

---

## КОНЦЕНТРАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. Джуликян

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

В статье анализируется процесс становления в России нового медиапространства, которое, в частности, характеризуется появлением региональных СМИ. Телерадиокомпании сегодня есть у каждого субъекта РФ, во многих регионах их насчитываются десятки и даже сотни. Автор исследует влияние этих СМИ на политические настроения в обществе, их взаимодействие с властью, свободу самовыражения, уровень прозрачности.

**Ключевые слова:** телевидение, региональные СМИ, ТРК, политика, медиа, информация, общество, демократия.

В настоящее время телевидение является наиболее оперативным из общедоступных средств массовой информации. Развиваются не только центральные каналы, но и телекомпании малых городов, где телевизионная студия является значимой составляющей в формировании культурной среды региона.

О том, насколько серьезным источником получения информации для россиян является ТВ, свидетельствуют социологические исследования. По данным исследовательского центра РАМИР, для получения политических новостей информационными телевизионными программами постоянно пользуются 30,4% респондентов, от случая к случаю — 43,6% опрошенных. Никогда не смотрят новостийные программы региональных телекомпаний 25,3% респондентов [1. С. 5—6]. Заметную роль регионального ТВ в формировании информационного национального пространства подтверждает и исследование Е. Виноградовой, согласно приводимым ею данным телевидению доверяют 42,7% опрошенных (категорически не доверяют СМИ 25,3% населения) [2. С. 15].

Проблема взаимоотношений государства и СМИ на региональном уровне привлекает внимание большинства русских ученых-политологов. В частности, в Саратове сложилась собственная школа исследования проблем демократии, власти, самоуправления и местных СМИ (Л. Аникина, С. Барзилова, Ю. Воронова, А. Демидова, В. Долгова, Г. Дьячкова и др.). Однако, невзирая на наличие теоретических наработок, в России пока что нет ни традиции, ни правовой базы для регулирования концентрации СМИ, ведь общеэкономические регуляторы, в частности антимонопольное законодательство, абсолютно непригодны для такой специфической отрасли, как СМИ.

Более того, в России само понятие «концентрация» вызывает неоднозначное восприятие и понимание. «Во многом, — отмечает Качкаева Г., — отсутствие теоретической базы и практических наработок в данной сфере объясняется тем, что для изучения процесса концентрации СМИ в России объективных данных или нет, или они недоступны для анализа» [6].

Поэтому исследователям СМИ придется в основном работать не с документами, а с конкретными людьми — носителями информации и описывать этот процесс с их слов. Не случайно в последние годы не столько ученые, сколько журналисты и политологи стали обращать внимание на то, что «критической ситуацией, которая сложилась в государственном секторе, спешат воспользоваться силы, которые преследуют свои узко политические интересы» [14. С. 10—11].

В сентябре 1997 г. на сайте радиостанции «Свобода» впервые появилось подробное описание «русских информационных империй СМИ», хотя его авторы Ф. Фоссато и Г. Качкаева, по их же словам, понимали, что новые объединения русских медиа лишь с натяжкой можно называть «империями».

«На заре демократической революции 90-х гг. абсолютное большинство СМИ попали в руки так называемых олигархов. И большинство газет, теле- и радиоканалов, конкурируя друг с другом, начали эффективно навязывать обществу свою волю, а точнее, волю своих хозяев» [8].

«Известная особенность русской медиасреды заключается в том, что „олигархи — владельцы СМИ“ в России — это лишь „люди, похожие на олигархов“, а „общественное ТВ“ — не совсем общественное» [11].

В настоящее время в постоянном «брожении» рынка региональных и столичных медиа начинают быть видимыми все виды концентрации СМИ — и горизонтальной, и вертикальной, и многоотраслевой.

Отдельные исследователи считают, что нынешнее состояние русских СМИ — результат трансформации, которая происходила с ними в течение последних десятилетий (аналогично периодизации похожих процессов в Украине). Здесь можно выделить несколько периодов, соответствующих разным этапам развития новейшей русской истории [5].

1990—1993 гг. — политическое противостояние и распад Союза привели в 1990 г. к децентрализации системы Гостелерадио.

1993—1996 гг. — период приватизации государственных СМИ, «символом» которой стало создание телевизионного «кентавра» под названием «Общественное русское ТВ». ОРТ формально контролировалось государством, а фактически — бизнесменом Б. Березовским, который не раз заявлял, что СМИ для него — политика, а не медиа-бизнес.

