

РЕГИОНАЛЬНОЕ ТВ РОССИИ. МЕСТО В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ СТРАНЫ

А.О. Бахус

Кафедра массовых коммуникаций
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Рассматривается российское региональное телевидение как часть сложившегося в стране медиапространства. Выдвигается несколько критериев выделения данного понятия: семантический, географический, исторический, социальный, экономический, содержательный. Основной вывод: главным параметром, определяющим качественные и количественные характеристики регионального телевидения, а также организационные условия ее функционирования, является региональный фактор распространения.

Ключевые слова: региональное телевидение, российское ТВ, медиапространство, центральные и региональные ТВ каналы, местное ТВ, провинциальное ТВ, периферийное ТВ.

В российском медиапространстве структуру телевидения составляет центральное и местное вещание. По отношению к нецентральной системе телевидения в работах различных исследователей термины «региональный», «местный», «периферийный», «провинциальный» часто используются как синонимы. При этом в строгом значении используемые термины скорее предполагают отношения комплиментарности, но не взаимозаменяемости.

Так, в «Толковом словаре русского языка» С. Ожегова и Н. Шведовой содержится следующее определение понятия регион: «большая область, группа господствующих стран или территории, районы, объединенные по каким-либо общим признакам» [9. С. 695]. В этом случае понятие «регион» можно рассматривать в экономическом и социологическом аспектах. В экономике под регионом понимается «крупная территория страны с более или менее однородными природными условиями и характерной направленностью развития производительных сил на основе сочетания комплекса природных ресурсов с соответствующей сложившейся и перспективной материально-технической, производственной и социальной инфраструктурой» [12].

Социологическое понимание региона шире. Регион «должен обладать социально-пространственной общностью организации проживающего в его рамках населения»; «территориальная дифференциация природных условий составляет естественную основу обществ, (территориального) разделения труда, исторически закрепленного, находящего продолжение в своеобразии социальных условий жизни и в социальном облике населения» [10].

Более близкое к информационной специфике понятие региона дает теоретик и практик журналистики А. Качкаева: регион — это не только территориальная общность, но и общность информационная, так как совокупность политических, социальных, экономических связей непременно трансформируется в связях инфор-

мационных. Информационный процесс обеспечивает территориальной общности необходимую целостность и динамику развития [5].

Термин «регион» часто употребляется наряду с понятием «провинция». Провинция — это «1. Административная единица в некоторых государствах. 2. Местность, удаленная от крупных центров; территория страны в отличие от столицы, центра» [9. С. 265].

Понятие региона гораздо нейтральнее понятия провинция. Последнее в современном русском языке имеет значение некоторой отсталости от жизни и веяний главных городов. Регион же в первую очередь означает самобытность и обособленность, а также отличие и определенную независимость от центра. Поэтому собственную прессу и культуру местные журналисты склонны называть региональной, а не провинциальной. Исследователи журналистики считают, что со временем определения «местный», «провинциальный» должны стать указанием на серьезность знания жизни на местах, а не определением масштаба и меры качества производимой журналистской продукции.

Исторический критерий дает основания утверждать, что само возникновение телевидения в России связано с его местной спецификой. Так, В. Цвик утверждает о том, что вообще все современное телевизионное вещание возникло как явление местного характера. В силу технических особенностей распространения телесигнала зона его приема весьма ограничена: именно поэтому и московская (центральная) студия телевидения первоначально всецело отвечала определению «местная» [11. С. 12—13]. Если отождествлять региональное телевидение с нестоличным, можно сказать, что история регионального (местного) телевидения в России насчитывает более пятидесяти лет. Первая нестоличная студия телевидения появилась в Ленинграде где уже летом 1938 года началось регулярное телевизионное вещание.

