы (11%). Канал прогубернаторский.
- «12 канал»: РЕН ТВ (81%), свои программы (19%). Канал губернаторский, рассчитанный на охват всей области. У него самая большая доля собственной телепродукции.
- АКМЭ: MTV (70%), условно свои программы (30%). Поскольку на этом канале шестичасовая доля собственного вещания в сутки (с 18 до 24 часов), а закрыть весь эфир своими программами они не могут, эфирное пространство активно сдается в аренду многочисленным омским студиям-продакшн. АКМЭ воспринимается в Омске как самый местный телеканал, хотя и малопрофессиональный из-за низкого качества информационных и иных программ. Мы насчитали на телеканале АКМЭ более 50 (!) цикловых и нерегулярных, собственных и заказных программ, большинство из которых имеют рекламный характер. Благодаря такому стоковому характеру АКМЭ Омск выбил-

ся в лидеры СФО по объему рекламного вещания на местных телеканалах.

В целом Омск может быть доволен долей признаваемых местных телеканалов: 5 из 17 принимаемых в областном центре в метровом и дециметровом диапазоне.

В Новосибирске 6 каналов, которые воспринимаются аудиторией как местные в силу их объемов вещания и заметности доли своих программ.

- NTSC: ТНТ (95%), «Новосибирск: инструкция по применению» и др. собственные программы — 5,6%.
- ОТС: РЕН ТВ (93,5%), собственные программы (6,5%).
- 10 канал («Мир»): СТС (93%), собственные программы (7%).
- ГТРК «Новосибирск»: телеканал «Россия» (91%), «Вести-Новосибирск» и др. собственные программы (9%).
- «Регион ТВ»: ТВ-3 (91%), свои программы (9%).
- «49 канал»: 100% собственной телепродукции.

Хотя новосибирцы любят посетовать на низкое качество местного ТВ, им грех жаловаться: 6 из 18 принимаемых в областном центре каналов имеют достаточную долю своей продукции, а один из них ведет полностью независимое программирование без всяких сетевых партнеров, что сегодня крайне редко встречается в регионах.

В Кузбассе есть всего 4 телеканала, которые воспринимаются аудиторией как местные.

- «СТС-Кузбасс»: СТС (92%), свои программы (8%).
- ГТРК «Кузбасс»: телеканал «Россия» (92,5%), свои программы (7,5%).
- «ТВ Мост»: ТВЦ (93,7%), свои программы (6,3%).
- NTSC: ТНТ (96%), «Кемерово: инструкция по применению» — 4%. Заметим, что это наименьшая доля собственной продукции среди региональных филиалов ТНТ. Региональная редакция ТНТ дает кемеровскому филиалу еще одну нишу на 30 минут, но NTSC хватает ресурсов только на производство «Инструкции по применению».

Кемеровчане достаточно критично оценивают местные телеканалы, отмечая низкий рейтинг и непрофессионализм. Следует обратить внимание на высокую долю абонентов спутникового телевидения в Кемерове и Новокузнецке. Поскольку местное телевидение не удовлетворяет запросы телезрителей, они переключаются на кабельное платное ТВ. По информации Управления Россвязьохранкультуры по Кемеровской области, сегодня на территории Кузбасса оказывают услуги связи для

целей кабельного вещания 28 операторов, из которых более 90% — региональные.

По данным Ассоциации кабельного телевидения Кузбасса, в Кемеровской области подключено к платному ТВ около 200 тысяч квартир. Кемерово, возможно, единственный город в стране, где в одном доме услуги кабельного телевидения могут оказывать 3—4 оператора. А кабельным телевидением охвачено порядка 90% муниципального жилого фонда. Таким образом, отсутствие или нехватка местных программ в эфире приводит к перетеканию аудитории в коммуникации другого рода, а «СТС-Кузбасс» и ГТРК «Кузбасс» бьют из пропагандистских пушек по воробьям.

В Томске 4 телекомпании, которые воспринимаются зрителями как местные.

- ТВ-2: 100% местная с момента перехода на независимое программирование в апреле 2009 года.
- «Открытое ТВ»: СТС (92,15%), свои программы — 7,75% (до 1 сентября 2008), в 2010 году выходит одна программа – развлекательный тележурнал «Крупным планом».
- ГТРК «Томск»: телеканал «Россия» (92,5%), свои программы — 7,5%.
- NTSC: ТНТ (100%), до конца 2009 года оставалась в эфире единственная программа «Томск: инструкция по применению», но и она уже закрыта.

Отметим, что еще недавно в Томске воспринимались как местные телеканалы «Новый век — Томск», «Алиса» и «Алсет», где доля собственной продукции превышала 5%, но сегодня она равна нулю или близка к этому. Телеканал «Звезда Томск» не воспринимается пока еще как местный, поскольку доля собственных телепрограмм не превышает 1%, то есть практически незаметна. В Томске нет стоковых каналов (подобных омскому АКМЭ), которые предоставляли бы обширное эфирное время (более 4 часов) под программы независимых производителей.

Телекомпания ТВ-2 с 1 апреля 2009 года перешла на полноценное собственное вещание, используя в эфире программы, кино и сериалы, предоставляемые Национальным телевизионным синдикатом. Ее бывший сетевой партнер — телекомпания РЕН ТВ — начала вещание на собственной частоте 29 ТВК под брендом «РЕН ТВ — Томск». Ранее РЕН ТВ завершила сделку по приобретению 100% доли в ЗАО «ТРК Эфир» (телевизионная станция в Томске). Виктор Мучник, вице-президент по телевидению холдинга «Томская медиа группа», в состав которой входит ТВ-2, среди причин перехода на собственное программирование

назвал, в частности, стремление федеральных каналов к максимальному продвижению собственного бренда на локальном уровне и, соответственно, уменьшению роли бренда регионального партнера (посредством сокращения времени его вещания); жесткую рекламную политику сетевых каналов (соотношение рекламы ТВ-2 к рекламе РЕН ТВ составляло 3 минуты к 9, затем 2 к 9, в перспективе ожидалось сокращение до 1,5 минут). Еще одна причина связана с неизбежным переходом на цифровое вещание, который позволит федеральным каналам выходить на регионы без помощи местных телекомпаний, таким образом, сетевое сотрудничество каналов окажется попросту ненужным «федералам».

По словам В. Мучника, покупка продукции НТС — это пока единственный вариант сохранения вещания. Несомненное преимущество сотрудничества с НТС перед сетевыми каналами заключается в том, что телекомпании могут сами формировать вещательную сетку. Другой вопрос — возможность выбора телевизионного контента, коррелирующего с информационной политикой канала. Пока сетка вещания ТВ-2 дополняется документальными, художественными фильмами и разнообразными сериалами. Но, как уверяет Виктор Мучник, если появится возможность найти другого партнера, который будут производить собственные программы с выраженной информационной составляющей (что позволит им органично сочетаться с информационно-аналитическими программами ТВ-2), можно будет более точно определить формат компании и перестроить сетку вещания.

В Барнауле, как и в Кемерове, всего 4 телекомпании, которые воспринимаются как местные.

- «Траст-Инфо»: РЕН ТВ (94,65%), свои программы — 5,35%.
- ГТРК «Алтай»: телеканал «Россия» (96%), свои программы — 4%.
- Телеканал «Вечер»: телеканал «Домашний» (96%), свои программы — 4%.
- Телеканал «Город»: ТНТ (98%), свои программы — 2%.

Как видно из приведенных цифр, на Алтае ситуация с местным вещанием даже хуже, чем в Кузбассе. А поскольку уровень жизни в крае ниже, чем в соседней области, уровень платного ТВ здесь также заметно ниже. Драматичность алтайской ситуации заключается в том, что московские сети в очень короткий период времени выдавили из эфира местных вещателей. в Барнауле не создано компании, которая, как, например, ТВ-2 в Томске, могла бы противодействовать экспансии московских сетей качеством своих собственных программ.

Нет в Алтайском крае телекомпании, который была бы признана в качестве лидера профессиональным медийным сообществом и зрительской аудиторией. Именно поэтому, когда в декабре 2007 года сразу шесть алтайских телекомпаний потеряли эфирные возможности вещания, ни алтайский Союз журналистов, ни широкая общественность не заступились за обиженных НТВ телевещателей. Возмущение вызвала лишь бесцеремонность столичных медиа-магнатов, но не потеря местного контента, который был, очевидно, профессионально слаб и неконкурентоспособен.

В Красноярске сложилось, пожалуй, лучшее в СФО местное телевидение, что видно из анализа долей собственных и ретранслируемых программ. В краевом центре из 17 принимаемых каналов 8 воспринимаются как местные и два из них - как бренды («Прима» и «Енисей»). К сожалению, третий узнаваемый бренд «Афонтово» с августа 2010 года прекратил своё существование: владельцы ЗАО КТК «Афонтово» с нового телесезона решили отказаться от собственного вещания и создания программ и перейти в режим ретрансляции сетевого партнера – ТВ-3.

- Краевой канал «Енисей-Регион»: телеканал «Звезда» (87,5%), свои программы — 12,5%.
- ОРТВ: телеканал «Вести-24» (88%), свои программы — 12%.
- «Прима ТВ»: СТС (90,5%), свои программы — 9,5%.
- «7 канал»: РЕН ТВ (90,8%), свои программы — 9,2%.
- «МузТВ-Красноярск»: сетевой партнер (91,5%), свои программы — 8,5%.
- ТВК: «Домашний» (92,5%), свои программы — 7,5%.
- ЛТВ: телеканал ТВЦ (93,5%), свои программы — 6,5%.
- ГТРК «Красноярск»: телеканал «Россия» (96,2%), свои программы — 3,8%. Заметим, что это наименьшая доля из региональных ГТРК в СФО (правда, при наличии краевого канала, у которого втрое больше эфирная ниша и территория охвата, можно и не спорить с ВГТРК за увеличение доли вещания).

В Иркутске работают 4 телекомпании, которые воспринимаются зрителями как местные.

- Телеканал «АИСТ»: 100% своих программ (с покупкой немаркированных продуктов через Национальный телевизионный синдикат).
- Иркутская ГТРК: телеканал «Россия» (92,5%), свои программы — 7,5%.
- НТС: РЕН ТВ (95,25%),свои программы — 4,75%.
- «Байкал»: сетевой партнер СТС (95,15%), свои программы — 4,85%.

Подводя итог сравнительному анализу долей местной и заемной телепродукции, объемов своего и сетевого (ретранслируемого) вещания, можно заключить, что Красноярск является безусловным лидером в развитии местного телевещания. Барнаул и Кемерово оказались наиболее слабыми в местном вещании. Иркутск, Новосибирск, Омск и Томск — середнячки со своими преимуществами и недостатками. При этом и у лидеров местного вещания в СФО, и у аутсайдеров Сибирского федерального округа наблюдаются одни и те же проблемы: московский телевизионный бизнес агрессивно наступает, телевизионные сети скупают местные телекомпании и выдавливают из эфира местную продукцию. Противостоять экспансии могут только сильные местные бренды со своей историей, со сложившейся аудиторией, с выбором источников программирования, с административной поддержкой органов местной власти.

Ю. Ершов

Мотивация журналистского труда в местных телекомпаниях

В телевизионном творчестве особое значение имеют мотивация и стимулирование труда журналиста. Ориентация работников на достижение цели организации является главной задачей руководства персоналом, а обеспечить ее реализацию можно только при условии грамотного выполнения функций менеджмента.

Как в творческом коллективе создать систему, в рамках которой интересы творца совпадали бы с интересами компании? Как добиться того, чтобы система мотивации труда в творческом коллективе была гибкой, а «творец» при этом чувствовал себя комфортно? Сфера телевизионного производства имеет большие возможности для формирования побудительной системы, включающей не только финансовые, но и нефинансовые стимулы. В современных условиях коммерческая деятельность становится одним из важнейших источников доходов и прибыли. За счет дополнительных доходов бюджетно-коммерческие и частные телевизионные предприятия могут самостоятельно формировать надтарифную часть заработной платы.

В то же время, телевизионный менеджмент должен быть направлен на формирование системы нефинансовых стимулов. Следует учитывать, что менеджеры телевизионных предприятий имеют дело с амбициозными людьми, с потенциальными и реальными «звездами». Поэтому в формировании системы мотивации нужно применять *инновационные* подходы. Это и система рейтингов для оценки результатов работы тележурналиста, и система нематериальных поощрений в виде профессиональных конкурсов, и обучение в России и за рубежом как способ повышения квалификации.

Американец Роберт Кэмбелл, имеющий 25-летний опыт работы в журналистике, называет 10 стимулов, которыми руководствуются телекомпании США, пытаясь мотивировать своих сотрудников[132]. Среди этих стимулов страх и похвала, делегирование ответственности и поста-

[132] Организация работы отдела новостей : материалы семинара для директоров отделов новостей. Интерньюс. М., 1998. С. 14—16.

новка сложных творческих задач, вовлечение в управление компанией и признание заслуг. Унифицированного рецепта стимулирования труда для телевизионных компаний нет. Однако можно выделить принципиальные моменты совершенствования системы мотивации труда в тележурналистике.

Формируя грамотную кадровую политику телевизионной компании, руководитель может опираться на следующие принципы:

- планомерный динамизм, то есть развитие компании и «немонотонность» производственной и творческой жизни, когда мотивационные процессы обновляются, поддерживая в коллективе уверенность, что усилия работников не напрасны и дела идут лучше;
- принцип симметрии, когда поддерживаются равномерно и системы поощрения, премирования, и системы санкций, наказаний, депремирования;
- принцип средней вероятности получения поощрения, когда поощряется не автоматически каждый поступок, а примерно каждый второй. Меньшая или большая частота применения стимула лишает его силы — к нему либо привыкают и перестают на него реагировать положительно, либо считают стимулирование недостаточным.

В современной кадровой политике телевизионных компаний можно выделить несколько подсистем материального и морального стимулирования.

I. Мотивация, связанная с результатами деятельности. Это применение многофакторной модели оплаты труда.
II. Мотивация, связанная со стажем деятельности. Считается, что ценность сотрудника для компании возрастает с увеличением его стажа трудовой деятельности в этой компании.
III. Мотивация, связанная с планированием карьеры. В телевизионной организации должен присутствовать дух соревнования. Сотрудник будет не просто работать, выполняя свои функции, а трудиться творчески, если за высокоэффективную работу он будет получать разнообразные поощрения, и не только материальные. «Неденежные» формы мотивации, связанные со статусом и планированием карьеры: освоение новых информационных и творческих пространств: назначение специалиста ответственным за определенный проект, тему, рубрику; общественное признание (формой мотивации могут быть почетные значки, грамоты, вручаемые в присутствии коллег); обучение; участие в профессиональных конкурсах.

