



Валерий Викторович Бакшин

кандидат филологических наук, доцент, директор Высшей школы телевидения, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, Россия, e-mail: vvb-1@yandex.ru

Valeriy V. Bakshin

PhD in Philology, Associate Professor, Director of Higher School of Television, Vladivostok State University of Economics and Service, 41, Gogolya St., Vladivostok, 690014, Russia, e-mail: vvb-1@yandex.ru

К ПРОБЛЕМЕ РОССИЙСКОЙ МОДЕЛИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В статье на примере Дальнего Востока рассматривается современное состояние государственного регионального телевидения России и его место в идеологической системе страны. Прослеживается эволюция модели регионального телевидения. Критически оценивается реорганизация регионального телевидения в постсоветской России.

Ключевые слова: региональное телевидение, информационное воздействие, экономика СМИ.

TO THE PROBLEM OF THE RUSSIAN MODEL OF REGIONAL TV

The article discusses the current state of the regional public television of Russia and its place in the ideological system of the country on the example of the Far East. It traced the evolution of model of regional TV. Critically assessed the reorganization of the regional television in post-Soviet Russia.

Keywords: regional television, informational influence, media economics.

В апреле 2013 г. начался новый этап в истории российского регионального телевидения — президент Российской Федерации Владимир Путин подписал указ, в котором, в частности, поручил Всероссийской государственной телерадиокомпании (ВГТРК) создание региональных общедоступных телеканалов для включения в мультиплекс цифрового телевидения (предполагается, что региональные телеканалы

войдут в третий мультиплекс, составы первого и второго мультиплексов уже определены). В ВГТРК, комментируя указ президента, заверили, что приложат все усилия, чтобы при создании общедоступного телеканала в каждом субъекте Российской Федерации соблюсти интересы всех профессиональных региональных вещателей. Иными словами, региональный общедоступный телеканал

будет создаваться на базе филиалов ВГТРК с привлечением финансовых, технических и программных ресурсов имеющихся в субъектах Федерации региональных и местных (частных или муниципальных) телекомпаний. По сути это означает кардинальное изменение существующей российской модели регионального телевидения.

Система регионального государственного телевидения в нашей стране формировалась с 60-х годов прошлого века. Наряду с центральным телевидением в большинстве российских регионов были созданы региональные государственные телерадиокомпании (ГТРК), представлявшие к концу столетия мощную силу информационного воздействия на население. Среди функций регионального телевидения нужно выделить функцию социальной идентификации, позволяющую телезрителям соотносить себя с жизнью своего региона, с его историей, с событиями и проблемами, что невозможно обеспечить на федеральном телеканале даже при наличии сетевого вещания. Столь же важна информационная функция регионального телевидения, позволяющая населению ориентироваться в социально-политической жизни своей территории. Не случайно самые высокие рейтинги в региональном эфире получают именно информационные программы, что делает грамотно организованные региональные телекомпании востребованными у местной аудитории. Так, 53 % телезрителей Хабаровска ежедневно смотрят программы краевого телеканала «Губерния»[3]. О востребованности местной информации говорит и тот факт, что доля аудитории вечерних информационных выпусков большинства филиалов ВГТРК, входящих в линейку *TNS Russia*, превышает долю аудитории вечернего (прайм) выпу-

ска федеральных «Вестей» (здесь можно также говорить и о высоком качестве информационного продукта большинства региональных ГТРК).

Даже создание в конце 80-х гг. XX в. региональных частных теле- и радиокompаний не ослабило мощь информационного воздействия региональных ГТРК — они обладали большим объемом теле- и радиовещания, получали достаточное финансирование из союзного (затем федерального) и региональных бюджетов, а также необходимое техническое оборудование по линии Гостелерадио. Ухудшение в середине 90-х гг. финансового и технического обеспечения из столицы и стремительное развитие частных радиостанций (особенно в FM-диапазоне; частные телекомпании по объективным причинам развивались не так быстро) не ослабили позиций региональных ГТРК. Тем более, что в большинстве регионов страны частные телеканалы не смогли стать реальными конкурентами государственных телекомпаний (исключение «Афонтово» в Красноярске, ТВ-2 в Томске, «Губерния» в Хабаровске и еще несколько телекомпаний в других регионах страны).