В течение 1996—1999 гг. в регионах России сформировались частные многопрофильные медиахолдинги, которые существовали в условиях неравной конкуренции с ТК, поддерживаемыми местными администрациями. Как правило, перед выборами правящая элита использовала разную тактику для получения поддержки частных СМИ или нейтрализации тех, которые не способны «договариваться». В набор технологий входит «черный PR» (когда «покупается» поддержка целых редакций или отдельных журналистов) и такие формы давления, как закрытие каналов распространения, фискальные методы и т.д.

В сентябре в 1997 г., после продажи части государственного коммуникационного холдинга «Связьинвест», который вызывал публичный скандал, Б. Ельцин, Президент России, впервые публично признал, что редакционная политика русских СМИ отображает финансовые интересы определенных групп [5].

Усложнили ситуацию приватизационные войны в 1997 г., финансовый кризис в 1998 г., которые повлекли обвал рекламного рынка, а следовательно, максимизировали политическую ангажированность СМИ.

Реакция Государственной думы, которая приняла 3 июня 1998 г. Обращение к Президенту России в связи с его Указом «О совершенствовании работы государственных электронных СМИ», ярко свидетельствовала о том, что политические силы, лоббисты интересов негосударственного ТВ также придают большое значение роли ТВ в целом и государственному ТВ в частности [14. С. 10—11].

В документе отмечалось, что создание единственного производственно-технологического комплекса государственных электронных СМИ называется во всем мире «концентрацией власти над общественной мыслью» и считается «грубым нарушением свободы слова и плюрализма мыслей». По мнению депутатов, «жесткая зависимость региональных ТК не позволит получать эфирное время депутатам, позиции которых расходятся с официальной позицией государственной власти» [14. С. 10—15].

1999—2001 гг. — период активизации действий государства в сфере СМИ, «конец эры олигархов», когда был создан единственный производственно-технологический комплекс государственной ТРК. «Государство будто намекало, что намеревается постепенно превращаться в эффективного владельца СМИ» [5].

На всероссийской конференции «СМИ России: рынок и информационная безопасность», которая состоялась в 2000 г., критиковали Доктрину информационной безопасности РФ. Однако реальные действия Президента РФ в данном направлении демонстрируют, что речь идет не о нарушениях свободы слова, а об ограничении владельцев СМИ в возможностях навязывать свои представления обществу. Можно согласиться с выводом, к которому пришел В. Кузнецhevский: «На рубеже веков в дихотомии „Власть и СМИ“ общество как на Западе, так и в России, медленно, но заметно дрейфует к определенной общей модели, где СМИ во все большей мере обеспечивается возвращение к их естественному определению: не как инструменту политической борьбы, а как средству обслуживания общества в целом» [8].

2000—2002 гг. — попытка сформировать индустриальный подход к развитию медиарынка на фоне спора о «хозяйствующих субъектах», который принимает политическую окраску. По данным профильного комитета, на апрель в 2002 г. в России зарегистрировано действующих лицензий: на телевещание эфирное — 1276, кабельное — 258, спутниковое — 18, эфирно-кабельное — 20 [15].

Интересно, что существует даже система классификации ТК по цели деятельности и отношению к аудитории: если цель ТК — бизнес, то она ориентируется на массового потребителя, а если цель — политическое влияние, то ТК работает для активного электората, который определяется как «объект манипуляции» [10].

С другой стороны, «существует определенная связь между возрастом респондентов и их оценками деятельности местных телеканалов относительно освещения жизни страны, региона, города. С возрастом оценки телезрителей становятся все более критическими» [14. С. 33—34].

В период 2000—2002 гг. «идеалы свободы слова» сильно девальвировали, и после потрясений последних лет в индустрии заговорили о том, что редакционная независимость невозможна без независимости финансовой. С другой стороны, власть, используя рыночную терминологию, с помощью спора «хозяйствующих субъектов» решала политические задачи и не только «обезвредила» олигархов, но и реально повлияла на количество ТРК. Так, во Владивостоке реально функционируют 18 местных ТК, в Екатеринбурге их 11, во всех остальных регионах — по 5—6. В Самарской области, со слов респондентов, больше 60 ТРК.