IV. Мотивация, связанная со стабильностью. Это гарантированная выдача заработной платы, социальная помощь по болезни, участие руководства в решении личных проблем работников, система льгот.

В систему социальных льгот могут быть включены следующие формы:

- тринадцатая зарплата по итогам года;
- помощь в оплате расходов на образование и повышение профессиональной квалификации;
- частичная или полная компенсация расходов на получение платного образования (высшего или среднего) для детей сотрудников;
- транспортные расходы — на проезд в общественном транспорте или компенсация за бензин при использовании персонального автомобиля на работе;
- компенсация за питание, льготное обслуживание работников как клиентов;
- оплата мобильной связи сотрудников;
- компенсация (полная или частичная) за платное медицинское обслуживание и/или медицинскую страховку;
- помощь в оплате расходов на особые события — праздники, юбилеи;
- поздравление с днем рождения каждого сотрудника открыткой или памятным сувениром компании, а также выражение признательности сотруднику за работу по случаю круглых дат трудовой деятельности в компании;
- помощь в организации летнего отдыха;
- возможность пользоваться системой бартера и предоставление кредитов фирмами-рекламодателями.

Возможен вариант включения в трудовой договор особого раздела «Социальное обеспечение и социальное обслуживание».

В современной ситуации модель оплаты труда журналиста нуждается в совершенствовании и должна включать следующие элементы:

Основную часть:

- оклад;
- гонорар, рассчитанный по гибкой системе с учетом качества созданного телевизионного материала.

Надтарифную часть:

- коммерческую часть за выполненные рекламные материалы;

- надбавку за напряженность труда (например, работу в ночных выпусках новостей);
- надбавки за внутреннее совместительство должностей;
- надбавку за опыт и профессиональное мастерство;
- надбавку за высокие достижения в труде — ежемесячные бонусы;
- ежеквартальные индивидуальные премии;
- премию «день в день» (вознаграждение за успешную работу в исключительных случаях).

Проектируемая модель оплаты труда тележурналистов представляет собой сложную систему. Однако эффективное функционирование каждого из ее элементов обеспечило бы реализацию конкретных материальных стимулов для творческих работников. Мы не исключаем использование отдельных элементов проектируемой модели в дополнение к действующей. Руководителю телевизионных предприятий нельзя забывать, что процессы, происходящие в творческих коллективах, намного сложнее тех, что могут возникать в производстве конкретной продукции.

Надтарифные выплаты могут выплачиваться в соответствии с контрактом как формой трудового договора между работником и работодателем. Индивидуальные трудовые контракты заключаются с отдельными работниками. Несмотря на то, что трудовые договоры заключаются, согласно трудовому законодательству, со всеми работниками, на практике действенная договорная система применяется в ограниченных масштабах. Трудовые договоры позволяют индивидуализировать условия оплаты труда конкретных работников, более полно раскрыть их способности и творческий потенциал, стимулировать трудовую активность. Чтобы контракт не превращался в формальность, в нем должны быть обязательными несколько разделов:

- общие положения, с указанием организации, должности сотрудника, даты заключения договора и срока действия;
- права и обязанности сторон, которые определяются трудовым законодательством, должностными инструкциями и другими документами;
- режим труда и отдыха, который базируется на нормах трудового законодательства, регламенте работы и правилах внутреннего распорядка в организации, при этом может быть предусмотрен гибкий график рабочего дня;
- условия оплаты труда — ключевое положение, которое должно

быть разработано наиболее тщательно. Следует конкретизировать не только размер тарифной ставки и оклада, но и условия выплаты надтарифной переменной части заработной платы. Они должны быть увязаны с индивидуальными результатами деятельности работника.

Правовой формой выплаты премий, введенных на телевизионном предприятии, должно быть специальное Положение о премировании. В соответствии с указанными выше принципами Положение должно быть прозрачным документом, из которого работнику был бы ясен механизм получения премий.

Вопросами мотивации и стимулирования труда должен заниматься не только первый руководитель. Время диктует внесение изменений в организационную структуру управления телевизионной компанией. Так, сегодня очевидна необходимость введения должности специалиста по управлению персоналом, в должностные обязанности которого должны входить не только вопросы учета и перемещения кадров, но и, прежде всего, формирование кадрового потенциала телевизионного предприятия. Речь идет о привлечении новых «творцов» — выпускников вузов, сотрудников других компаний.

Созданная система мотивации на телевизионном предприятии должна быть закреплена в локальных нормативных актах, отражающих нормы трудового права. Принятие таких локальных актов может быть предусмотрено коллективным договором. Согласно ст. 8 гл. 1 Трудового кодекса работодатель может принять локальные нормативные акты не только с учетом мнения представительного органа работников, но и единолично. Это локальные акты, устанавливающие графики сменности, стимулирующие надбавки и продвижение сотрудника по службе.

Благоприятный микроклимат в коллективе — качественно новое состояние на творческом предприятии — может быть достигнуто только через преодоление «кризиса труда». Выход же из него возможен лишь путем совершенствования системы мотивации труда персонала. Российские компании только начинают осознавать, что их наиболее ценное достояние — это человеческие ресурсы, и их надо постоянно стимулировать к производительному и творческому труду.

От общих положений по мотивации и стимулированию труда в телевизионных компаниях перейдем к рассмотрению специфики оценки труда сотрудников информационных программ сибирских филиалов ВГТРК. Сибирские филиалы ВГТРК сегодня работают в условиях соединения государственного финансирования и внебюджетных источ-

ников. Информационное вещание — «лицо» любого телевизионного канала. В региональных ГТРК редакция информационных программ является ведущим творческим звеном, обеспечивающим ежедневное информирование аудитории.

Отличительная особенность трудовой деятельности журналистов редакции информационных программ — насыщенный рабочий день, гибкий график, при котором невозможно четко спланировать рабочую неделю, ненормированный рабочий день, который может растягиваться и до 12 часов в сутки, работа в выходные и праздничные дни. Эти условия указываются и в официальных документах. Согласно трудовому договору, который заключает телекомпания с каждым работником, журналист редакции информации имеет шестидневную рабочую неделю при ненормированном рабочем дне.

Структура оплаты труда тележурналиста информационных программ филиала ВГТРК складывается из нескольких компонентов.

Во-первых, **должностной оклад**. К ведущим, редакторам, корреспондентам предъявляются высокие требования, однако размеры окладов не соответствуют и прожиточному минимуму.

Вторым важным источником формирования заработной платы у журналистов редакции информационных программ является **гонорар** — денежные выплаты за конкретный телевизионный материал. Размер гонорарного фонда редакции устанавливается руководством телекомпании. С недавнего времени на ГТРК «Томск» в распределении гонорара в целях совершенствования стимулирования труда стала применяться балльная система: каждый прошедший в эфире телевизионный репортаж и работа ведущих оцениваются по нескольким критериям.

Система формирования гонорара в редакции информационных программ

(максимальное значение — 35 баллов*)

	Стандартная устная информация	**2**
	Горячая устная информация	**6**
	СХ, записанный по телефону	**4-5**
	Стандартный СХ с выездом на съемку	**5**
	Горячий СХ, который удалось записать журналисту	**10**
	Репортаж с заседания с 1-2 СХ, записанным в виде интершума, без использования дополнительных подсъемок, в т.ч. на улице	**6**
	Репортаж с заседания с 1-2 СХ, записанными в виде интершума, с использованием дополнительных подсъемок, в т.ч. на улице	**8**
	Событийный репортаж с 2 и более полноценными СХ, снятый в одной точке	**12**
	Событийный репортаж с 2 и более полноценными синхронами, снятый в 2-х точках	**18**
	За оригинальность языковой подачи по пп. 7,8,9	**+3**
	За самостоятельно разработанную тему и организацию поиска героев по пп. 9 и 10	**+5**
	Специальный репортаж, снятый в нескольких точках, отражающий противоположные точки зрения с наличием Stand-up	до **35**
	Начитка без выезда на съемки	**3**
	Начитка с выездом	**6**
	Начитка с выездом + полноценный СХ	**9**
	Репортаж, подготовленный по материалам внештатных авторов	**8-10**
	Stand-up журналиста как гармоничное приложение к репортажу	**+ 4**
	Репортаж-эксклюзив, являющийся находкой автора, не прошедший в эфире других телекомпаний, вызвавший общественный резонанс	**+4**
	Надбавка за помощь в подготовке репортажа практикантом	**+4**
	Ведение 20-минутного эфира	**20**

* «Цена» балла устанавливается телекомпанией индивидуально

Коммуникативные неудачи в работе ведущих, влияющие на размер гонорара

Ошибки, допущенные ведущими	**Материальные удержания, выраженные в баллах** (максимальное значение — 10 баллов)
Верстка программы, не отражающая важность, последовательность событий или тематическое единство	**– 4**
Отсутствие гармоничной связи между сюжетами	**– 3**
Оговорки ведущего в эфире	**– 5**
Ошибки в тексте, предваряющем сюжет («подводке»), искажающие суть	**-5 -8**
Стилистические ошибки в тексте, предваряющем сюжет	**– 3**
Анонс, не привлекающий внимания зрителей	**– 3**
Отсутствие устной информации	**– 2**

Третья составляющая заработной платы сотрудников филиала ВГТРК — **надбавка к окладу** за профессиональное мастерство . Такие надбавки получают журналисты, имеющие опыт практической работы более двух лет и представляющие профессиональную ценность для компании. Эта надбавка выплачивается из внебюджетных источников, то есть из средств, заработанных компанией за счет рекламной деятельности. Нужно отметить, что надбавка к окладу является действенным фактором в системе совершенствования мотивации журналистского труда. Однако процесс формирования суммы надбавки не является «прозрачным» для сотрудников компании. Поскольку нет четкой системы формирования надбавки по определенным критериям, в журналистском коллективе возникают вопросы и разногласия. К тому же, государственная телекомпания не использует рейтинги как фактор оценки творческого труда.

Однако, как уже указывалось выше, заработная плата работника — лишь отдельное звено в системе мотивации персонала. Руководство государственных телекомпаний использует сегодня некоторые нематериальные приемы и способы стимулирования труда. В частности, предоставляет возможность повышать квалификацию ведущим сотрудникам. В то же время, компания не всегда готова предоставлять журналистам такие социальных льготы, как оплата телефонных разговоров

по мобильному телефону, компенсация стоимости путевок в период летнего отдыха и т.д.

Между тем, анкетирование сотрудников редакции информационных программ филиала ВГТРК «ГТРК «Томск», проведенное в 2008 году, показало, что в системе мотивации телевизионного предприятия равно важны как материальные, так и моральные стимулы. 15-ти репортерам предлагалось ответить на разнообразные вопросы — описать мотивы собственного трудового поведения, дать оценку степени удовлетворенности условиями труда.

Поскольку организация системы мотивации труда на региональных филиалах ВГТРК весьма сходна, можно экстраполировать данные, полученные по ГТРК «Томск», на ситуацию в других сибирских филиалах.

При заполнении «Таблицы трудового поведения» ставилась задача оценить свое стремление к получению большого материального вознаграждения, к продвижению по службе, к тому, чтобы добиться максимальной самостоятельности и т.д. В ходе анкетирования была выявлена типичная творческая тенденция. И журналисты, и операторы, и режиссеры хотят реализовать свои возможности, выразить свое «Я», стремятся к продвижению по службе и к получению удовлетворения от хорошо сделанной работы.

Творческим работникам телекомпании предлагалось также оценить влияние мотивации на эффективность деятельности — насколько перечисленные ниже причины влияют на успешность выполняемых работ. Необходимо было выразить соотношение важности качеств в процентах. Выяснилось, что журналисты считают основным мотивирующим фактором не только заработную плату, но и возможность самовыражения, самостоятельность в принятии решений. Главное для сотрудников редакции — иметь возможность проявить свои способности при четко обозначенной политике компании и при этом иметь достойную заработную плату. Отсутствие признания, некомпетентное руководство и недостаточная заработная плата, по мнению журналистов, могут более всего повлиять на снижение эффективности деятельности.

О. Макеева

Участие региональных тележурналистов в конкурсах профессионального мастерства

В России проводится достаточное количество профессиональных конкурсов, в которых могут участвовать региональные телекомпании Сибири. Условно их можно разделить на несколько групп: международные, всероссийские, межрегиональные конкурсы и фестивали общей тематики или специализированные.

Самым популярным и статусным можно считать Всероссийский конкурс телевизионных программ **«ТЭФИ-регион»** (официальный сайт: http://www.tefi.ru/ru/tefi-region). Проводится он под эгидой Академии Российского телевидения при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям с 2002 года. В рамках двух тематических направлений: «Информационное телевещание» и «Просветительское и развлекательное телевещание» учреждено 18 номинаций. В 2009 году Красноярск вошел в тройку лидеров по количеству поданных на конкурс работ — 32 проекта. Также в этом конкурсе активно и регулярно участвует Томская область. Наблюдается тенденция к увеличению количества поданных работ в номинациях «Телевизионный документальный фильм», «Публицистическая программа» и «Просветительская программа». Особо следует отметить возросшее количество работ социальной направленности – о благотворительности, помощи детям, старикам, инвалидам. Это положительная тенденция. Но с другой стороны уменьшилось количество работ, отражающих экономические проблемы, особенно актуальные в условиях кризиса: о положении дел в экономике, управлении, производстве и т.д. Стоит отметить, что, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, региональные телекомпании по-прежнему заинтересованы принимать участие в конкурсе «ТЭФИ — Регион».

Судя по количеству завоеванных наград, среди телекомпаний Сибири востребован Всероссийский фестиваль телевизионных и радиопрограмм военно-патриотической тематики **«Щит России»** (официальный сайт: http://www.t7.ru/guard). Он проводится в рамках государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006 — 2010 годы». К целям Фестиваля относятся: стимулирова-

ние работы электронных средств массовой информации (далее СМИ) по созданию и распространению телевизионных и радиопрограмм патриотической тематики, а также содействие возрождению и развитию патриотических традиций, воспитание чувства гордости за свою Родину, уважение к государственной символике, формирование достойного образа России в цивилизованном Мире. Учреждены номинации: 1. Главный приз Фестиваля — «За глубокое и яркое отражение патриотической тематики» (телевидение и радио); 2. Специальный диплом фестиваля — диплом ВГТРК; 3. Призы в номинациях: за разработку темы, посвященной деятельности правоохранительных органов; патриотический очерк; специальный (проблемный) репортаж; за разработку темы «Патриотическое воспитание детей и молодежи»; за разработку темы, посвященной судьбам военнослужащих; за разработку темы, посвященной жизни, учебе и боевой службе в современной армии; публицистика на патриотическую тему; музыкальная программа, видеоклип. 4. Специальный приз памяти Бориса Александровича Брацыло.