Собственно нецентральные (периферийные) телестудии стали появляться в России лишь в 1950-х годах. В это время происходит резкий рост числа программных телецентров: с трех в 1954 году до 68 в 1960 году. 1950—1960-е годы характеризуются не только бурным развитием местного телевидения, но и его централизацией: «вещательные островки местных студий постепенно сливались в архипелаги, в итоге превратившись в телевизионный материк единой информационной системы отечественного телевидения» [6. С. 174]. Развитие региональных студий по всей стране всегда начиналось с создания программного телецентра, куда приходили радиожурналисты, газетчики, актеры театра и налаживали сетку вещания. Постепенно урегулировалось соотношение местных и центральных материалов: «регионалы» сообщали провинциальные новости, наиболее интересные отправляли в Москву, комментировали информацию общесоюзного значения. Во второй половине 1950-х годов увеличивается число штатных работников телевидения: с 402 до 8295 (в 1965 году их было уже 17 813) [8. С. 72].

В 1970-е годы назрела насущная необходимость перестройки системы регионального телевидения, однако она не была осуществлена либо не дала желаемых результатов, поскольку не имела научно-теоретической базы. В конечном итоге

в стране широко распространилось явно ошибочное мнение об идеологической нерентабельности регионального телевидения, было принято постановление о закрытии ряда местных телестудий.

Политика перестройки не могла не коснуться и средств массовой информации, о значении которых в демократизации общественной жизни заговорили ученые и политики. Особую роль в этом процессе стали отводить местным телекомпаниям. Это привело к принятию в 1986 году важного правительственного решения о расширении регионального телевизионного вещания. С этой целью было создано 67 новых программных телестудий в областных центрах и центрах национальных автономий, где их до этого не было.

После распада СССР в конце 1991 года наблюдаемые тенденции проявились и в развитии телевидения, что привело к его децентрализации, монополизации и регионализации [8. С. 114]. В развитии новой России в 1992 году перешло 75 телецентров и телестудий. Однако к началу 1993 года число вещательных и продюсерских телеорганизаций в Российской Федерации достигло 1000 [3. С. 83]. Впрочем, на этом резкий рост количества телевизионных компаний прекратился: на сегодняшний день в России насчитывается также около 1000 региональных телеканалов [11. С. 23].

Переход к рыночным отношениям активизировал частную инициативу в области телевидения: появилось множество новых каналов, огромный выбор программ, газет. «После августа 91-го в провинции случился настоящий информационный бум. Число местных изданий здесь скоро превысит число читателей. А количество идей в публицистической обертке на одну обывательскую голову, кажется, превосходит способности последней переварить их без риска перегреться» [4. С. 48].

По мнению некоторых исследователей, провинциальное телевидение «настоящему» вообще начало формироваться лишь в начале 1990-х годов. Именно в это время политическая и экономическая децентрализация, возникшая вслед за распадом СССР, актуализировала проблему местного телевидения Российской Федерации [6. С. 259]. От местных студий телевидения потребовалась независимость и самостоятельность, оптимальная форма деятельности, которая бы позволила им стать непосредственными соучастниками всех происходивших в стране и регионе перемен.

В начале 1990-х годов толчком к развитию провинциального телевидения стало и то, что на местах политические лидеры почувствовали необходимость в собственном информационном пространстве, через которое они непосредственно могли бы влиять на общественное мнение. Естественно, что основной задачей провинциального телевидения на данном этапе было полноправно вступить в предвыборную гонку, что они и сделали уже во время парламентских выборов 1993 года, успешно овладев электоральными функциями.

Однако, по замечанию А. Новикова, «электронная революция, разразившаяся в провинциальном эфире, серьезно напугала власти» [6. С. 17]. Уже с 1994 года бурное развитие независимых коммерческих телестудий, продолжавшееся всего год-полтора, пошло на спад. Властные и крупные коммерческие структуры (мно-

гие из которых, как известно, часто также связаны с местными администрациями) стали активно «подминать» независимое телевидение, распространяя на него сферу своего влияния.