Сегодня в России, по разным оценкам, работает больше 700 региональных и местных ТК разных форм собственности, большинство из которых входит в большие телевизионные сети REN-TV, СТС, ТВ-6, ТНТ. Больше половины телестанций производит лишь региональные выпуски новостей и общественно-политические передачи. По данным русских профессиональных ассоциаций, только 40% существующих СМИ живут по правилам рынка, и именно эти компании становятся основой новой медиаиндустрии.

Таким образом, на рынке медиа России представлены три сектора:

- государственный сектор СМИ;
- многочисленные частные холдинги, которые занимаются информационным бизнесом и которые зарегистрированы как акционерные общества открытого типа, среди СМИ их явное меньшинство;
- СМИ смешанной формы собственности, где собственность частично и государственная, и частная, такие ООО имеют среди основателей районную или областную администрацию.

Уровень прозрачности общенациональных СМИ в целом несколько более высок, чем прозрачность СМИ в регионах. Это связано с постоянным вниманием государственных органов и общественности к деятельности самых влиятельных ТК и их владельцев, доступностью к уставным документам, материалам проверок Счетной палатой РФ. Другая ситуация на региональном телерынке — «огромном, неисследованном, традиционно недоверчивом к столичным веяниям» [13].

Так, в течение декабря в 1998 г. — января в 1999 г. было проведено исследование, в рамках которого был осуществлен опрос руководителей СМИ в девяти регионах России. Опрашиваемым предложили ответить на вопрос анкеты «Концентрация СМИ в России», разработанной в рамках исследовательского проекта Центра «Право и СМИ» и Программы сравнительного права и политики СМИ Оксфордского университета. Анализ полученных ответов ста руководителей региональных СМИ стал реальной возможностью приблизиться к пониманию того, насколько опасным является процесс «концентрации и монополизации СМИ» российских регионов [7].

Аналитики ТВ замечают, что философия руководителей региональных студий иногда возводится к тезису «Свою влиятельность выгодно преувеличивать», т.е. к стремлению «виртуальной влиятельности» ТК, не подкрепленной экономически [12].

В большинстве регионов четко выделяются лидеры местного рынка, и, видимо, закономерно, что признанных лидеров СМИ региона всегда точно называют

их конкуренты. Причиной этого может быть как значительный отрыв лидирующей группы от остальных медиа, так и закрепление в общественном сознании статусности ведущей ТК региона.

Как показало исследование [7], конфликты между ветвями власти, мэром и губернатором освещаются в свободном режиме, чаще всего исходя из собственных интересов ТК (суть отношений журналистов и чиновников можно выразить словами «сохранить отношения с властью»). Однако это достаточно общие рассуждения, ведь около 90% руководителей телестудий признают, что канал отображает чью-то точку зрения: владельца, исполнительной власти или губернатора, при этом почти все они точно знают, какое издание кому служит.

Исследователи отмечают, что даже тогда, когда намечалась тенденция становления ТК как бизнеса и их финансовой и политической независимости, дежурная политическая конфронтация общества и финансовый кризис снова толкали СМИ в объятия власти и политиков. Вообще считается, что когда в России вспоминают о «концентрации», то имеют в виду исключительно концентрацию политическую, при которой властные холдинги поддерживаются за счет финансирования из местных бюджетов и собственных коммерческих структур [7].

Ответ на вопрос, каким образом уровень свободы СМИ влияет на переизбрание глав субъектов РФ, используя данные института свободной прессы и электоральную статистику, дают Р. Нуреев и С. Шульгин: информация, полученная с телеэкранов, занимает одно из первых мест при принятии избирателем решения за кого голосовать [5].

Однако экономические механизмы этого влияния до конца не изучены. Например, непонятно, способствует ли зависимость от губернатора пресса его переизбранию или, наоборот, дискредитирует его в глазах избирателей. Практически нет теоретических моделей, которые показывают, какова роль СМИ в электоральном процессе в постсоветской России. Тем временем эти вопросы имеют вовсе не академический характер, они влияют на направление развития целых регионов.

Исследование И. Яковенко было попыткой определить комплексный индекс «Свободы слова в регионах России» и показало, что «разница между соблюдением прав человека и свободы слова в Калмыкии и в Санкт-Петербурге больше, чем отличия между уровнем свободы граждан, например, в Польше и США. В России существуют 89 политических режимов, в каждом из которых есть свое понимание свободы слова, роли СМИ и свои региональные правила игры, которые отличаются от федеральных» [16].

Один из показателей, который исследовался, — свобода доступа к информации, включает важный момент, связанный с аккредитацией прессы и удовлетворением журналистских информационных запросов.