В этом фестивале активно участвуют Томская, Новосибирская, Омская области, а также телекомпании г. Иркутска.

Также с 2002 года проводится Всероссийский конкурс **«Патриот России»** (официальный сайт: http://www.fapmc.ru). Учредителями этого конкурса являются Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Министерство обороны Российской Федерации, Российский государственный военный историко-культурный центр при Правительстве Российской Федерации. Телекомпании из Томска, Новосибирска, Новокузнецка и Иркутска участвовали в номинациях: «За разработку темы, посвящённой 65-летию Победы в Великой Отечественной войне»; «За разработку темы героического прошлого страны: рассказ о людях, прославивших российскую землю»; «За разработку темы о наших современниках»; «За разработку темы истории родного края, оригинальное использование материалов архивных или музейных фондов»; «За организацию и проведение патриотических акций в средствах массовой информации».

К востребованным всероссийским конкурсам относится и фестиваль телевизионных информационных программ **«Мир. Согласие. Единство»,** в основе тематики которого лежит пропаганда толерантности, дружбы и взаимопонимания между народами, вносящими достойный вклад в укрепление Российского государства (официальный сайт: http://vestikbr.ru/?m=200909&paged=2), а также Евразийский телевизионный конкурс социальных программ и фильмов для молодежи

«Я-человек» (http://www.evtk.ru). Проводится с 2007 года. Учредители конкурса — Международная Академия Телевидения и Радио (г. Москва), Студия креативного телевидения (г. Оренбург).

Категории конкурса: «А»: детские коллективы и отдельные авторы. Возраст участников — до 18 лет; «Б»: студенческие коллективы специализированных ВУЗов и отдельные авторы. Возраст участников до 25 лет; «В»: государственные, региональные и коммерческие телерадиовещательные каналы, компании, студии. Номинации конкурса: документальный фильм (программа); публицистический фильм (программа); образовательно-просветительский фильм (программа); развлекательная программа; программа о спорте; тележурнал; ток — шоу; Игровой фильм/ сериал; анимационный/ мультипликационный фильм/сериал; социальная реклама. Активное участие в нем приняли телекомпании Красноярского края, Иркутской и Кемеровской областей, а также Новосибирск и Омск.

Среди межрегиональных профсоревнований несомненным лидером является конкурс журналистского мастерства **«Сибирь — территория надежд»** (официальный сайт: http://www.ossp.ru/social/stn). Проводится с 2000 года под эгидой Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и Союза журналистов России. Координатором выступает Автономная некоммерческая организация «Масс-Медиа-Центр» (г. Новосибирск). Цели Конкурса: создание позитивного образа Сибири; восстановление приоритета традиционных общечеловеческих ценностей, улучшение социального самочувствия общества; консолидация власти, общества и бизнеса в реализации экономических и социальных программ, направленных на развитие региона; возрождение и развитие патриотических традиций, построенных на приоритете национальных интересов России. Задачи Конкурса: повышение профессионального уровня журналистов; обмен опытом работы средств массовой информации Сибири; выявление молодых талантливых журналистов в регионах Сибири; создание единого информационного пространства в Сибири; развитие медиа-сообщества Сибири. Учреждены номинации для СМИ и отдельных авторов в категориях «Печатные издания», «Телевидение», «Радио», «Интернет-издания», «Фотография». Постоянные участники и неоднократные победители: Томская, Новосибирская, Кемеровская и Иркутская области, Алтайский и Красноярский края.

Ну и, конечно, нельзя обойти вниманием межрегиональный конкурс журналистского мастерства **«Сибирь ПРО»** (официальный сайт: www.

sibirpro.ru). Этот конкурс проводится с 2006 года по инициативе полномочного представителя Президента РФ в СФО. Заявленная цель – пропаганда позитивного опыта сотрудничества органов власти, бизнеса и СМИ в рамках реализуемых в СФО программ социально-экономического развития. В конкурсе принимают участие материалы, опубликованные в печатном, сетевом СМИ или вышедшие в эфир электронного СМИ. Номинации: «ПРОрыв», «Свое дело», «О главном», «Молодая Сибирь», «Образование», «Здоровье», «Жилье», «АгроПро», «Эффективная экономика», «Сибирь в федеральных СМИ», а также специальные номинации партнеров конкурса. Среди победителей последних лет — Томск, Новосибирск, Омск, Красноярск и телекомпании Алтая.

Менее популярны межрегиональные конкурсы, которые проводятся по инициативе ГТРК «Регион-Тюмень» – телевизионный фестиваль телевизионных фильмов **«Белые пятна истории Сибири»** и телевизионный фестиваль информационных программ **«Бабье лето в Увате»** (http://tyumen.rfn.ru). В них традиционно принимают участие государственные, муниципальные и независимые телекомпании сибирского региона. Номинации: «Лучший телевизионный ведущий»; «Лучший звукорежиссер», «Лучший репортер», «Лучший Stand up». В этих фестивалях участвовали телекомпании Томской, Новосибирской, Омской, Кемеровской и Иркутской областей.

Существуют специализированные конкурсы и фестивали. Например, всероссийский фестиваль телевизионных фильмов и программ **«Моя провинция»** (Официальный сайт: http://www.myprowince.ru). Проводится с 1999 года. Учредитель – «Центр развития региональных СМИ», Фонд независимого радиовещания, Международная академия телерадиовещания, телекомпании регионов. Номинации: «Семья и демография» – программы и фильмы, поднимающие вопросы нравственности основы семьи и демографии; «Моя провинция» – информационный сюжет или телеочерк о жизни родного края. «Я вижу мир» – конкурс операторского мастерства; «Книга рекордов России» – зарисовки, передачи, очерки, документальные фильмы о необычных достижениях, людях, событиях. Или межрегиональный конкурс Интернет-проектов **«Зеркало Сибири»** (официальный сайт: www.sibmirror.ru) – первый рейтинг официальных Интернет-проектов всех уровней власти, средств массовой информации, образовательных и общественных организаций СФО. Проводился в 2004 и 2008 гг. при поддержке полномочного представителя Президента Российской Федерации в Сибирском федеральном округе. Цель проекта – определить Интернет-

сайты, которые максимально эффективно выполняют главную задачу — предоставляют полную информацию своей аудитории. В конкурсе была учреждена и номинация «Электронное СМИ». Однако несмотря на то, что эти конкурсы очень интересны, региональные телекомпании в основном принимают в нем разовое участие.

В 2009-м году телекомпании Томской, Новосибирской и Иркутской областей завоевали призовые места в профессиональном конкурсе телевизионных программ и фильмов **«ТелеПроФи»** (www.teleprofi.saratov.com). Он проходит с 2006-го года под эгидой Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, Всероссийской Государственной телевизионной радиовещательной компании, ГТРК «Саратов». Фестиваль проводится в целях определения ориентиров развития телевизионных жанров и направлений, привлечения внимания телевещателей к наиболее удачным авторским работам, выявления талантливых режиссёров-постановщиков. Премии вручаются в 12 номинациях: «Просветительская программа», «Развлекательная программа», «Программа для молодежи», «Программа для детей», «Телевизионный фильм», «Телевизионный анимационный фильм», «Программа на военно-патриотическую тему», «Программа о спорте», «Режиссер программы или фильма», «Сценарист программы или фильма», «Оператор программы или фильма», «Ведущий программы».

У телекомпаний Сибири есть возможность принимать участие в международных конкурсах и фестивалях. Таких, как телекинофорум **«Вместе»** (http://www.itcf.ru), фестиваль детского телевидения **«Включайся»** (http://www.nat.ru), экологический телевизионный фестиваль **«Спасти и сохранить»** (http://ugoria.tv/fest). Телекинофорум «Вместе» проводится с 2000 года. Среди учредителей – Межпарламентская ассамблея СНГ, Союз журналистов России, «Мосфильм», Госкомтелерадио и Ассоциации работников СМИ Украины, «Беларусьфильма», международных конфедераций – журналистских союзов и союзов кинематографистов и др. Учреждены номинации в категории «Телевизионные программы и фильмы»: «Вместе» (телевидение, которое нас объединяет); «Корни» (история, этнография, традиции...); «Публицистические программы»; «Специальный репортаж»; «Документальный фильм»; «Научно-популярные и познавательные программы»; «Развлекательные программы»; «Ведущий программы»; «Программы для детей и молодежи»; «Время местное»; «Крым – открытый миру»; «Дебют». А фестивали «Включайся» и «Спасти и сохранить» проводятся под патронажем Национальной ассоциации телерадиовещателей при под-

держке федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и правительства Ханты-Мансийского автономного округа. Номинации: «Авторская работа»; «Операторская работа»; «Режиссерская работа»; «Публицистическая программа»; «Социальный ролик, анимационный фильм»; «Информационный сюжет»; «Экологическое расследование»; «Программа для детей и юношества»; «Документальный фильм»; «Телевизионный проект (цикл передач)». К сожалению, в перечисленных фестивалях телекомпании Сибири участвуют редко.

Более подробную информацию о победах телекомпаний СФО в перечисленных выше конкурсах за последние четыре года можно увидеть в Приложении.

Е. Халина

ПРИЛОЖЕНИЯ
(СПРАВОЧНЫЙ АППАРАТ)

ТАБЛИЦА 1. Этапы развития телевидения Сибири

Этапы развития (годы) / / факторы (критерии) развития	ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ	ПОЛИТИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ	ТВОРЧЕСКО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ
1 этап (1920-1940-е годы) Подготовительно-экспериментальный, технический	**Экспериментальный этап.** Эксперименты с малострочным ТВ (30 строк, 12,5 кадра в секунду). Развёртка изображения с помощью механического сканирования (диск П.Нипкова). Опытное вещание (главным образом, в Москве и Ленинграде). Регионы пробуют принимать сигнал из столицы. Идёт выбор между механическим и электронным ТВ.	**Доисторический этап.** Органы власти ещё не осознали возможностей телевизионных технологий в управлении массами. Ранее освоенное радио имеет приоритет перед телевизионными экспериментами, которые осуществляются чаще изобретателями– одиночками. Работы по созданию телевизионной техники засекречивают.	**Подготовительный этап.** ТВ как профессии пока нет. Специалистов для радиоэлектронной промышленности никакие вузы не готовят. Стандартов и нормативов телевещания не выработано. Массовая аудитория не образована. Главная фигура этого периода – инженер-изобретатель, преодолевающий косность среды, непонятый и нередко гонимый
2 этап (1953-1967 годы) Организация – внедрение – поиск форм и выразительных средств ТВ	**Внедренческий этап.** Переход на электронное ТВ и на стандарт развёртки в 625 строк. Освоение промышленностью выпуска массовых телевизоров. Постройка телецентров и релейных линий. Появление коллективных антенн на домах. Прямой эфир и передвижные телевизионные станции (ПТС).	**Этап организации.** «Золотой век советского ТВ». Государство формирует ТВ как отрасль народного хозяйства. Телевидение быстро распространяется в регионах, которые соревнуются в строительстве телецентров. Романтика и энтузиазм первооткрывателей телевизионного мира. Создание коллективов телестудий. Телевизор ещё редок в домах, дефицитен.	**Этап поиска** форм и становления ТВ как социального института и культурной формы. ТВ вбирает в себя достижения состоявшихся искусств. Прямой эфир как главное завоевание ТВ. Начинается государственная подготовка кадров для ТВ. Главные фигуры этого периода – репортёр, оператор и диктор.
3 этап (1967-1987 годы) Спутниковый охват массовой аудитории и централизация вещания	**Спутниковый этап.** Начало спутникового вещания. Освоение цветного ТВ. Начало миниатюризации телекамер. Появление ленточных видеомагнитофонов. Внедрение видеозаписи и линейного монтажа в телевизионное производство.	**Этап стагнации.** Государство устанавливает тотальный контроль над телевизионным пространством. ЦТ приобретает статус министерства. Появляются «вести с полей» и другие пропагандистские штампы.	**Этап массового ТВ и централизации вещания.** Освоение искусства телевизионного монтажа. Создание творческих образцов и отраслевых нормативов. Первая смена поколений профессионалов на ТВ. Главные фигуры – режиссёр и ведущий программы.
4 этап (1987-1997 годы) Реформация системы ТВ в стране и освоение новых профессиональных пространств	**Переходный этап.** Полный отказ от кинопленочных новостных технологий. Сосуществование линейного и нелинейного монтажа. Опыты с использованием новых профессиональных форматов видео BETACAM, S-VHS, Hi-8 и др. Появление платных сетей кабельного телевидения.	**Этап реформации.** Перестройка и гласность. Распад СССР и разрушение Центрального телевидения как единой системы. На ТВ появляется коммерческая реклама. Коммерциализация телевизионного пространства. Образование частных ТВ-предприятий, холдингов и информационных империй.	**Этап освоения** новых профессиональных пространств и экстенсивного развития ТВ. Кризис традиционных жанров. Появление новых форматов и стилей (ток-шоу, телемосты, телеигры и др.). Переход к рейтинговой оценке качества телепродукта. Главные фигуры этапа – продюсер программ и владелец телестанции.
5 этап (1997-2010 годы) Дигитализация телепроизводства, частно-государственное партнёрство в вещании, фрагментация аудитории	**Цифровой этап.** Внедрение цифровых компьютерных технологий, хромакея, инфографики. Прямой репортаж по спутниковой связи. Исчерпанность аналоговой технологии телевещания. Подготовка к цифровому вещанию и ТВЧ. Конвергенция Интернета и ТВ.	**Этап частно-государственного партнёрства.** Возврат государственного контроля над информационным вещанием. Создание федеральных телеканалов, губернаторских телекомпаний, телесетей в общенациональном масштабе. Региональное вещание испытывает системный кризис: местных вещателей выдавливают из эфира ВГТРК и телесети.	**Этап фрагментации аудитории.** Создание специализированных телеканалов. Создание телеакадемии, ТЭФИ и региональных конкурсов телепрограмм. Массовое производство телесериалов, reality-шоу и др. модных форматов. Вытеснение журналистики из телепространства. Главные фигуры – ведущие шоу и, по-прежнему, собственники телекомпаний.