В новейшей истории российских массмедиа И. Засурский выделяет четыре периода до середины 1998 года, а также пятый — послекризисный (вероятно, в настоящий момент можно говорить о следующем периоде — кризисном). В основу периодизации И. Засурский кладет конкретные исторические события и экономические процессы [3. С. 81—90].

Первый период — до 1990 года (т.е. до принятия закона о печати) — время гласности и перестройки, когда независимой журналистике не было в принципе. Второй — 1990 год — начало 1992 года — «золотой век» российской печати, период «первой приватизации» СМИ. Отношения власти и прессы предельно либеральны. На российском рынке средств массовой информации появляется огромное количество новых изданий, теле- и радиостанций. Третий — с 1992 по 1996 год — период формирования российской системы средств массовой информации. Он подразделяется на этап политического противостояния и первых экономических трудностей СМИ (1992—1993 годы); этап временной политической стабилизации, для которой характерен отток политизированного капитала и бурное развитие коммерческой прессы (с 1994 до середины 1995 года); этап активизации политизированного капитала и формирования пропагандистской системы перед президентскими выборами 1996 года (с середины 1995 до середины 1996 года).

Уже в самом начале 1992 года впервые обозначилось явное различие в развитии центральной и региональной прессы. Если в Москве произошло четкое разделение СМИ на «демократические» и «оппозиционные», то на местах журналисты заняли позицию сторонних наблюдателей. Исключение составили лишь коммунистические и националистические издания, ставшие активными участниками политических баталий. Эта же тенденция была характерна и для регионального телевидения: большинство местных телекомпаний играло пассивно отстраненную роль.

К началу 1990-х годов относится формирование в регионах системы государственного и коммерческого телевидения. Естественно, что резкий рост количества телекомпаний в это время наблюдается в основном за счет негосударственных объединений.

После президентских выборов 1996 года начинается четвертый (по Я. Засурскому) период в истории развития российской прессы, который продолжался до середины 1998 года. В это время средства массовой информации становятся «основной средой политической коммуникации. Происходит полное переплетение сферы политического и СМИ, что позволяет говорить о медиатизации политики и формировании медиаполитической системы» [4. С. 87].

После августа 1998 года наступает новый период в развитии российских СМИ, в корне отличающийся от предыдущих. Для него характерны усиление роли государства в системе средств массовой информации, попытка создания единого центра, координирующего деятельность государственной прессы.

Таким образом, с точки зрения развития местного телевидения наиболее значимым в новейшей истории является третий период, выделяемый И. Засурским, так как именно в это время система регионального телевидения сложилась в том виде, что мы наблюдаем сегодня. По замечанию А. Новикова, между выборами 1993 и 1995 года в России произошла телевизионная революция, создавшая совершенно новую культурно-политическую реальность [6. С. 16].

Новая реальность детерминирует и типологию отечественного телевидения, которую по географическому принципу можно представить в более развернутом виде, нежели состоящим из двух компонентов — центрального и местного. Это федеральное вещание, региональные и местные эфирные каналы, локальные кабельные программы. Таким образом, следует различать региональное и местное телевидение. В словарях слово «местный» имеет следующее определение: «1. Относящийся только к определенной местности; не общий; 2. Не общегосударственный, действующий или имеющий значение в пределах определенной территории, района, коллектива; 3. Здешний, не приезжий; не привозной; 4. Относящийся к определенному месту, части чего-либо; не общий» [9. С. 360].

В системе СМИ региональной будет та телепрограмма, что относится к какому-либо региону, а местной телепрограммой будет та, что выходит в каком-либо отдельно взятом городе.

Кабельное телевидение в России развито слабо и сосредоточено в основном на сугубо обособленной аудитории, обслуживая интересы небольших микрорайонов и даже кварталов. Наиболее крупные кабельные сети обслуживают до 100 тысяч семей в «спальных» районах больших городов [2. С. 107]. Все содержательное разнообразие таких СМИ сосредотачивается по преимуществу на художественных фильмах (нередко их пиратских копий) и часто столь же локальных, как и сами станции новостей.