Действовавшая в нашей стране до 1998 г. модель регионального телевидения не является уникальной — примерно такая же до сих пор успешно применяется в КНР. Китайское правительство, понимая ведущую роль телевидения в информировании населения страны, не жалеет финансовых средств на обновление технической базы региональных и местных (провинциальных, городских и уездных) телекомпаний, одновременно поощряя их коммерческую деятельность. К примеру, на северо-востоке Китая не только в провинциальном центре Харбине, но и в других городах (Муданьцзян, Цзиси и др.) созданы современные телевизионные комплек-

сы, значительно превосходящие по оборудованию и объемам вещания телекомпании российского Дальнего Востока. Да и принятая в 1998 г. модель российского регионального телевидения также не уникальна — такая же модель действует, к примеру, в Японии: структура телекомпании NHK похожа на структуру ВГТРК.

Но есть два обстоятельства, негативно влияющих на ситуацию в российском региональном телевидении. Первое: недостаточный уровень рекламных доходов российских СМИ. И прежде всего из-за того, что стоимость российских рекламных продуктов во много раз ниже стоимости аналогичных американских или европейских рекламных продуктов, что, естественно, отражается на экономическом положении российских СМИ (вот цифры: рекламный рынок США в 2009 г. составил 154 млрд дол., Японии — 46 млрд, Китая — 45 млрд, России — только 7 млрд дол. США) [1]. Свою негативную роль в низких рекламных доходах российских СМИ выполняет и федеральный закон «О рекламе», созданный без всестороннего учета мировой рекламной практики и реалий российской экономики. Не случайно даже подразделения Федеральной антимонопольной службы, ставшей в свое время инициатором и фактически автором данного закона, стараются не реагировать на многочисленные случаи скрытой рекламы в программах как на федеральных, так и на региональных телеканалах. Второе обстоятельство: ориентация столичных специалистов по СМИ преимущественно на европейский опыт построения медиаструктуры страны, тогда как в России с ее огромными расстояниями применим опыт прежде всего больших по территории стран — США, Канады и того же Китая.

Политический кризис середины 90-х гг. XX века заставил руководство страны кардинально изменить модель регионального государственного телевидения: в мае 1998 г. вышел указ президента Бориса Ельцина о формировании единого производственно-технологического комплекса государственных электронных средств массовой информации ВГТРК, в соответствии с которым государственные региональные телерадиокомпании были выведены из-под двойного подчинения — Гостелерадио и региональных властей — и вошли в холдинг ВГТРК в качестве дочерних предприятий. Был взят курс на ликвидацию самостоятельных государственных телерадиокомпаний в субъектах Российской Федерации. Такая модель регионального телевидения требует меньших финансовых затрат, но в то же время не позволяет в полном объеме учитывать специфические особенности регионов, что для многонациональной и огромной по территории России крайне важно.

Формальной причиной реорганизации российской модели регионального телевидения стало юридическое несоответствие законодательству статуса региональных ГТРК с их двойным подчинением — федеральному центру и региональным властям. Но не секрет, что указ президента преследовал прежде всего политические цели: вывести мощный информационный ресурс из-под контроля региональных властей, не всегда лояльных в то время Москве (можно вспомнить историческую фразу Бориса Ельцина, произнесенную в августе 1990 г. «Берите столько суверенитета, сколько сможете проглотить»). Со стороны ВГТРК новую модель регионального телевидения активно продвигали первый заместитель председателя компании Михаил

Лесин и заместитель председателя, руководитель регионального департамента Рифат Сабитов. В результате уже к концу 1998 г. во многих регионах страны государственные телерадиокомпании были преобразованы в дочерние предприятия ВГТРК.

Не во всех регионах этот процесс проходил спокойно, кое-где раздел совместно нажитого с регионами имущества потребовал судебных решений. Так, в Хабаровске часть Дома радио осталась за федеральным центром, часть — за краевой администрацией. Некоторые руководители субъектов федерации долго сопротивлялись, понимая, что остаются без мощного информационного канала. К примеру, в Саха-Якутии подразделение ВГТРК «ГТРК «Саха» было создано только в 2005 г. Однако губернаторы ряда регионов быстро нашли выход: стали создавать собственные телекомпании, получившие мощнейшее финансирование из региональных бюджетов. Так, в 1998 г. в Приморском крае была создана телекомпания краевой администрации «ОТВ-Прим», а в Хабаровском крае начинает действовать телекомпания «Губерния», одним из учредителей которой является администрация края. В результате многие телекомпании, созданные с участием региональных властей, и по объему вещания, и по объему финансирования во много раз превосходят филиалы ВГТРК.