Знаковые события в развитии телевидения Сибири

В конце 1920 года организована первая в СССР лаборатория телевидения в радиоотделе Всесоюзного электротехнического института в Москве (руководитель П. В. Шмаков). Через несколько месяцев аналогичные научные подразделения создаются в Ленинграде при радиозаводе им. Коминтерна, в Центральной радиолаборатории, в Физико-технической лаборатории. Чуть позже подобные научные группы появляются в Томске (Политехнический институт), Одессе (Институт электротехнической связи), в московском НИИ связи, при ленинградском радиозаводе «Светлана».

В 1930 году советские инженеры Всесоюзного электротехнического института (ВЭИ) разработали и построили передающее устройство и приемник – с диском Пауля Нипкова – механического телевидения.

В июле 1930 первая система малострочной механической техники вступила в строй и группа ученых ВЭИ под руководством В. Архангельского провела первую успешную телепередачу. Изображение и звук передавались раздельно – по двум каналам – поэтому для приема телепередачи требовались два радиоприемника, один из которых был снабжен телевизионной приставкой. Четкость изображения составляла 30 строк.

29 апреля 1931 года – начало работы советского малострочного ТВ. Состоялась первая опытная передача, о которой заранее сообщили по радио. Сотрудники ВЭИ передали по радиоканалам портреты руководителей партии и правительства, плакаты и лозунги и, в заключение трансляции, по очереди позировали перед камерой.

1 октября 1931 года – начало регулярного вещания механического телевидения из студии при Московском радиоузле. Телепередачи велись по немецкому стандарту: 30 строк, 12,5 кадра в секунду, на средних волнах, что позволяло принимать их в других городах, включая и сибирские регионы. Для приёма изображения использовались самодельные устройства с диском П. Нипкова, а для приема звука – радиоприемник «ЭЧС-4».

В октябре 1931 года впервые в Сибири – в Томске – принято телевизионное изображение Его осуществил на установке с диском Нипкова и неоновой лампой научный сотрудник Сибирского Физико-Технического Института (СФТИ) В.Г.Денисов.

1 ноября 1931 года Томская радиовещательная станция РВ-48 совместно с «Телевизорной секцией друзей радио» начала регулярные передачи изображений по радио из лаборатории СФТИ, которые велись три раза в месяц.

С 21 ноября 1931 года в Томске начали принимать движущиеся изображения из Москвы. Значение экспериментальных передач заключалось в проверке принципиальной возможности передавать и получать какие-то картинки вместе со звуком на самодельном оборудовании.

В марте 1932 года начались передачи механического телевидения из Ленинграда. Газета «Известия» писала что «на Ленинградской радиостанции РВ-53 состоялись первые опытные передачи изображений, давшие прекрасные результаты».

В 1932 году телевизионные передачи начала вести Одесская радиовещательная станция РВ-12.

15 апреля 1932 года «Правда» сообщила, что Ленинградский завод «Коминтерн» приступил к выработке первых 20 советских телевизоров. До тех пор в нашей стране имелись только самодельные телевизоры,

изготовленные в лабораториях или просто кустарно. В 1933—1936 годах промышленность выпустила более 3 тысяч механических телевизоров марки «Б-2» с размером экрана 3х4 см.

15 ноября 1934 года – начало регулярного вещания передач московского механического телевидения.

14 ноября 1935 года Московский радиотехнический узел организовал радиолюбительскую телеперекличку. Передачу смотрели в Москве, Иванове, Горьком, Воронеже, Ленинграде и Киеве. Перекличка дала сильный толчок к расширению приемной сети телевизоров с диском Нипкова.

В октябре 1936 года началось строительство нового Московского телецентра. На улице Шаболовке, у подножия знаменитой 150-метровой Шуховской башни, возведенной в 1922 году для радиостанции, были размещены два здания — для передатчика и для студии.

В конце 1937 года в эфир вышла первая программа Опытного Ленинградского телецентра (ОЛТЦ), оборудованного электронной аппаратурой, разработанной в лабораториях ленинградских институтов (изображение разлагалось на 240 строк).

31 декабря 1938 года – подписан акт об окончании строительства Московского электронного телецентра.

10 марта 1939 года началось регулярное вещание телепередач электронно-лучевого ТВ в Москве.

1 апреля 1941 года – окончание передач оптико-механического ТВ в Москве.

В 1950 году Рязанский радиоклуб наладил прием сигналов Московского телевизионного центра, удаленного на 170 км. Можно считать это первым шагом телевещания в регионы страны.

В 1951 году в Харькове появилась телевизионная станция, сконструированная руками радиолюбителей. Пока готовился телецентр, харьковчане мастерили самодельные телевизоры.

В 1951 года по инициативе директора Томского политехнического института профессора А.А.Воробьева – после ознакомления с аппаратурой экспериментального телецентра в г. Харькове – было принято решение построить в ТПИ свой любительский телецентр.

25 декабря 1952 года в Томске была принята первая телевизионная передача электронного ТВ (киножурнал со звуковым сопровождением) на самодельном телевизионном приемнике, в котором вместо кинескопа использовалась осциллографическая трубка диаметром 13 см.

30 декабря 1952 года в Томске вышла в эфир первая телевизионная передача – киножурнал «Сибирь на экране». Этот день считается началом не только томского, но и сибирского телевидения.

В 1952 году в Новосибирске радиолюбители начали сооружать малый (экспериментальный) телецентр.

С января 1953 года экспериментальные передачи первого сибирского – Томского телецентра стали регулярными.

В 1953 года в ТПИ была организована лаборатория телевидения, силами которой передающая аппаратура была значительно усовершенствована, и передачи учебного телецентра начали проводиться с передовым на то время стандартом 625 строк, в том числе, кинофильмы со звуковым сопровождением.

В 1953 году в Новосибирске открыли электротехнический институт (НЭТИ) и институт связи (НЭИС), в котором началась профессиональная подготовка инженерных кадров для телекоммуникаций.

В начале 1954 года Томский обком КПСС с учетом опыта, накопленного в ТПИ, принял решение о строительстве в Томске государственного телецентра, приурочив его создание к 350-летию города.

В мае 1954 года в Омске была осуществлена первая опытная передача электронного ТВ.

30 апреля 1955 года – в томский телевизионный эфир вышел первый кинофильм «Верные друзья».

В мае 1955 года – построено здание томского телецентра.

16 июля 1955 года государственная комиссия составила акт приемки в эксплуатацию 1-й очереди Томского телевизионного центра. Томский телецентр стал пятым в СССР (после Московского, Ленинградского, Киевского и Харьковского) и первым в его Азиатской части.

15 сентября 1955 года Совет Министров СССР принял Постановление N° 1689 «О мерах по дальнейшему развитию телевизионного вещания в СССР». Начался этап бурного развития и распространения технических средств телерадиовещания в регионах. Постановление обязывало Совет Министров РСФСР и Советы Министров союзных республик построить в 1956 – 1958 годах телевизионные центры и ретрансляционные станции, изготовить, поставить и смонтировать аппаратуру радиорелейных линий к ретрансляционным станциям.

1 октября 1955 года – в эфир вышла первая собственная программа томского телецентра – профессор И.М.Разгон рассказывал об исторических памятниках Московского Кремля.

Осенью 1955 года – в Новосибирске начаты работы по сооружению телецентра.

В 1955 году советская промышленность выпустила 495 тысяч телевизоров.

В 1955 году сдан в эксплуатацию телецентр в Барнауле. Барнаульский телецентр был разработан и воплощен в металле инженерами и рабочими Томского политехнического института, Барнаульского радиозавода и Завода транспортного машиностроения

1956 год – первый выпуск информационной программы «Новости недели» томской студии ТВ.

13 февраля 1956 года – в Барнауле состоялся первый экспериментальный показ художественного фильма по телевидению.

1956 год – сдан в эксплуатацию телевизионный центр в Бийске.

20 октября 1956 года – в Барнауле была смонтирована первая студийная камера и в этот день барнаульские телезрители: несколько десятков счастливых обладателей телевизоров КВН с кинескопом 18 см по диагонали – увидели первого диктора Марию Скоромную.

В 1957 году в эфир Барнаульской телестудии вышла первая кинозарисовка «Здравствуй, весна». Она была снята на 35-мм пленку низкой чувствительности, предназначенную для рентгенограмм, эта пленка была выпрошена в аптекоуправлении.

20 мая 1957 года в Новосибирске была установлена 80-метровая телебашня, ставшая неотъёмлемой частью силуэта города.

10 июля 1957 года – состоялась первая опытная передача Новосибирского телецентра.

7 августа 1957 года – в Новосибирске вышла в эфир первая программа местного телевидения. В ней были показаны документальные и художественные фильмы. Через год-полтора после первых передач сформировался творческий коллектив студии.

1957 год – сдан в эксплуатацию телецентр в Рубцовске.

В ноябре 1957 года – сдан в эксплуатацию Красноярский телецентр.

11 декабря 1957 года – вышел приказ Госкомитета по радиовещанию и телевидению «Об организации телевидения в городе Иркутске». Планировалось строительство 185-метровой телевизионной вышки и студийного комплекса.

31 декабря 1957 года – в эфир впервые вышла Иркутская студия телевидения, показав зрителям фильм Э. Рязанова «Карнавальная ночь».

В 1958 году сформировалась служба новостей Иркутской студии телевидения.

В 1958 году была создана первая в стране кафедра радиовещания и телевидения на факультете журналистики Московского госуниверсите-

та. Следом появилась аналогичная кафедра на журфаке ЛГУ и в других университетских центрах подготовки журналистов.

1958 год – сдан в эксплуатацию телецентр в Абакане.

22 апреля 1958 года выходит в эфир первая передача Кемеровского телецентра.

В декабре 1958 года – Государственная комиссия приняла Омский телецентр в эксплуатацию.

В 1959 году – новосибирский телецентр приобрёл первую передвижную телевизионную станцию, что позволило накануне 1960 года впервые показать телезрителям спектакль непосредственно из театра. Это была «Оптимистическая трагедия» В. Вишневского в постановке «Красного факела».

1959 год – сдан в эксплуатацию телецентр в Усть-Каменогорске.

В 1960 году – в томском телеэфире появляется первая реклама.

В 1963 году в Барнауле введен в эксплуатацию новый типовой телецентр с вышкой, комплексом зданий, современным оборудованием. Улучшилось качество вещания, расширилась аудитория телепрограмм. Строительство мощных радиорелейных линий и трансляционных станций в городах и селах края позволило принимать программы Барнаульской студии в Бийске, Рубцовске и многих селах края.

10 августа 1963 года новый Барнаульский телецентр осуществил первую телепередачу. Специальный выпуск был посвящен строителям телецентра.

В 1965 году вышло Постановление ЦК КПСС «О состоянии и мерах улучшения местных студий телевидения РСФСР». Основное требование документа – укрепление материально-технической базы телевидения и усиление идеологической направленности вещания. Руководство партии заявляло, что вводит в эксплуатацию десятки приемных станций спутниковой связи «Орбита» в районах Сибири, Дальнего Вос-

тока, Средней Азии и Крайнего Севера. Это современное дорогое оборудование, которое никогда не поставили бы за счёт средств местного бюджета.

В 1966 году барнаульская телестудия освоила телевизионное кинопроизводство.

2 ноября 1967 года начала действовать система передачи телевизионных программ через советские спутники «Молния» и наземные станции «Орбита». В Сибири появилась возможность принимать программу ЦТ из Москвы через спутник «Молния-1».

В **ноябре 1967 года** в Бугринской роще (Новосибирская обл.) обосновалась станция «Орбита». В Новосибирске обладатели цветных телевизоров получили возможность посмотреть «в цвете» празднование Октября в Москве: и парад, и демонстрацию.

В 1968 году барнаульская телестудия организовала трансляцию второй программы по пятому частотному каналу.

С 1970 года – стал утверждаться на практике принцип дополнительности местного вещания по отношению к центральному. Закрыты телестудии в Бийске, в Рубцовске, в Нижневартовске, в Ханты-Мансийске и в других сибирских городах. В качестве оправдания была выдвинута экономическая версия – нерентабельность малых студий и трудность их постоянной технической модернизации. К концу 1970-х годов областные студии стали унифицировать, заставляя превращаться в информационно-публицистические филиалы ЦТ на местах.

В 1971 году создан Всесоюзный институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. Раз в пять лет каждый сотрудник местной телекомпании мог пройти двухмесячную стажировку.

В 1972 году в телецентре Барнаула организована аппаратная студия видеозаписи.

В 1973 году – томская телестудия получила ПТС и провела первые прямые трансляции с площади Революции.

В 1974 году на барнаульской телестудии появилась черно-белая ПТС на четыре камерных канала.

В 1975 году во дворе новосибирского телецентра появилась новая ПТС с приставкой «ЦТ» и поэтическим названием «Лотос». К концу года было смонтировано стационарное цветное оборудование. И 31 декабря диктор Е. Батурина поздравила зрителей с наступающим Новым годом уже «в цвете».

В 1975 году в Алтайском крае вводится в строй первая наземная станция по приему передач ЦТ через мощный спутник связи «Экран».

В 1976 году состоялся первый телемост между городами Томск-Кемерово.

В 1977 году на Барнаульской студии ТВ введена в эксплуатацию цветная ПТС «Лотос», реконструированы аппаратно-студийный блок и система спецосвещения.

В 1978 году – в эфир томской студии ТВ впервые пошла цветная картинка.

В 1978 году в телецентре Барнаула смонтировано стационарное оборудование цветного телевидения ДАЦТ.

В 1979 году сотрудники барнаульской студии ТВ освоили производство цветных кинофотоматериалов.

В 1980-е годы была создана кооперация радиоэлектронных заводов во главе с воронежским НПО «Электроника» для создания кассетного видеомагнитофона. Во второй половине 1980-х заводы вышли на серийное производство видеомагнитофона «Электроника – ВМ12».

В 1983 году в телецентре Барнаула произведена вторая реконструкция аппаратно-студийного блока с установкой оборудования «Перспектива» для передачи цветного изображения.

В 1984 году в Баранауле начала работать цветная ПТС «Магнолия».

В 1986 году в телецентре Барнаула на базе видеомагнитофонов «Кадр-ЗПМ» создана вторая аппаратная студия видеозаписи.