Так как появление кабельных сетей, а также резкое прекращение их деятельности практически невозможно проконтролировать, достаточно сложно говорить и об их общем количестве. Согласно ряду данных, в начале 1990-х годов на всей территории бывшего Советского Союза насчитывалось от 600 до 800 кабельных сетей более чем в 200 городах. Самые насыщенные студиями территории — Россия и Украина [2. С. 107].

По типу деятельности все разнообразие российских телевизионных компаний можно разделить на вещательные (в основном имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру), программнопроизводящие и дистрибьюторы [1. С. 5]. В принципе, все три формы активно представлены и на региональных медиарынках, так как разделение функций программных и вещательных организаций — это, безусловно, продуктивный путь развития.

Многие частные вещательные организации (не говоря уже о ГТРК — государственных телерадиокомпаниях) считают престижным и выгодным производить свои программы, основанные на местном колорите и материале. Другие же, напротив, предпочитают выдавать в эфир приобретенные законным (или пиратским) способом передачи, от себя добавляя лишь рекламные блоки, прогнозы погоды, гороскопы на неделю и в лучшем случае небольшие подборки местных но-

ностей. Подобного рода организации активно вливаются в общероссийские телевизионные сети.

Ряд телекомпаний не имеет лицензии на вещание и занимается исключительно подготовкой программ, однако по уровню и количеству производства они, естественно, не могут равняться с московскими продюсерскими фирмами (такими, как «ВиД», «КЛАСС!» и др.). Стоит отметить, что среди данных компаний достаточно высок процент любительских и полупрофессиональных объединений (например, учебных детских и молодежных телестудий), предлагающих вещателям лишь отдельные свои передачи.

По экономическому принципу структуру регионального телевидения составляют государственные и коммерческие каналы. Частное телевидение имеет больше возможностей для развития с точки зрения капиталовложений, государственное же телевидение, подчиняющееся местной власти, существенно уступает коммерческому по части финансирования. Если в Москве различия государственных и частных каналов не очень заметны, то в регионах деление на независимые, коммерческие, частные и государственные телекомпании рождает существенные отличительные признаки. Государственные телестудии более зависимы от местных администраций, в то время как коммерческие — от прихоти владельцев или спонсоров. Если все же какая-то телекомпания декларирует свободу от вмешательства сторонних лиц в политику вещания, то на деле обычно это оборачивается засильем откровенной рекламы, концертов по заявкам зрителей и заказных материалов.

Дифференциацию российских каналов, в том числе и региональных, можно провести также по источнику финансирования: государственный (бюджетный) канал, платный (за счет абонентской платы телезрителей либо подписной по аналогии с печатной периодикой), общественный (за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований предприятий и частных лиц), коммерческий (самостоятельный, в основном за счет рекламы), арендный (политическая партия, частное лицо, общественная организация арендует время у вещательной организации) [1. С. 6].

В регионах эта классификация по преимуществу «смазана», так как даже коммерческие телекомпании практически не в состоянии окупить полностью все свои расходы из-за объективной ограниченности рекламного рынка. Финансовых поступлений от аудитории (общественных организаций и добровольных пожертвований) практически нет, а кабельное телевидение развито слабо. Это приводит к тому, что большинство региональных телестудий нуждается в постоянных дотациях местной администрации, либо капиталовложениях крупных коммерческих структур (что, естественно, приводит к резкому обострению проблемы зависимости и независимости СМИ).

Хотя в ряде экономически развитых регионов можно встретить телестанции, ставшие высоко рентабельными предприятиями и полностью окупающие себя за счет рекламных поступлений. Согласно «Обзору российского телевидения» 2007 года, несколько станций имели доход свыше 200 тысяч долларов в месяц,

20—30 станций получали прибыль в 100 тысяч долларов в месяц. Большинство из этих станций находится в городах с населением более одного миллиона человек [7].