Первое время дочерние предприятия ВГТРК финансировались непосредственно из федерального бюджета, что позволяло некоторым компаниям с помощью лоббистской деятельности депутатов Государственной думы от своих регионов получать дополнительное финансирование. Но затем финансирование региональных ГТРК было полностью передано ВГТРК, что не сильно от-

разилось на финансовом положении большинства компаний — статус дочерних предприятий позволял им решать многие вопросы самостоятельно или при поддержке со стороны регионального департамента ВГТРК. Но в 2001 г. из ВГТРК уходит Рифат Сабитов, много лет курировавший региональную политику ВГТРК и хорошо знавший состояние региональных телерадиокомпаний (еще раньше, в 1999 г., из ВГТРК уходит Михаил Лесин, но до 2004 г. он занимал пост министра РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации и хотя активно лоббировал создание частных телерадиокомпаний, но не оставлял без внимания и региональные ГТРК, особенно в период местных выборов). В 2009 г. Рифат Сабитов возвращается в региональный департамент ВГТРК, но к тому времени ситуация в филиалах ГТРК намного ухудшится.

Дело в том, что в 2002 г. в российском законодательстве появляется норма, запрещающая функционирование дочерних предприятий федеральных государственных унитарных предприятий, а именно в статусе ФГУПа действовала и до сих пор действует ВГТРК. После недолгой дискуссии о возможности преобразования ВГТРК в акционерное общество (что, на наш взгляд, было бы самым логичным решением, учитывая большое число дочерних предприятий ВГТРК — почти во всех субъектах Федерации, и расстояния между головным предприятием и отдаленными, в частности дальневосточными, филиалами) правительство России в 2004 г. принимает решение о реорганизации дочерних предприятий ВГТРК в филиалы. Это решение крайне негативно отразилось на состоянии региональных государственных телерадиокомпаний. В несколько раз были уменьшены объемы теле- и радио-

вещания, что, естественно, привело к сокращению штатной численности компаний. Региональные филиалы потеряли собственные теле- и радиоканалы, переданные под федеральные программы ВГТРК. Из вещания большинства филиалов были убраны художественные, детские, спортивные, культурные и т. п. программы — региональным ГТРК было предписано заниматься преимущественно информационным вещанием. Реорганизация региональной сети ВГТРК в 2002 г. фактически противоречила задачам, поставленным в Доктрине информационной безопасности России, утвержденной президентом страны Владимиром Путиным в 2000 г., и прежде всего задаче повышения эффективности использования информационной инфраструктуры в интересах общественного развития, консолидации российского общества и духовного возрождения многонационального народа нашей страны.

При реорганизации дочерних предприятий ВГТРК в филиалы было резко сокращено их финансирование из федерального бюджета. Так, если дочернее предприятие ВГТРК «Тихоокеанская ГТРК «Владивосток» получило в 2003 г. субсидию в размере 53,2 млн р., то субсидия филиала ВГТРК «ГТРК «Владивосток» в 2005 г. составила лишь 24,4 млн руб. Более того, в дальнейшем финансирование филиалов ВГТРК осуществлялось без учета инфляционной составляющей (если исходить из официального уровня инфляции, то к 2013 г., к примеру, субсидии ГТРК «Владивосток» из федерального бюджета должны были вырасти по меньшей мере до 49,7 млн р., но они сохранились на уровне 2005 г. — и такая картина во всех филиалах ВГТРК, в некоторых финансирование из центра даже сократилось, но ведь цены на товары и услуги росли и растут гораздо бы-

стрее официальной инфляции), что привело к значительному ухудшению финансового состояния компаний, к старению технической базы и к потере из-за низкой заработной платы высококвалифицированных сотрудников.

Финансовое положение многих филиалов ВГТРК еще более ухудшилось в 2010 г. после вступления в силу поправок в федеральный закон «О рекламе», в соответствии с которыми филиалы не имеют права самостоятельно размещать в своем эфире рекламные материалы. В результате не очень большие доходы от рекламы снизились из-за отчислений рекламным посредникам.