В середине 1980-х годов руководство ЦК КПСС понимает, наконец, что допустило очередные перегибы на местах, закрывая вещательные центры. В своем выступлении перед коллективом Гостелерадио главный идеолог страны, секретарь ЦК КПСС Е.К.Лигачев подчеркнул: «Прежде были попытки свернуть местные телевизионные студии. Это была ошибка. Именно за счет умелого сочетания возможностей центра и республиканских, областных комитетов по телевидению и радиовещанию можно добиться наибольшего эффекта».

С 1987 года – по всей стране появляются полуподпольные – а потом и официально зарегистрированные как кооперативы – видеотеки и видеосалоны. Видео стало альтернативой государственному кинопоказу по телевидению. Вместе с этим стали образовываться и примитивные негосударственные станции – их создатели просто подсоединяли видеомагнитофоны к коллективным антеннам, установленным практически на каждом жилом доме. Сначала показывали только западные видеофильмы, потом стали размещать объявления по принципу телетекста и некоторое подобие местных новостей.

5 ноября 1989 года – первый выход в эфир Независимого телевидения Ангарска (НТА).

1989 год – в Барнауле образована независимая телекомпания «ТВ «Сибирь».

13 июля 1990 года – в эфир выходят «Сургутские видеоновости» – первая программа телекомпании «СургутИнформТВ».

В 1990 году начинает вещание «Тивиком» (г. Улан-Удэ)– первая из частных телекомпаний республики Бурятия.

В **1990 году** в рамках третьей программы начинает работу независимый Новосибирский вещатель «Канал-С».

В 1990 году в Иркутске создана телекомпании «Видеоканал», которая занималась трансляцией зарубежных фильмов и музыкальных клипов.

В ноябре 1990 года основана томская независимая телекомпания «ТВ-2».

15 мая 1991 года – первый эфир томской телекомпании «ТВ-2». Телекомпания показала пиратские американские фильмы и авторскую программу «Великие негодяи истории», которая была посвящена первому китайскому императору.

1 августа 1991 года в Новосибирске начала вещание Телевизионная станция «Мир» — первая новосибирская негосударственная телекомпания. Компания ретранслировала «6-й канал» (г. Санкт-Петербург) и производила собственные телепрограммы.

20 февраля 1991 года – на втором телевизионном канале вышла в эфир первая программа Красноярской негосударственной телекомпании «Прима-ТВ».

16 декабря 1991 года в эфир иркутской независимой телекомпании «Видеоканал» вышел первый выпуск новостей «Сей Час», ставший основой собственного вещания телекомпании.

С 1991 года журналисты и преподаватели (тренеры) стран Западной Европы и Соединенных Штатов Америки получили возможность приезжать в Россию и проводить разные курсы, семинары, летние школы, знакомя российских журналистов и студентов со своими моделями журналистики. Европейские и американские благотворительные фонды стали оказывать консультационную, техническую и финансовую помощь независимым СМИ России. Все они пытались адаптировать постсоветскую медиа-систему к требованиям западной демократии.

В 1992 году Новосибирская студия телевидения была объединена с Новосибирским радио в Государственную телевизионную и радиовещательную компанию «Новосибирск».

В ноябре 1992 года красноярская негосударственная телекомпания «Прима-ТВ» начала вещание на 11-метровом канале с 18 до 24 часов. Появились программы разных жанров: «Вдохновение», «Старое незабытое», «Женский клуб», «Металл-топ-ТВ», «Шик». 2 апреля 1992 года – основана частная телерадиокомпания Красноярска «Афонтово».

В 1992 году году иркутская телекомпания «Видеоканал» переименована в телекомпанию «АИСТ» (Альтернативная Иркутская Студия Телевидения).

В 1992 году введена практика лицензирования вещания, это позволило узаконить негосударственное ТВ.

В 1992 году в Красноярском крае появилась телесистема «Енисей», способная объединить отдаленные районы края в единое информационное поле, был создан передающий комплекс и установлены устройства для приема-передачи краевой программы телевидения по каналам спутниковой связи.

12 января 1993 года – первый выход в эфир информационной программы «Час пик» томской телекомпании «ТВ-2». По замыслу слово «ПИК» было аббревиатурой и расшифровывалось как публицистика, информация, комментарий.

15 марта 1993 года – в эфире красноярской телекомпании «Афонтово» впервые появилась программа «Новости».

30 декабря 1993 года – Независимое телевидение Ангарска впервые вышло в эфир на 12-м телевизионном канале и стало эфирным телевидением.

В 1993 году Томская телерадиокомпания совместно с ТРК «Телевидение Алтай», ГТРК «Кузбасс», «Новосибирск» создали уникальный телепроект – «Губернские Новости». В прямом эфире в режиме телемоста соединялись 4 сибирских города. Сегодня этот проект объединяет 10 сибирских территорий в ежедневной информационной программе «Вести Сибирь».

В мае 1994 года обанкротилась и расформировалась компания «Телевидение Алтай». Вместо нее гендиректор РТР Олег Попцов решил создать новую телекомпанию под названием «ГТРК Алтай». Она была образована 25 мая 1994 года и в тот же день вышла в эфир.

В 1995 году телекомпания «Афонтово» первой в регионе провела серию спутниковых телемостов Красноярск-Москва.

В 1995 году в Новосибирске основан телеканал «NTSC» (New Television Siberian Channel — Новый телевизионный сибирский канал). Его филиалы находились в нескольких сибирских городах: Барнауле, Томске, Омске, Кемерово. Долгое время в эфир выходили новости с репортажами из этих городов под общим названием «Новости «NTSC»«. До 1997 партнером телеканала «NTSC» был СТС.

С 1995 года в России популярной и эффективной формой взаимодействия региональных телекомпаний стали ассоциации – международные, федеральные, межрегиональные. Ассоциации помогали своим членам правильно оформить лицензии, предоставляли квалифицированную юридическую консультацию, помогали приобрести необходимое оборудование, организовывали совместное производство, закупку и распространение телепрограмм, способствовали расширению рекламного рынка региональных телекомпаний.

С 1995 года Телевизионная станция «Мир» (Новосибирск) осуществляет совместное вещание с телеканалом НТВ. 12 мая 2006 года сетевым партнером телевизионной станции «Мир» становится телеканал СТС.

21 мая 1996 года в эфире негосударственной телекомпании «Прима-ТВ» появилась регулярная информационная программа «Красноярск сегодня», освещающая события, происходящие в городе и крае.

В конце 1996 года в России началось непосредственное спутниковое вещание. Его открыли российским зрителям четыре канала НТВ-плюс.

В конце 1990-х годов телесети (РЕН-ТВ, ТВ-6, СТС, ТНТ, и др.) стали соревноваться между собой в охвате территории страны. Проникновение в регион сетям обеспечивал сетевой договор с одной из местных станций или покупка крупного пакета акций местного вещателя. После заключения такого соглашения местное программирование сворачивалось, а доля столичного контента в эфире вырастала до 95-100%. Первым в России сетевой принцип распространения программ применила МНВК «ТВ-6 Москва».

В 1997 году в Новосибирске начинает вещание негосударственная телекомпания «49 канал». Сетевым партнером новой телекомпании стал телеканал «СТС».

В 1997 году в Новосибирске основан телеканал «МКС» (Молодая культура Сибири). Канал был ориентирован на представителей национальных меньшинств г. Новосибирска, выпускал собственные передачи, ретранслировал телеканалы Белоруссии, Армении, Азербайджана, Украины, Грузии, Азербайджана.

В 1997 году – томская независимая ТРК «ТВ-2» переехала в новое собственное здание.

С 1997 года в эфире телекомпании «ТВ-2» (Томск) появилась итоговая аналитическая программа «Час пик. Суббота». Ведущая программы – Юлия Мучник.

С 1 января 1998 года телеканал «NTSC» (Новосибирск, Барнаул, Томск, Омск, Кемерово) становится сетевым партнёром телеканала ТНТ.

27 июля 1998 года – выходит Постановление Правительства Российской Федерации N° 844, по которому государственные телевизионные и радиовещательные компании (ГТРК) были преобразованы в дочерние компании – федеральные государственные унитарные предприятия. Эти преобразования повлекли сокращение штатов и сокращение эфирного времени вещательных ГУПов.

В декабре 1998 – в Красноярске начато строительство негосударственного передающего центра для телекомпании «Афонтово».

В 1999 году в Новосибирске создана Губернская телекомпания ОТС (Областная ТелеСеть), новая телекомпания начинает вещание на все районы области.

В 1999 году государственная телевизионная и радиовещательная компания «Новосибирск» вошла в состав «Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании» в качестве филиала. Время собственного вещания ГТРК «Новосибирск» после включения её в состав ФГУП «ВГТРК» значительно сократилось.

В конце 1999 года – утренний канал томской телекомпании «ТВ-2» стал инициатором общероссийского проекта «Провинция», в рамках кото-

рого при содействии АНО «Интерньюс», более 30 телекомпаний стали обмениваться сюжетами о жизни провинциальных городов.

В сентябре 2000 года в эфире ГТРК «Томск» впервые появился научно-образовательный канал «Разум XX1 век» при грантовой поддержке Министерства печати и телерадиовещания.

17 сентября 2000 года – в Красноярске состоялся первый выход в эфир программы «Новости «Афонтово». Воскресный выпуск».

5 февраля 2001 года Проект «Новый вечер на «Афонтово». Переход на новую сетку вещания. Принципиально другая организация эфирного времени.

В декабре 2001 года негосударственная телекомпания «Прима-ТВ» завершает строительство собственного телепередающего центра на Николаевской сопке – самой высокой точке Красноярска. Установлена мачта высотой 61 метр. Вещание с нового передающего центра начато в феврале 2002 года. Качество сигнала и зона охвата улучшились.

В июне 2002 года проведена масштабная реконструкция технического комплекса телекомпании «Прима-ТВ» (Красноярск). Съёмочное и передающее оборудование заменено на современное цифровое, что позволило повысить техническое качество материалов и программ, выходящих в эфир.

В августе 2002 года ВГТРК запустила новую унифицированную сетку информационного вещания. Во всех регионах после федеральных «Вестей» в эфир стали идти выпуски региональных «Вестей». Проект получил название «Вести-Регион».

С сентября 2002 года информационные программы ГТРК «Алтай» начали выходить в формате общенационального канала «РТР». С тех пор телеканал Алтайского края входит в структуру ВГТРК.

В ноябре 2002 года Президент РФ подписал Федеральный закон «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях». Этот документ позволил головной компании холдинга ВГТРК на законных основаниях вмешиваться в творческие вопросы региональных теле-

компаний: определять программную политику, стандарты эфирного продукта, участвовать в подготовке и верстке выпуска новостей.

В феврале 2004 года принято постановление Правительства РФ «О ВГТРК» в соответствии с которым все дочерние предприятия – местные телекомпании – становятся филиалами ВГТРК со всеми юридическими и финансовыми последствиями. Союз журналистов России и журналисты региональных телекомпаний выступили с протестами, назвав реорганизацию «целенаправленным разрушением всей системы регионального государственного телевидения». Реформа повлекла сокращение всех разделов вещания, за исключением информационного, массовые увольнения сотрудников региональных телекомпаний.

В 2004 году собственное производство телекомпании Афонтово перешло на новую, серверную технологию на базе Vector Box, которая отвечает самым новейшим достижениям телевизионного развития.

С 1 октября 2004 новосибирская негосударственная телекомпания «49 канал» отказывается от сетевого партнерства и начинает самостоятельное вещание.

Август 2004 года – Телекомпания «Прима-ТВ» и ее федеральный сетевой партнер – телеканал СТС – заключили соглашение о едином позиционировании эфирного продукта, распространяемого на 11ТВК в Красноярске, на основании ко-брендинга. Эфирный продукт получил совместное наименование «СТС-Прима» и совмещённый логотип.

В 2005 году ГТРК «Томск» впервые провела прямую трансляцию матча Чемпионата России по футболу «Томь»-»Спартак» (Москва) на общероссийском телеканале «Спорт» на всю страну.

С июня 2005 года началось вещание собственных передач краевого телеканала «Енисей-Регион» на 127 городов и поселков края. В Красноярске телеканал «Енисей-Регион» начал вещание с марта 2006 года.

В 2005 году в Новосибирске были закрыты два негосударственных телеканала НТН-4 и НТН-12, частные телекомпании города стали заключать договоры с московскими телеканалами на ретрансляцию их сигнала с небольшими местными вставками и рекламой.

В конце 2006 года телеканал ТНТ выкупил у частных лиц 49-процентную долю ООО «Телекомпания «НТэССи» (до этого ТНТ принадлежал 51 % акций) и 29 марта 2007 года «Телекомпания «НТэССи» преобразована в «ТНТ-Новосибирск».

В сентябре 2007 года – красноярская телкомпания »СТС-Прима» вводит в эксплуатацию передвижную телевизионную станцию – единственную в своем классе среди телекомпаний от Урала до Дальнего Востока. Телезрители в прямом эфире становятся свидетелями спортивных матчей, открытия общегородских мероприятий, праздников и просто интересных событий и явлений в жизни города.

1 апреля 2008 года телеканал «МКС» (Молодая культура Сибири) в результате сделки с телеканалом «РБК» был переименован в «РБК-Новосибирск» и стал ретранслировать его передачи. Также транслирует информационные передачи МУ ИА «Новосибирск».

1 декабря 2008 года в Красноярске начал вещание новый телевизионный «12 канал», образованный двумя участниками – телеканалом «СТС-Прима» и студией «ТВ-Енисей». Программирование нового канала основано на использовании программ сетевого партнёра – канала «Осеап-TV» и программ собственного производства.

С сентября 2009 года «Новости» красноярской телекомпании «СТС-Прима» выходят в усовершенствованной студии и внедряют техническую новинку – видеостену за спиной ведущего. Сами ведущие ведут Новости стоя.

В 2009 году в Алтайском крае было запущено так называемое губернаторское телевидение – финансируемый из краевого бюджета телеканал «Катунь 24». Телеканал работает в современном цифровом формате, но пока не все жители края могут смотреть телеканал в телевизионном формате, пользуясь Интернетом или кабельными сетями.

17 января 2009 года – телеканал ОТС, в зону вещания которого входят г. Новосибирск и Новосибирская область, перешел на собственное программирование эфира на основе библиотеки Национального Телевизионного Синдиката.

1 апреля 2009 года — томская независимая ТРК «ТВ-2» переходит на полноценное собственное вещание, используя в эфире программы, кино и сериалы, предоставляемые Национальным телевизионным синдикатом.

15 февраля 2010 года очередной выпуск новостей «Вести. Томск» вышел в эфир на современной цифровой аппаратуре.