По характеру аудитории региональные телекомпании в совокупности представляют весь адресный спектр программ: для детей, молодежи, профессиональных и социальных групп, для женщин и мужчин. Хотя большинство местных студий универсальны и не специализируются на производстве передач лишь для одной адресной группы или какой-либо одной тематике. Однако по каждому региону отдельно картина складывается крайне не однородно.

Кроме того, типологию региональных телекомпаний можно провести и по характеру учредительства (соучредительства): телестудия городской администрации, банка, творческого объединения журналистов. Случается, что губернатор края (области) и мэр регионального центра находятся в противостоянии друг к другу, что сказывается и на характере телестанций, соучредителями которых они являются. В целом это способствует поддержанию плюрализма мнений в СМИ и развитию демократического общества.

На основании выделенных критериев можно считать, что региональное телевидение составляет неотъемлемую часть медиапространства России и является системой с присущими ей связями и отношениями. Региональное телевидение обладает рядом структурно-функциональных характеристик и, как система, отвечает требованиям системного подхода.

Особенности местного телевидения определяются самим существованием государства с его административно-территориальной структурой. Информационные потребности различных национальных, профессиональных, социальных групп, непосредственно связанных с особенностями данного региона, обеспечиваются деятельностью локальных СМИ. Главным параметром, определяющим качественные и количественные характеристики региональной журналистики, а также организационные условия ее функционирования, все же является региональный фактор распространения. Одним из основных отличий региональной журналистики от центральной является то, что местные источники обслуживают информационные потребности той аудитории, которая ограничивается пределами данного региона; содержательная структура программ местных студий телевидения в значительной степени зависит от местных географических и экономических особенностей и условий.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дзялошинский И. Информационное пространство России: политическая метафора или научное понятие // Право знать: история, теория, практика. — 2001. — № 7—8. С. 1—8.
- [2] Дугин Е.Я. Кабельное телевидение на Западе и в России: программирование, организация, коммерческие секреты (опыт лучших компаний): Учебно-методическое пособие. — М.: Агар, 2002.
- [3] Засурский И.И. Массмедиа второй республики. — М.: Изд-во МГУ, 2005.

- [4] Засурский Я.Н. Журналистика в переходный период // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». — 2004. — № 5. — С. 3—13
- [5] Качкаева А.Г. Российские империи СМИ // Журналист. — 1998. — № 6. — С. 21—26.
- [6] Новиков А. Телевизионная революция в регионах // Журналист. — 2002. — №1. — С. 16—17.
- [7] Обзор российского телевидения //www.internews.ras.ru/report/tvru/tv_bib.html
- [8] Овсян П.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 — 1990-е гг.): Учебное пособие / Под ред. Я.Н. Засурского. — М.: Изд-во МГУ, 1999.
- [9] Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 72 500 слов и 7500 фразеологических выражений. — М.: АЗЪ, 1993.
- [10] Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В. Осипова. — М.: ИНФРА-М-НОРМА, 1998.
- [11] Цвик В.Л. Особенности реформирования отечественной системы телевидения в условиях информационного рынка (два «передела» телевизионной собственности) // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». — 2003. — № 5. — С. 3—13.
- [12] Экономическая энциклопедия / Гл. ред. Л.И. Абалкин. — М.: ОАО «Экономика», 1999.

**RUSSIAN REGIONAL TV IS EXAMINED
AS A PART OF FULLY FORMED
MASS-MEDIA, IN THE COUNTRY**

A. Bakhus

Mass communication chair, language and literature study department
Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

Several criteria for picking out of the given definition are moved out: semantic, geographical, historical, social, economic.

A Basic conclusion: the main parameters that defines qualitative and quantitative regional TV's description as well the organization condition its function is the regional factor.

Key words: Regional television, Russian TV, mass-media, central and regional TV channel, local TV, provincial TV, peripheral TV.