В статусе филиалов региональные ГТРК не могли самостоятельно решать многие вопросы хозяйственной деятельности, а аппарат ВГТРК из-за большого числа филиалов и, соответственно, резко возросшего объема работы вопросы решал крайне медленно, что только усугубляло проблемы региональных компаний. Да и не в состоянии небольшой штат подразделений ВГТРК, курирующих различные направления деятельности филиалов, охватить все многообразие возникающих в регионах проблем — организационных, финансовых, хозяйственных, юридических.

Меняя систему управления региональными филиалами, руководство ВГТРК отказалось и от принятых в конце 90-х гг. принципов внутрикорпоративной демократии: к концу 2010-х гг. коллегия руководителей региональных филиалов становится сугубо формальным органом, формируемым без учета мнений самих регионалов. Более того, с приходом в 2007 г. к руководству региональным департаментом ВГТРК Владимира Шаронова перестает действовать рабочая группа коллегии, в которую входили

самые активные директора филиалов и которая не раз ставила перед руководством ВГТРК острые вопросы деятельности региональных ГТРК.

Нужно признать, что в своей финансовой политике в отношении филиалов руководство ВГТРК исходило прежде всего из финансовых возможностей холдинга: доходы ВГТРК и субсидии из федерального бюджета росли незначительно (в 2013 г. только вмешательство президента страны Владимира Путина позволило сохранить субсидии ВГТРК из федерального бюджета на уровне 2012 г.). Между тем руководство страны ставило и ставит перед ведущей государственной телерадиокомпанией новые, все более сложные задачи по обеспечению информационного развития государства и общества, на фоне которых проблемы информационного обеспечения регионов отходят на второй план. В этот же период началось стремительное изменение телевизионных технологий, потребовавшее привлечения значительных финансовых средств, и, естественно, основные финансовые потоки пошли на техническое и технологическое перевооружение ведущего телеканала холдинга — телеканала «Россия-1», который в результате стал, по существу, самостоятельной структурой в едином предприятии под названием ВГТРК, что не могло не отразиться на региональных филиалах ВГТРК.

Тем более, что после включения в 1998 г. региональных телерадиокомпаний в состав ВГТРК не была изменена структура корреспондентской сети телеканала «Россия-1» в регионах страны. Корреспондентские пункты по-прежнему и организационно, и финансово, и технически существуют отдельно от региональных подразделений ВГТРК, что не выглядит логичным при нынешней структуре

ВГТРК. В результате корреспондентская сеть телеканала «Россия-1» и региональные филиалы ВГТРК, производящие преимущественно информационный контент, действуют иногда как конкурирующие структуры, что не способствует развитию регионального телевидения, ведь даже заработная плата сотрудников корпунктов в разы превышает среднюю зарплату работников филиалов. Кстати, в японской NHK нет такого дублирования региональных структур — филиалы компании в префектурах страны выполняют и роль корреспондентских пунктов.

В условиях нехватки финансовых средств филиалы ВГТРК были вынуждены обращаться к региональным властям за финансовой поддержкой, которая стала оказываться под видом информационного обслуживания. В ряде регионов финансирование филиалов ВГТРК из местных бюджетов уже превышает субсидии из федерального центра. В руководстве ВГТРК вынуждены были смириться с активным присутствием губернаторов и мэров столичных городов в эфире филиалов, тогда как еще в середине 2000-х гг. это жестко пресекалось: в ВГТРК еженедельно мониторили региональный эфир и не допускали «излишнего» присутствия местных властей в новостных выпусках филиалов. На изменении отношения руководства ВГТРК к информационной активности губернаторов отразился и переход к системе назначения губернаторов президентом страны: «ставленники Кремля» требовали от федеральных структур, в том числе и от ВГТРК, соответствующего отношения. Яркий пример этому — более чем активное освещение деятельности губернатора Краснодарского края Александра Ткачева в эфире ГТРК «Кубань». А вот примеры с Дальнего Востока. Мэрия г. Би-

робиджана в 2011 г. направила на поддержку местных СМИ, в том числе ГТРК «Бира», почти 7 млн р. В результате мэр Биробиджана Андрей Пархоменко стал самым медийным лицом в Еврейской автономной области: только за полтора месяца — с 15 октября по 2 декабря 2011 г. на двух телеканалах его показали 176 раз [2]. Администрация г. Владивостока на освещение своей работы в СМИ в 2011 г. истратила около 40 млн р., в 2012 г. — 66 млн р., а в 2013 г. на оказание информационных услуг запланировано истратить более 95 млн р., в том числе ГТРК «Владивосток» должна получить почти 9 млн р. [5]. В результате главу Владивостока Игоря Пушкарева можно признать самым медийным лицом 2013 г. в Приморском крае.