Март – июнь 2010 года – преобразование единственной частной городской телекомпании Кемеровской области («10 канал», Новокузнецк) в государственную, с последующим изменением структуры главного продукта телекомпании – информационной программы «Новости десятого канала», а также расширением диапазона вещания. Вещание после реорганизации распространилось на территорию всей Кемеровской области. После преобразования канал стал губернаторским.

1 мая 2010 года – государственная телерадиокомпания «Омск» приступила к круглосуточному телевещанию. Новый лицензированный канал «Омск-24» передает сигнал по кабелю. Также началось он-лайн вещание телеэфира «12 канала» в сети Интернет по адресу www.gtrk-omsk.ru

Август 2010 года – владельцы ЗАО КТК «Афонтово» с нового телесезона решили отказаться от собственного вещания и создания программ и перейти в режим ретрансляции сетевого партнера – ТВ-3.

ТАБЛИЦА 2. Телевизионные сети в регионах СФО

СЕТИ / РЕГИОНЫ	ОМСК	НОВОСИБИРСК	ТОМСК	КЕМЕРОВО	БАРНАУЛ	КРАСНОЯРСК	ИРКУТСК	В ЦЕЛОМ ПО СФО / СРЕДНЯЯ ДОЛЯ СЕТЕВОГО ПРОДУКТА В ЭФИРЕ
СТС	100%	93%	93%	92%	100%	90,05%	96,15%	7 сетевых партнёров 94,85%
ТНТ	96,5%	94,35%	94,05%	96%	98%	100%	---	6 сетевых партнёров 96,48%
РЕН ТВ	80,95%	93,45%	84%	---	94,65%	90,77%	95,35%	6 сетевых партнёров 89,8%
НТВ	100%	100%	100%	100%	98%	100%	100%	7 сетевых партнёров 99,7%
ТВЦ	90%	100%	40%	93,75%	100%	93,45%	---	6 сетевых партнёров 86% с
MTV	70,88%	95,24%	47%	100%	---	100%	---	5 сетевых партнёров 82,6%
МузТВ	100%	100%	48%	100%	---	91,68%	100%	6 сетевых партнёров 90%
РБК	95,84%	97,32%	47%	----	----	----	----	3 сетевых партнёра 80%
ТВ-3	100%	91%	100%	100%	---	---	100%	5 сетевых партнёров 98%
«Домашний»	89%	100%	100%	100%	96%	92,5%	100%	7 сетевых партнёров 96,85%
7ТВ	100%	100%	---	---	100%	---	100%	4 сетевых партнёра 100%
Звезда	---	---	99%	---	100%	87,5%	---	3 сетевых партнёра 96%
ДТВ	---	96,4%	96,5%	98%	---	---	100%	4 сетевых партнёра 97,5%
Доля сетевых программ в эфире	93%	96,75%	79%	97,70%	98,30%	94%	99%	

ТАБЛИЦА 3. Крупнейшие медиа-холдинги СФО

ТЕЛЕВИДЕНИЕ СИБИРИ

НАЗВАНИЕ	ОСНОВНЫЕ АКЦИОНЕРЫ (УЧРЕДИТЕЛИ) И РУКОВОДИТЕЛЬ	СОСТАВ АКТИВОВ	ГОД СОЗДАНИЯ
ГТРК «Алтай» (Барнаул)	Учредители - правительство РФ, администрация Алтайского края Руководитель - Олег Говорщенко	Телекомпания «Алтай», краевое радио «Алтай». Ретрансляция телеканала «Россия 1», Радио России www.ab.ru/~gtrk	1994
АИСТ («Альтернативная Иркутская Студия Телевидения», Иркутск)	ОАО «Телекомпания АИСТ», 60% акций принадлежит администрации Иркутской области. Около 20% владеет гендиректор, остальные акции - у ряда миноритариев Генеральный директор - Амгалан Базархандаев	Телеканал «АИСТ», РА «АИСТ», издательство «Восточная Сибирь» (выпускает приложение к «Коммерсанту», автомобильный журнал «АвтоLand», газету «Восточный Формат», телегид «Видеоканал» и журнал «Видеоканал-мини») www.aisttv.ru	1990
АС «Байкал» (Иркутск)	Владелец и президент холдинга - Александр Тюников	Ретрансляция телевизионных каналов НТВ, ТНТ, СТС, Домашний, МузТВ, ТВЦ, радиостанций Мегаполис FM, Эхо Москвы, Европа Плюс, Ретро FM, Радио 7, ЮМОР FM. Собственная радиостанция АС-ФМ, газета «Канал 007» www.as.baikal.tv	1991
ГТРК «Иркутск»	Дочернее предприятие ВГТРК Директор филиала - Леонид Гунин	Телекомпания «Иркутск», областное радио. Ретрансляция телеканала «Россия 1», Радио России www.irkutsk.rfn.ru, www.vesti.irk.ru	1998
НТС («Новое телевидение Сибири», Иркутск)	Компания «Формедиа», входящая в аффилированную с «Базэлом» группу РАИнКо Главный редактор - Ольга Данильчук	Телекомпания НТС, ретрансляция канала РЕН ТВ, радиостанций «Авторадио» и радио «Шансон». В некоторых населенных пунктах региона компания является сетевым партнером ТНТ и радио «Шансон». В Тайшете запущено вещание ТВЦ и ТВ-3, а также радиостанций Шансон и Love Radio. В состав холдинга также входит рекламное агентство «Прайм» www.nts-tv.ru	2002
ГТРК «Кузбасс» (Кемерово)	Дочернее предприятие ВГТРК Директор филиала - Тамара Алиева	Структурными подразделениями ГТРК «Кузбасс» являются: губернский канал «СТС-Кузбасс», радио «Кузбасс», радио «Кузбасс FM», радио «Маяк-Кузбасс». Вещает на телеканалах «Россия 1», «Россия 24», СТС www.ctc-kuzbass.ru	1998

НАЗВАНИЕ	ОСНОВНЫЕ АКЦИОНЕРЫ (УЧРЕДИТЕЛИ) И РУКОВОДИТЕЛЬ	СОСТАВ АКТИВОВ	ГОД СОЗДАНИЯ
ГТРК «Красноярск»	Дочернее предприятие ВГТРК Руководитель - Василий Нелюбин	ГТРК «Красноярск», краевое радио. Ретрансляция телеканала «Россия 1», радио «Маяк», Радио России www.krasnoyarsk.rfn.ru	1998
ТВК - 6 канал (Красноярск)	ОАО «Красноярское информационное телевидение (ТВК - 6 канал)». Контролируется гендиректором Вадимом Востровым, 30% акций принадлежит входящему в «Базэл» местному заводу КрАЗ Генеральный директор - Вадим Востров	Телекомпания ТВК, Телеканал «ДТВ-Красноярск», радио «Шансон», еженедельники «Телевизор», «Кошелек», «Этажи» www.tvk6.ru	1994
7 канал (Красноярск)	ООО «Вещательная корпорация «Телесфера» (входит в группу компаний «Медиа платформа», созданную для консолидации и развития медийных активов ГМК «Норильский никель») Генеральный директор - Татьяна Киреева	7 канал (телевидение), радиостанция «Юмор FM». Ретрансляция телеканала РЕН ТВ www.trk7.ru	1999
Медиакомпания «Северный город» (Норильск)	Группа компаний «Медиа платформа» (ГМК «Норильский никель») Генеральный директор - Сергей Панченко	Телекомпания «Северный город» (сетевой партнер РЕН ТВ), информационное агентство «Таймырский телеграф», радиостанции «Северный город» (сетевой партнер радио «Европа Плюс») и «РАДИО ГОРОД» (сетевой партнер «Авторадио»). Также медиакомпания имеет в своем составе типографию и является издателем газеты «Заполярный вестник». www.sgtv.ru	2005

НАЗВАНИЕ	ОСНОВНЫЕ АКЦИОНЕРЫ (УЧРЕДИТЕЛИ) И РУКОВОДИТЕЛЬ	СОСТАВ АКТИВОВ	ГОД СОЗДАНИЯ
ГТРК «Новосибирск»	Дочернее предприятие ВГТРК Директор филиала - Светлана Войтович	«Новосибирское радио», региональная редакция Государственного интернет-канала «Россия». Ретрансляция телеканала «Россия 1» www.novosibirsk.rfn.ru	1998
ОТС (Областная телерадиовещательная сеть, Новосибирск)	Принадлежит администрации НСО Генеральный директор - Владимир Бахарев	В областную телевизионную сеть входят районные филиалы в Болотном, Довольном, Здвинске, Искитиме, Карасуке, Колывани, Куйбышеве, Кочках, Мошково, Северном, Сузуне. С момента основания по 16 января 2009 года ОТС ретранслировал сигнал своего сетевого партнёра - «РЕН ТВ». Сегодня канал сам формирует свою сетку вещания, которая в основном состоит из художественных и документальных фильмов, передач собственного производства. www.otstv.ru	1999
ТРК «Антенна-7» (Омск)	Принадлежит местной строительной компании ОАО АСК, получающей выгодные заказы от областного правительства Генеральный директор - Ирина Матвиенко	Вещание «Антенны-7» ведется на двух каналах - ТВЦ и ТНТ, а также радиостанциях «Эхо Москвы» и «Наше радио» www.antenna7.ru	1995
ГТРК «Иртыш» (Омск)	Дочернее предприятие ВГТРК Директор филиала - Андрей Грошев	Холдинг ГТРК «Иртыш» вещает на телеканалах «Россия-1», «Россия-2», «Радио России Омск», «Радио Маяк Омск» www.omsk.rfn.ru	1998
ГТРК «Омск»	ООО «Омская региональная телерадиокомпания». 51% ОАО принадлежит областному правительству (по другим данным - 100%) И.о. генерального директора - Максим Астафьев	В структуру холдинга входят ОАО «ОРТРК» («12 канал»), ООО «Омское радио», ООО «ОТВ-3» («Первый сибирский культурный канал»), филиалы телекомпаний в 21 райцентре Омской области. Ретранслирует передачи РЕН ТВ www.gtrk-omsk.ru	1998

НАЗВАНИЕ	ОСНОВНЫЕ АКЦИОНЕРЫ (УЧРЕДИТЕЛИ) И РУКОВОДИТЕЛЬ	СОСТАВ АКТИВОВ	ГОД СОЗДАНИЯ
ГТРК «Томск»	Дочернее предприятие ВГТРК Директор филиала - Елена Ульянова	Холдинг ГТРК «Томск» вещает на телеканалах «Россия 1», «Россия 24», «Россия Культура», на радиостанциях «Радио России» и «Маяк FM» www.tvtomsk.ru	1998
Рекламный дайджест (Томск)	Основным учредителем и руководителем всех предприятий холдинга является Иван Пилевин	В состав холдинга входит несколько самостоятельных направлений рекламной сферы: газета «Реклама», агентство «Рекламный дайджест» компания «Street Media», издательский дом «GranDprint», телеканал MTV, радиохолдинг, в составе которого действуют шесть радиостанций (Хит FM, LOVE radio, DFM, радио Дача, Юмор ФМ и Эхо Москвы), журнал «Дорогое удовольствие», мастерская веб-дизайна Solo Web Design, продакшн-студия «Anno Domini», багетный салон «Господин Оформитель», служба доставки «Direct Mail» www.rde.ru	1994
Томская медиа группа	Аркадий Майофис, Виктор Мучник, Юлия Мучник, компания Global Media management Президент медиахолдинга - Аркадий Майофис	Телекомпания ТВ-2, телекомпания «СТС-Открытое телевидение», группа радиостанций Медиа FM (Европа+, Русское радио, Шансон и Ретро FM), рекламные агентства «Тройка», «ТВ-Медиа», «Тройка плюс», рекламная группа «Призма», Агентство новостей ТВ-2, кабельный телеканал «Первый справочный» www.tv2.tomsk.ru	1998

ТАБЛИЦА 4. Ведущие телекомпании СФО

ВЕЩАТЕЛЬ	ГОД ОСНОВАНИЯ	РУКОВОДИТЕЛЬ ТЕЛЕКОМПАНИИ	СЕТЕВОЙ ПАРТНЕР
ГТРК «Алтай» (Барнаул)	1994	Олег Говорщенко	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК
АИСТ (Иркутск)	1990	Амгалан Базархандаев	2004 г. - отказ от сетевого партнерства, переход на собственное 24-х часовое программирование эфира
Байкал ТВ (Иркутск)	1991	Александр Тюников	Ретрансляция телевизионных каналов НТВ, СТС, МузТВ, Домашний, ТВЦ, ТНТ
ГТРК «Иркутск»	1957	Леонид Гунин	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК
ГТРК «Кузбасс» (Кемерово)	1958	Тамара Алиева	Россия-1, «Россия 24», СТС
«ТВ-Мост» (Кемерово)	1997	Анатолий Григорьев	С 2007 г. сетевой партнёр - канал «ТВ-Центр»
ГТРК «Красноярск»	1957	Василий Нелюбин	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК
«Енисей - Регион» краевой государственный телеканал (Красноярск)	2005	Сергей Шакуров	С 2005 г. - сотрудничество с сетевым партнером - телеканалом «Звезда» и ООО «ТВ-Енисей»
«СТС - Прима ТВ » (Красноярск)	1991	Дмитрий Буевич	СТС
ТВК (Красноярск)	1994	Вадим Востров	С 2009 г. сетевой партнер - телеканал «ДТВ-Красноярск»
ГТРК «Новосибирск»	1957	Светлана Войтович	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК
ГТРК «Иртыш» (Омск)	1954	Андрей Грошев	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК

ВЕЩАТЕЛЬ	ГОД ОСНОВАНИЯ	РУКОВОДИТЕЛЬ ТЕЛЕКОМПАНИИ	СЕТЕВОЙ ПАРТНЕР
ГТРК «Омск»	1998	И.о. генерального директора – Максим Астафьев	РЕН ТВ
«ТелеОмскАкмэ» (Омск)	1994	Ольга Гусева	Формирует свою сетку вещания без сетевого партнера, самостоятельно приобретая право показа фильмов и передач
ГТРК «Томск»	1955	Елена Ульянова	Ретрансляция телеканалов холдинга ВГТРК
«ТВ-2» (Томск)	1990	Светлана Середа	С 2009 г. Телекомпания перешла на полноценное собственное вещание, используя в эфире программы, кинофильмы и сериалы, предоставляемые Национальным телевизионным синдикатом

Летопись побед телекомпаний СФО в конкурсах профмастерства[1]

[1]за период исследования 2006 – 2009 гг.