Объединенным показателем свободы доступа, производства и распространения информации является индекс свободы слова в регионах — ни в одном регионе России этот показатель не оценили положительно сами журналисты [9. С. 3—17].

Образованный в 1993 г. Институт региональной прессы России в региональной журналистской среде считают центром, где демократически обсуждаются во-

просы прав человека и свободы СМИ. Так, через день после ареста эколога О. Никитина в 1996 г. Институт провел первую пресс-конференцию. «Когда я попал в сложную ситуацию, — говорил О. Никитин, — я понял, что ни одна организация не станет публично обсуждать то, что случилось со мной: все знают, что значит связаться со спецслужбами, но такие люди нашлись — это Институт региональной прессы» [3].

Сам этот факт чрезвычайно позитивен, досадно только, что идет речь о структуре, второе название которой — Российско-Американский Информационный Пресс-центр, особенно принимая во внимание сказанное нами по поводу идеологии США. Аналогично в числе организаций, которые способствуют демократизации региональных русских СМИ, рассматривается Интерньюз, задача которого — активизировать общественно ответственную журналистику, стимулировать общественную дискуссию «тяжелых» тем» [4].

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Аганова Л.* Телевизионные выпуски новостей. Региональная специфика (На примере телеканалов Оренбургской области). — М., 2004.
- [2] *Виноградова Э.М.* «Пульс-2002». Средства массовой информации: аудитория, оценки, предпочтения: Мониторинг общественного мнения в Оренбуржье. — 2002.
- [3] *Гольдштейн Л.* О медиа: Материалы петербургского корреспондента. URL: <http://www.infopdi.ru>
- [4] Доклад Информационного агентства США (ЮСИА) Насколько можно доверять Российским СМИ. URL: [www.medialaw.ru](http://www.medialaw.ru)
- [5] Индустрия российских средств массовой информации. 10 лет развития. URL: [www.medialaw.ru](http://www.medialaw.ru)
- [6] *Качкаева Г.* Российские СМИ, власть и капитал. Анкетирование руководителей СМИ 1998—1999. URL: <http://www.medialaw.ru>
- [7] *Качкаева А., Цитовский А., Рихтер А.* Где начинается монополия? Центр: Право и средства массовой информации. URL: [www.medialaw.ru](http://www.medialaw.ru)
- [8] *Кузнецовский В.* Какая власть нужна «четвертой власти»? // Российская газета. — 03.11.2000.
- [9] *Нуреев Р.М.* Социальные субъекты постсоветской России: история и современность // Мир России. — 2001. — № 3. — С. 3—17.
- [10] Парламентский канал Би-Би-Си. Освещение работы парламента средствами телевидения и радио. URL: [www.rada.gov.ua/LIBRARY/catalog/analit](http://www.rada.gov.ua/LIBRARY/catalog/analit)
- [11] Российские информационные империи СМИ. Раздел «Досье» / Аналитические материалы о российских информационных империях. URL: <http://www.svoboda.org>
- [12] Российские СМИ, власть и капитал: к вопросу о концентрации и прозрачности СМИ в России. Центр «Право и СМИ». Серия «Журналистика и право». Выпуск 18. URL: <http://www.medialaw.ru>
- [13] *Савицкий А.* СМИ в Интернете. URL: [www.smi.ru](http://www.smi.ru)
- [14] *Семенов В.Г.* Региональная тележурналистика. — М., 2001.
- [15] СМИ и периодика: краткая характеристика. URL: [www.krasrab.com/archive/2002/06/05/08/view\\_article](http://www.krasrab.com/archive/2002/06/05/08/view_article)
- [16] *Яковенко И.* Журналисты о журналистике. Власть в зеркале СМИ. URL: [www.freepress.ru](http://www.freepress.ru)

## **THE CONCENTRATION OF MUNICIPAL MEDIA IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**A.A. Dzhulikyan**

Mass communication subdepartment  
Peoples Friendship University of Russia  
*Mikluho-Maklaya Str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article examines the process of formation in Russia of the new media space, which, in particular, is characterized by the emergence of regional media. Television and radio companies today have each entity of the Russian Federation, in many regions they are tens or even hundreds. The author examines the impact of media on political attitudes in society, their interaction with the government, freedom of expression, the level of transparency.

**Key words:** television, the regional media, TRC, politics, media, information society, democracy.