Обеспечивая в определенной степени финансовую деятельность филиалов ВГТРК, региональные власти стали требовать от них более лояльного отношения к своей деятельности. При выходе в региональном эфире ВГТРК сюжетов, не скрывающих проблем тех или иных территорий, губернаторы и мэры столичных городов стали все чаще обращаться с жалобами в администрацию президента РФ и в ВГТРК. И хотя в большинстве случаев руководство ВГТРК поддерживало своих представителей в регионах, такие действия местных властей не могли не отражаться на деятельности филиалов. Да и руководство филиалов ВГТРК старалось не допускать выхода критических сюжетов, так как это могло отразиться на финансовых потоках из местных администраций.

После принятия концепции развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008–2015 гг. (сейчас переход на цифровое вещание отложен по крайней мере до июня 2018 г.; в приграничных регионах

страны аналоговое вещание должно быть прекращено в 2015 г.) ВГТРК предприняла ряд мер по улучшению технического состояния региональных филиалов. В 2009 г. новые аппаратно-студийные комплексы на Дальнем Востоке получили ГТРК «Амур», «Владивосток» и «Дальневосточная». Однако финансовые возможности ВГТРК не позволили перевести все филиалы на цифровое вещание и вывести их техническую базу на современный уровень.

Нужно признать, что техническое состояние большинства «губернаторских» телекомпаний еще хуже. Перевод на «цифру» для многих из них невозможен ни по техническим, ни по финансовым условиям, как, впрочем, и для практически всех городских и районных телекомпаний, которые уже сейчас вынуждены переходить на интернет-вещание или в кабельные сети, что негативно отражается на информационном обслуживании населения. Скорее всего цифровое вещание станет недоступным и для большинства региональных и местных сетевых партнеров федеральных телеканалов, вошедших в первые два мультиплекса (первые — по финансовым причинам, вторые — еще и по технологическим, так как РТРС пока имеет возможность коммутировать местные отрезки вещания только в региональных столицах).

Между тем до сих пор нет ясности по составу третьего мультиплекса, кроме создаваемого в соответствии с указом президента России регионального общедоступного телеканала ВГТРК. Предполагается, правда, что в третий мультиплекс войдут четыре региональных или муниципальных телеканала, осуществляющих вещание с собственным контентом или в качестве сетевых партнеров федеральных телеканалов, не вошедших в первый и второй мультиплексы. Но

финансовые требования для каналов-кандидатов для вхождения в мультиплексы настолько высоки, что, на наш взгляд, нереально говорить о каких-либо региональных и, тем более, муниципальных телеканалах в третьем мультиплексе (по оценке заместителя министра связи Алексея Малинина, каждому из десяти каналов второго мультиплекса придется платить до 30 млн дол. в год) [6], кроме, повторим, регионального общедоступного телеканала ВГТРК, если, конечно, ВГТРК совместно с губернаторами решит его финансовые и технические проблемы. Что весьма и весьма проблематично, учитывая

состояние российской экономики, о чем откровенно на встрече с журналистами в мае 2013 г. сказал председатель правительства Дмитрий Медведев, отметивший, что в российской экономике «ничего хорошего не происходит» [4].

Можно сделать вывод, что до сих пор в Российской Федерации не сформирована четкая, экономически жизнеспособная и учитывающая географические и социально-политические особенности страны модель регионального телевидения, что негативно отражается на качестве информационного обслуживания населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Известия. 06.05.2010.
2. URL: <http://eaomedia.ru>, 19.12.2011.
3. URL: <http://www.dv-reclama.ru>, 22.12.2010.
4. URL: <http://www.interfax.ru>, 19.05.2013.
5. URL: <http://www.saytoday.ru>, 15.08.2013.
6. URL: <http://www.vedomosti.ru>, 03.08.2012.