Красноярск

	2006	2007	2008	2009
ТЭФИ – регион	«Публицистическая программа» - «Большой репортаж» «Китайский лес» («ТВК – 6 канал»); «Ежедневная информационно-развлекательная программа» - «С полседьмого» («Афонтово»)	«Ежедневная информационная программа» - «Новости Афонтово» («Афонтово»); «Публицистическая программа» - «Большой репортаж» «Город инвалидов» («ТВК – 6 канал»)	«Репортер» - «Правда под прилавком» («ОРТВ»)	
Евразийский телевизионный конкурс «Я – человек»		«Публицистический фильм» - «Молодёжь Красноярья - молодёжь в квадрате» (Краевой центр молодежных проектов «ЛИДЕР»); «Специальный приз», «Социальный ролик» - «Лёгкий путь вникуда...», «Дочурка»; «Видеоклип» - «Третья ступенька» (видеостудия «Школьный дом», г. Железногорск), ролик «Выбор делаешь ты» («Контакт медиа», г.Дивногорск)	«Игровой фильм» -«Дерево»; «Социальная реклама» - «Самый большой обман» (ТК «НТС», г.Дивногорск); «Тележурнал» - «Молодежный форум» (КЦМП «ЛИДЕР»)	«Игровой фильм» - «Царскій кадетъ», «Просветительская программа» - «Пожарное конусное ведро» (видеостудия Канского Кадетского Корпуса), «Кем быть?» (телестудия «Перемена», г. Норильск); «Тележурнал» - «Start Up» (НП «Шаг»), «Молодежный форум» (КЦМП «ЛИДЕР»); «Социальный ролик» - «Правила дорожного движения» (видеостудия «15 кадр», г. Лесосибирск), «Берегите свой дом» (видеостудия «Школьный дом», г. Железногорск)

Сибирь – территория надежд	«Аналитич еская программа» - «Край за неделю» (КГТ «Енисей-Регион»); «Авторская программа» - С. Зыблев («Афонтово»)	«Телерепортаж» - А. Ручковская (ТО «Дела»)		«Информационный сюжет» - Е. Алишевец (ГТРК «Красноярск»)
«Сибирь. ПРО»		«Доступное жилье» - И. Алиева (КГТ «Енисей-Регион»)	«Образование» - О. Чечеткина («Афонтово»)	«АгроПРО» - Э. Ефимова (КГТ «Енисей-Регион»)
Телекинофорум «Вместе»	«За удачный творческий поиск» - телевизионный журнал «Молодежный форум» (КЦМП «ЛИДЕР»)	«Программы для детей и молодежи»: «Легенды Красного яра» (детский центр «Волшебный микрофон»)		«Специальный приз» - телевизионный журнал «Молодежный форум» (КЦМП «ЛИДЕР»)
«Мир. Согласие. Единство»	«Лучшая операторская работа - «Остановись, мгновенье» (ГТРК «Красноярск»)			

Томск

	2006	2007	2008	2009
ТЭФИ			«Интервьюер» - Ю. Мучник (ТРК «ТВ-2»); «Специальный репортаж» - «Лёшкина мама» (ТРК «ТВ-2»)	
ТЭФИ – регион		«Сюжет» - «Суд над мэром» (ТРК «ТВ-2»); «Еженедельная информационно-аналитическая программа» - «Час Пик. Суббота» (ТРК «ТВ-2»)	«Ведущий информационной программы» - А. Ласточкина (ТРК «ТВ-2»); «Еженедельная информационно-аналитическая программа» - «Час Пик. Суббота» (ТРК «ТВ-2»); «Телевидение и жизнь. Социальная акция» - Телемарафон «Обыкновенное чудо» (ТРК «ТВ-2»); «За качественный разговорный литературный русский язык в эфире» - Ю. Мучник (ТРК «ТВ-2»)	
Сибирь – территория надежд	«Аналитическая программа» - «Вести-Томск. События недели» (ГТРК «Томск»)	«Авторская программа» - «Ход конем», Е. Иванкова, Т. Степанова (ГТРК «Томск»)	«Специализированные программы» - Продюсерский центр «Восьмой день»	«Специализированные программы» - «Ученые записки» (ГТРК «Томск»); «Специальная номинация» - О. Пасько (ГТРК «Томск»)

«Сибирь. ПРО»	«Эффективное сельское хозяйство» - О. Юдин, В. Ащепков (ТРК «ТВ-2»)		«ПРОдвижение» - Томский продюсерский центр «Восьмой день»	
«Щит России»	Специальный диплом «За патриотический очерк о военных медиках» - О. Пасько (ГТРК «Томск»)	Диплом фестиваля и специальный приз: «Томские чернобыльцы. 20 лет спустя» (ООО «Демиург»)		
Телефестиваль «Включайся»			«Лучшая телевизионная программа для детей» - «Русские пословицы и поговорки» (ГТРК «Томск»)	
«Теле-ПроФи»				«Приз зрительских симпатий» - программа «Александровский бульвар» (Телевизионный вещательный центр ТГУ)
«Белые пятна истории Сибири»			«Лучший телевизионный ведущий» - О. Пасько (ГТРК «Томск»)	

Новосибирск

	2006	2007	2008	2009
ТЭФИ – регион		«Документальный телевизионный фильм» - «Проклятые вопросы бытия» (ГТРК «Новосибирск»)		
Евразийский телевизионный конкурс «Я – человек»				«Публицистический фильм» - «Детки в сетке», «Просветительская программа» - «Лимон», «Развлекательная программа» - «ZNAKI» (ООО «ХомПланет», «Студия ТТВ»); «Мультфильм» - «Сны» (детская ТВ студия «Классики», д. Новый Шарап, Ордынский район)
«Сибирь. ПРО»	«Профессионализм» - Т. Картавых (ГТРК «Новосибирск»)	«Качественное образование» - М. Безбородов; «Эффективное сельское хозяйство» - К. Клешин; «О главном» - С. Антимонова (ГТРК «Новосибирск»)	«ПРОдвижение» - МУ ИА «Новосибирск»; «Эффективная экономика» - Т. Моноенко (ГТРК «Новосибирск»); «Сибирь в федеральных СМИ»: Л. Ахмедова ТРК «Петербург – 5 канал» (Новосибирск); Т. Плотникова (ГТРК «Новосибирск»); «Жилье» - Н. Скультецкая (Телеканал «ОТС»); «Спецноминация» - О. Пугачева («Канал 49»)	

Сибирь – территория надежд	«Аналитическая программа» - «Вести-Новосибирск. События недели» (ГТРК «Новосибирск»)	«Специализированные программы» - ГТРК «Новосибирск»	«Авторская программа» - Е. Лыкова («Союз ветеранов Афганистана»); «Телерепортаж» - С. Гришина (студия «Репортер»)	«Информационные программы» - «Итоги недели» (Телеканал «ОТС»)
«Щит России»	Специальная номинация - «Приглашение на казнь», С. Тернер (ГТРК «Новосибирск»)		Специальный диплом фестиваля: «Срочный заказ для Никиты Михалкова», И. Муренко (ГТРК «Новосибирск»); Диплом фестиваля и спецприз: «Мужская работа...», Н. Курнаева, Е. Лыкова, А. Миняйло (Союз ветеранов афганистана)	«Патриотическое воспитание»: «Медаль и школьники», К. Полиенко (ГТРК «Новосибирск»)
«ТелеПроФи»				«Журналистское расследование» - сюжет «Продам почку» (ГТРК «Новосибирск»)
«Мир. Согласие. Единство»				«Лицо кавказской национальности» - «Сибирские осетины» (ГТРК «Новосибирск»)
«Белые пятна истории Сибири»			Цикл программ «Сибирская энциклопедия» (ГТРК «Новосибирск»)	
«Бабье лето в Увате»				«Специальный приз» - сюжет «Продажа органов» (ГТРК «Новосибирск»)

Омск

	2006	2007	2008	2009
Евразийский телевизионный конкурс «Я – человек»			«Тележурнал» - «Навигатор» (ГТРК «Омск»); «Научно-популярная программа» - «Шоу Бабы Любы» (ГТРК «Омск»)	
Сибирь – территория надежд			«Специализированные программы» - ГТРК «Иртыш»; «Авторская программа» - О. Юрченко (ГТРК «Омск»)	«Специальная номинация» - Е. Мамонтова (ГПОО «ГТРК-ОМСК»)
«Сибирь. ПРО»	«Национальные проекты – сибирякам» - ГТРК «Омск»; «Современное здравоохранение» - Л. Сажина (ТРК «Антенна-7»)	«Прогресс» - Р. Оноприенко (ГТРК «Омск»)	«Здоровье» - Е. Вовк; «АгроПРО» - Е. Диденко (ГТРК «Омск»)	«Молодая Сибирь» - А. Лебедев (ГТРК «Омск»)
«Щит России»	Специальный приз - «Солдатская мать Анастасия Ларионова», В. Погодаев (ГТРК «Иртыш»); «Направление победы» (ГТРК «Иртыш»)	Диплом фестиваля и спецприз - «Судьба на заказ», Д. Иовлев (ГТРК «Иртыш»)		
«Бабье лето в Увате»				«Вести - Омск. События недели» (ГТРК «Иртыш»)

Иркутск

	2006	2007	2008	2009
Евразийский телевизионный конкурс «Я – человек»		«Документальный фильм» - «Успеть вернуться» (ООО «РТВ», г. Усолье Сибирское); «Социальный ролик» - «Танцпол» (ООО «НТС»)		
Сибирь – территория надежд		«Авторская программа» - Е. Дуберштейн; «Телерепортаж» - Ю. Торбеева (ТК «Город»)	«Специализированные программы» - Телекомпания «АИСТ»	«Авторская программа» - Д. Слободчиков («Восточно-Сибирская студия кинохроники»)
«Сибирь. ПРО»		«Качественное образование» - Т. Климова, А. Ращупкин, С. Фирсов АС «Байкал-ТВ», (АС «Байкал-ТВ»)		
«Щит России»	«Военно - патриотическое воспитание детей и молодежи» - «Воскресение», М. Филатова (ГТРК «Иркутск»)			
«ТелеПроФи»				«Специальный приз» - «Славное море» (ГТРК «Иркутск»)
«Белые пятна истории Сибири»			Диплом фестиваля - фильм «Забытый храм», Е. Малышкина, Г. Южаков, О. Лакина (ГТРК «Иркутск»)	
«Бабье лето в Увате»			«Специальный приз» - сюжет «Спасенный ребенок», Е. Малышкина (ГТРК «Иркутск»)	«Лучший телеоператор» - Д. Грабовский; «Специальный репортаж» - «Славное море» (ГТРК «Иркутск»)

Кемерово

	2006	2007	2008	2009
Евразийский телевизионный конкурс «Я – человек»		«Документальный фильм» - «Киселёвск. Славные истории годы. 1941 - 1945» (МУП ТРК «Киселевск»); «Тележурнал» - «Самый классный понедельник» («10 канал», г.Новокузнецк)	«Тележурнал» - «Навигатор» (ГТРК «Омск»); «Научно-популярная программа» - «Шоу Бабы Любы» (ГТРК «Омск»)	«Документальный фильм» - «НеполноЦЕННЫЕ», «Тележурнал» - «Самый классный понедельник», «Мультипликационный фильм» - «Сага о бобрах» (ДИА «Меридиан» ЦДЮТТ г. Новокузнецк)
Сибирь – территория надежд		«Информационные программы» - «10 канал», г.Новокузнецк; «Специализированные программы» - МУП «Апекс»; «Лучший ведущий» - А. Смирнов (ТРК «27 плюс»)	«Информационные программы», «Специализированные программы» - «10 канал», г.Новокузнецк; «Авторская программа» - М. Чупрасов (ТО «Новый формат», «Союз ветеранов Афганистана»); «Лучший ведущий» - А. Смирнов (ТРК «27 плюс»), О. Чмыхалов (ТРК «КВАНТ»)	«Авторская программа» - О. Яковлева (ТРК 27 плюс»); «Информационные программы» – «10 канал», г.Новокузнецк, ТРК «27 плюс»
«Сибирь. ПРО»	«Большой проект» - («10 канал», г.Новокузнецк)			
«Мир. Согласие. Единство»			«Лицо кавказской национальности» - ГТРК «Кузбасс»	
«Белые пятна истории Сибири»			«Всекузбасская кругосветка «По следам Петра Чихачева» (ГТРК «Кузбасс»)	

Барнаул

	2007	2008	2009
Сибирь – территория надежд	«Телерепортаж» - А. Майорова (ГТРК «Алтай»)		«Специализированные программы» - «Как заработать миллион» (ГТРК «Алтай»); «Специальная номинация» - М. Рудакова (ГТРК «Алтай»)
«Сибирь. ПРО»	«Современное здравоохранение» - А. Мегедекова (ГТРК «Горный Алтай»)	«Вести-Сибирь» - В. Сухачев (ГТРК «Алтай»)	«ПРОрыв» - Телеканал «Катунь 24»; «Жилье» - О. Ермакина (Телеканал «Катунь 24»)
«Щит России»	Диплом фестиваля и приз оргкомитета: «Рождены, чтобы служить», А. Бунькова (ГТРК «Горный Алтай»)		
Телефестиваль «Спасти и сохранить»			«Алтай заповедный» (ГТРК «Алтай»)

Библиография

Публикуемый перечень исследований регионального телевидения содержит как работы фундаментального характера, так и посвященные отдельным аспектам функционирования местных телестудий; комплексные теоретические труды и работы, фиксирующие развитие местного телевещания на определенном этапе. В подробном списке объединены материалы первых исследователей и изыскания современных ученых и сотрудников телерадиокомпаний. В совокупности они позволяют в динамике увидеть спектр тем и проблем, интересующих теоретиков и практиков отечественного ТВ. Приведенная библиография географически шире изучаемого в монографии региона – Сибири. Коллективу авторов это представляется вполне уместным, поскольку детерминанты, влияющие на качество программ и программную политику региональных станций, во многом схожи. Данный перечень не претендует на всеохватность: практически не учтены работы, опубликованные в периодике, объем списка исследований может быть расширен в хронологическом и тематическом отношении, по составу авторов. Однако как попытка систематизации эмпирических и теоретических исследований регионального телевидения и телевидения Сибири, в частности, публикуемый перечень, несомненно, будет полезен теоретикам и практикам отечественного ТВ.

1950-е годы

Бакакин А.А. Телевидение в Томске. Томск: Кн. изд-во, 1959. – 51 с.

Глейзер М. Радио и телевидение в СССР: 1917-1963. Даты и факты. – М.: НМО ГКРТ, 1965. – 230 с.

Журналистика в Сибири / Ответ. Ред. В.П. Забелин. Иркутск, 1967. Вып.1; 1972. Вып.2.

Из опыта студий телевидения. Сб. статей. М., 1960.

1970-е годы

Васильевская Э.В. Очерки развития телевидения в Западной Сибири. – Новосибирск: Наука, 1978. – 76 с.

Володарский Ф.Я. Деятельность партийных организаций Западной Сибири по развитию телевидения и повышению его роли в идеологической работе среди трудящихся (1959-1970 гг.): автореф. дис. ... канд. ист. наук: Томск, 1971. – 24 с.

Горячев В.В. Актуальные проблемы телевизионного программирования: местная студия в системе центрального вещания: автореф. дис. канд. филол. наук. М., 1974.

Лабзин Л. Творческие особенности и перспективы развития экранной информации регионального телевидения в условиях дальнейшего совершенствования ЦТ: автореф. дис. канд. филол наук. – М., 1975.

Николаева Л. Особенности формирования оптимальной структуры общесоюзного телевидения: автореф. дис. канд. ист. наук. – М., 1976.

Юровский А. Я. Телевидение – поиски и решения: Очерки истории и теории советской телевизионной журналистики. – М.: Искусство, 1975. – 184 с; Изд-е 2-е дополн. – М.: Искусство, 1983. – 215

Телевидение и радиовещание в СССР / под ред. А.П. Болгарева. – М.: Искусство, 1979. – 295 с.

Дугин Е.Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М., 1982. – 103 с

Костоусов В.П. Функционирование местного телевидения в СМИП: автореф. дис. канд. ист. наук. – М., 1984. – 173 с.

Попа Е.И. Выпуски новостей как тип программ республиканского телевидения: проблемы развития и функционирования: дис. ...канд. филол. наук. – М., 1985. – 275с.

Проблемы местной печати, радиовещания и телевидения: сб. статей / под ред. Э. В. Блиновой, С. В. Сыпченко. Томск, 1989. – 162 с.

Солнцев В.Н. Структура бюллетеня новостей местной студии телевидения (проблемы оптимизации): (на материале программ Калининград., Ленингр., Волгогр., Горьков. и Закарпат. студии телевидения): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1985. – 19 с.

Цвик В.Л. Парадоксы развития местного вещания. В сб.: Телевидение-89: вчера, сегодня, завтра /Сост. В.Я. Дугин. – М., 1989. – 239 с.

1990-е годы

Гегелова Н.С. Межреспубликанский телеобмен: становление, современная практика, перспективы: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 1990. – 24 с.

Дугин Е.Я. Местные телерадиокоммуникации: состояние и прогноз. М., 1997.

Егоров В.В Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999. – 415 с.

Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. Уч. пос. – М., 1993. – 310 с.

Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. – М., 1995.

Качкаева А.Г. Телевидение в социальном развитии региона: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 1990. – 28с.

Клюхин С.В. Социально-психологические аспекты восприятия телепередачи региональной аудиторией: автореф. дис. ...канд. психол. Наук. – Иваново, 1998. – 24 с.

Коновалова О.В. Основные тенденции развития регионального телевидения в современных условиях (на материалах телевидения Юга России) автореф. дис. ...д-ра филол. наук. – М., 1999. – 46 с.

Очерки по истории российского телевидения / Под ред. В.В. Егорова. – М., 1999.

Попов Н.А. Стратегия управления развитием телекоммуникационного комплекса Красноярского края: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Красноярск, 1998. – 17 с.

Сенькин А.О. Социально-экономическое управление структурой вещания региональных телекомпаний: автореф. дис.... канд. экон. наук. – СПб., 1999. – 26 с.

Цвик В.Л. Новая геополитическая обстановка и проблемы реформирования телекоммуникационной системы // Актуальные проблемы журналистики. М., 1997.

Цвик В.Л. Отечественное телевидение на пути к мировым стандартам: проблемы децентрализации и регионализации вещания // Совершенствование технической базы, организации и планирования телевидения и радиовещания. М., 1992.

Цехоня О.С. Восприятие телевизионных каналов различными социальными группами телеаудитории: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 1998. – 20 с.

Агапитова С.Ю. Информационное вещание на ТВ: Эволюция и современное состояние (на материалах телевидения Ленинграда/Петербурга): автореф. дис. ...канд. филол. наук. – СПб., 2000. – 19 с.

Агапова Л. Телевизионные выпуски новостей. Региональная специфика (на примере телеканалов Оренбургской области). – М., ИПК работников телевидения и радиовещания, 2004.

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

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

Битюков В.Н. Тюменское телевидение. Век XX-XXI / Телерадиокомпания «Регион-Тюмень». – Тюмень, 2007. – 487 с.

Борисов В. П. Рождение телевидения в стране советов: К 75-летию отечественного телевещания // Вопросы истории естествознания и техники. – №1, 2007.

Булытова Ч.М. Телевидение в процессе социокультурной модернизации Республики Тыва: дис.... канд. филол. наук: М., 2007. – 24 с.

Быкова О.В. Становление и развитие государственного телерадиовещания на территории Белгородской области: 1922-2007 гг.: автореф дис. ... кандата филол наук. – Воронеж, 2009. – 22 с.

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

Габидуллина Э.Ф. Становление и развитие телевидения малых северных городов России (На примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2004. – 28 с.

Гайдучок О.Я. История развития радио и телевидения Тюменской области: 1946-1991 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Тюмень, 2006. – 22 с.

Галкина И.А. Средства массовой информации: опыт взаимоотношений с властью в регионах России. – Владивосток: Издательство ДВГУ, 2000;

Гладько А.М. Социальные условия и предпосылки становления общественного телевидения в России: автореф. дис. ... канд. социол. наук: М., 2008 – 23 с.

Гомбоева О.О. Роль телевидения в формировании ценностных ориентаций современного студенчества: на материалах Республики Бурятия: автореф. дис. ... канд социол. наук. – Улан-Удэ, 2007. – 22 с.

Горнак Е.В. Говорит и показывает Приморье (1928 – 2008 гг.): «Приморский краевой радиотелевизионный передающий центр» – 80 лет. – Владивосток, 2008. – 92 с.

Государственная телерадиокомпания «Татарстан». – ПИК «Идел-Пресс», 2000.

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

Данилов А.А. Становление и развитие телевидения в Чувашской Республике (1961-2005 гг.): исторический опыт: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Чебоксары, 2006 – 23 с.

Даутова Р.В. Становление и развитие телевидения в Татарстане (2 п. 1950-1985 гг.): автореф. дис. ...канд. ист. наук. – Казань, 2004. – 26 с.

Дворецкая Н.И. Региональное телевидение как фактор духовно-нравственного воспитания личности (Белгородское ТВ. 1993-2003 годы): автореф. ...канд. филол. наук. – М., 2004. – 28 с.

Дегтярев В.В. Управление развитием информационно-телекоммуникационного комплекса в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Спб., 2000. – 17 с.

Дикая В.В. Влияние средств массовой информации на политическую ситуацию: на примере предвыборных кампаний в Краснодарском крае в 1996-2005 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2007. – 19 с.

Думчев А.В. Телевидение Курганской области: 1960-1991 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Челябинск, 2006. – 24 с.

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

Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 2008. – 23 с.

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

Зверева Н.В. Специфика деятельности регионального тележурналиста: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 2000. – 27 с.

Зверева Н.В. Специфика профессиональной деятельности регионального тележурналиста: ИПК. – М., 2002.

Зверева Н.В. Тележурналистам из регионов (ответы на ваши вопросы). – М., 2004.

Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004 г. – 320 с.

Иванова Е.А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы: На примере Ростовской области: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2003. – 25 с.

Иванова Е.П. Формирование и развитие публицистики на государственном телевидении Татарстана: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 24 с.

Имамова Е.И. Эволюция отечественного информационного и информационно-аналитического ТВ (конец 80-х – 90-е годы): автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М. 2000.– 23 с.

Карапетян Н.А. Специфика работы корреспондента службы новостей в региональных телекомпаниях: на материалах ГТРК «Карелия»: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 2007. – 24 с.

Ковалёв П.А. Российская телевизионная аудитория: дифференциация и типологические группы: автореф. дис. ...канд. социол. наук. – М., 2006. – 25 с.

Ковальчук Г.Л. Языковые и стилистические особенности телевизионной речи в информационных программах телеканалов Республики Татарстан: на материале информационных выпусков 2002-2007 гг.: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Казань, 2008. – 18 с.

Козлова Л.В. «Становление и развитие регионального телевидения во второй половине XX – начале XXI вв: на материалах Амурской области : автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Хабаровск, 2006. – 26 с.

Кокшина Е.В. Стратегическое управление развитием рынка информационных услуг средств массовой информации в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Спб., 2008. – 23 с.

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

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

Лисичкина Н.А. Эволюция формата информационного телевещания в России: жанры, стилистика, аудитория: на примере ВГТРК: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 26 с.

Малкова И.Г. Региональная культурная политика (середина 1980-х-1990-е г.г.): автореф. дис. канд. ист. наук. – Екатеринбург, 2001 – 23 с.

Мартынова Т.С. Региональная телепублицистика: (диапазон жанров, стилистика выразительных средств): автореф. дис... канд. искусствоведения. – М., 2002. – 24 с.

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

Мелешко С.А. Проблемы координации федерального и регионального телевещания в условиях одноканального функционирования (на примере телевидения Липецкой области): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 25 с.

Митрофанова Н.А. Специфика рекламной деятельности на региональном телевидении: автореф. дис. ..канд. филол. наук. – М., 2000. – 25 с.

Москаленко Ю.Н. Янтарный край российского эфира. 1946 – 2008: хроника событий, воспоминания. - Калининград: ГТРК «Калининград», 2008. – 255 с.

Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости. История и конфликты этических представлений. – М., 2000. – 241 с.

Мухаметзянова Э.В. История развития республиканского телевидения и его роль в организации культурной жизни народов Башкортостана в 1956-2000 гг.: автореф. дис. ...канд. ист. наук. – Оренбург, 2006. – 22 с.

Назарова Я.В. Информационное телевещание государственных и частных телеканалов: эволюция, сравнительный анализ (90-е годы): автореф. дис... канд. филол. наук. – М., 2001.– 25с.

Невечеря О.В. Телевидение и развитие миграционных процессов в Российской Федерации: на материалах Оренбургской области: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 2005. – 25 с.

Павлов П.В. Образ капитала в современной региональной журналистике: на примере телевизионных и печатных СМИ Челябинской области: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2009. – 22 с.

Пашкина Т.А. Мое телевидение: из истории Саратовского ТВ. Саратов: Саратовтелефильм – Добродея, 2007.

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

Протодьяконов С.А. Масс-медиа Саха (Якутия): Теория. История. Современность. – М.; Якутск. – Бичик, 2002.

Протодьяконов С.А. Становление и развитие средств массовой коммуникации в регионе Восточной Сибири: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – М., 2000.

Рохлин А. М. Так рождалось дальновидение. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2000. – 182 с.

Саральпова С.Б. Народное творчество на телевидении: проблемы и возможности телережиссуры: на материалах телевидения Кабардино-Балкарии: автореф. дис. ... канд. искусствоведения. – М., 2006. – 24 с.

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

Семёнов В.Г. Особенности тележурналистики в условиях регионального вещания: автореф. дис....канд. филол. наук. – М., 2000. – 28 с.

Семенов В.Г. Региональная тележурналистика. – М.: ИПКРТиР, 2001.

Сухов А.Х. Совершенствование механизма социально-экономического управления структурой вещания региональных телекомпаний: автореф. дис. ...канд. экон. наук: СПб., 2004. – 23 с.

Так работают журналисты ТВ / Г.В. Кузнецов. Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания М., 2004.

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

Усанов А.И. Конкурентоспособность медиакомпаний на региональном рынке средств массовых коммуникаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Казань, 2005. – 18 с.

Федоров В.И. Опыт реформирования средств массовой информации Дальнего Востока в 1991-2001 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Хабаровск, 2004. – 25 с.

Фоменко Н.П. СКАТ – первая в стране региональная независимая телерадиокомпания. 1990-2006. – Самара, 2006. – 125 с.

Халтанова С.С. Роль региональных СМИ в политической жизни России: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2009. – 28 с.

Хлыстунов С.Ю. Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации: автореф. дис. ... д-ра полит. наук. – Саратов, 2009. – 38 с.

Цунская А.В. Полвека с телевидением: ГТРК «Карелия» – 50 лет. - Петрозаводск: Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК «Карелия», 2009. – 255 с.

Шабарова Р. Белинского, 9а: Горьковскому-Нижегородскому государственному телевидению – 50 лет. - Нижний Новгород: Деком, 2007. – 335 с.

Шаманова Л.Ю. Позиционирование региональных выпусков новостей в общероссийском информационном пространстве: на материалах телевещания Оренбургской области: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. – 25 с.

Шестеркина Л.П. Возникновение и развитие Челябинского областного телевидения: 1958-1985 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Челябинск, 2005. – 26 с.

Якубова Л.А. Совершенствование механизма управления региональной телекомпанией: автореф. дис. ...канд. экон. наук. – СПб., 2004. – 22 с.

Яхричев Д.В. Историко-краеведческая тематика как средство актуализации этнической общности: на примере телевидения Вологодской области: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 27 с.

В. Байдина

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

БАЙДИНА Вероника Сергеевна – старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

БЛИНОВА Эмилия Васильевна – к.ф.н., профессор кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

ВОЙТИК Евгения Анатольевна – к.ф.н., старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

ЕРЁМЕНКО Ольга Анатольевна – к.ф.н., доцент кафедры радио и телевидения факультета журналистики санкт-петербургского госуниверситета

ЕРШОВ Юрий Михайлович – к.ф.н., доцент, декан факультета, заведующий кафедрой телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

МАКЕЕВА Оксана Евгеньевна – старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

ХАЛИНА Елена Владимировна – старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

ЯРОСЛАВЦЕВА Анна Евгеньевна – к.ф.н., старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики томского госуниверситета

ПРИЛОЖЕНИЯ

Монография

Телевидение Сибири

Подписано в печать 31.08.2010 г. Печать цифровая.
Гарнитура KievitPro.Тираж 40 шт.
Отпечатано в Учебно-производственной типографии ТГУ.
634050, Томск, пр. Ленина, 66