

**Развитие регионального негосударственного телевидения в условиях
зарождения рекламного рынка**

Научный руководитель – Шевелев Григорий Александрович

Беляева Виктория Викторовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
телевидения (факультет), Москва, Россия

E-mail: belyaeva.com@mail.ru

Появлению негосударственного телевидения в России предшествовали демократические преобразования внутри страны и структурные изменения в самой системе телевидения, связанные с развитием рыночных отношений.

Вместе с распадом СССР автоматически распадается система Гостелерадио СССР и Центрального телевидения, которое трансформируется в государственную телерадиокомпанию «Останкино». Ликвидация Гостелерадио предоставила значительную автономию региональным студиям. В стране возникает множество мелких полулегальных студий кабельного ТВ, живущих за счет взимания с абонентов платы за показ «пиратских» видеозаписей или заявок на поздравление.

В учебниках по истории телевидения можно встретить утверждение о том, что коммерческое телевидение в России появилось в начале 1990-х годов как альтернатива государственному телевидению. Это не верно. Коммерческое телевидение в России родилось в недрах государственного ТВ, и больше ему на рубеже 1980-1990-х годов неоткуда было взяться. С перестройкой меняются подходы к работе телевидения, благодаря ряду законопроектов появляется возможность организации независимых телекомпаний.

Для истории телевидения важно, кто создал впервые и кто первым зарегистрировал негосударственную телекомпанию в регионах. Однако все попытки автора найти документальное свидетельство такого приоритета не увенчались успехом. Сложилось представление, что «первых» было много и с годами становится еще больше. По словам создателя частного телеканала «ТВ - Сибирь» П.Д.Черепанова идея создания негосударственного телевидения витала в воздухе. К 1990-му у многих журналистов и предпринимателей зрела идея независимого негосударственного телевидения. Некоторые реализовали этот проект в 1990, другие в 1991 или 1992 годах. Этот период благодаря трансформации общественных и экономических отношений был наиболее благоприятен для создания медийного бизнеса.

Зарождению новой экономической среды предшествовал финансовый кризис и девальвация рубля. Со временем отечественное телевидение опробовало для себя новый способ существования - ТВ как бизнес.

Введение в 1992 году практики лицензирования вещания позволило узаконить негосударственное ТВ, существовавшее до этого без правовой основы, полулегально или в «тени» государственных студий, в симбиозе с ними, в форме дочерних предприятий. В условиях утверждающегося плюрализма определились подходы к вещательной политике и рыночным отношениям. Появление рекламного рынка в России стало переломным моментом в истории отечественного телевидения, прежде всего, потому что телевидение стало средством для получения прибыли.

Либерализация экономических отношений, провозглашенная новым руководством России, привела к тому, что, с одной стороны, возникновение коммерческих структур стало

возможным, а с другой стороны, и необходимым, т.к. зарождение рекламного рынка требовало большое количество эфирного времени. С этой точки зрения рамки государственного телевидения были слишком тесны. Так возник ряд телекомпаний, ориентированных, прежде всего на рекламодателей.

Таким образом, возникновение негосударственных телеструктур было предопределено всем ходом политического и экономического развития страны. В сфере политической оно было обусловлено демократизацией жизни общества, а также либерализацией внутреннего законодательства в области свободы слова и информации, а в экономической сфере — внедрением рыночных отношений в телепроизводство.

Изменения происходили как на центральном телевидении так и в регионах. Региональные компании создаются с учётом менталитета и специфики местной аудитории. Региональное телевидение стало информировать своего зрителя о том, что выходит за рамки возможностей и интересов центральных каналов.

Телевидение советского периода — это информационное неравенство регионов при абсолютном доминировании центра. Развитие негосударственных телекомпаний происходило постепенно, согласно данным Национальной ассоциации телевещателей, уже в 1999 году в России действовало 100 государственных (из них 88 в регионах) и 150 негосударственных телекомпаний.

Источники и литература

- 1) Козлова, Людмила Викторовна. Становление и развитие регионального телевидения во второй половине XX - начале XXI вв. : на материалах Амурской области : диссертация ... кандидата исторических наук : 07.00.02. - Хабаровск, 2006. - 210 с. : ил.
- 2) Данилов А. А. Становление и развитие негосударственного телевидения постсоветской России / Вестник Самарского государственного университета. - 2009. - № 1 (67). - С. 71-76. (URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-razvitie-negosudarstvennogo-televideniya-v-postsovetskoy-rossii>)
- 3) Колесниченко О. Я. Становление экономики негосударственного телевидения в / Культура и время перемен. - 2014. - № 1 (4). - С. 24-30.
- 4) Васильев С. А. Отечественный телевизионный рынок: возникновение, становление и тенденции развития / Мир России. Социология. Этнология. - 1997. - №1. - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennyy-televizionnyy-rynok-voznikновение-stanovlenie-i-tendentsii-razvitiya>
- 5) Овсепян Р. П. Отечественное телевидение: история для изучения / Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2012. - № 1. - С. 150-163
- 6) Гросул, Гиляна Владимировна. Развитие регионального телевидения в информационном пространстве России 1967 – 2008 гг.: на материалах Калмыкии : диссертация ... Кандидата исторических наук : 07.00.02 / Гросул Гиляна Владимировна; [Место защиты: Астрахан. Гос. ун-т]. – Астрахань, 2010. – 167
- 7) Калеев, Ринат Владимирович. Телерекламный рынок России : становление, современное состояние и пути развития : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05. - Москва, 2007. - 165 с. : ил.

- 8) Колесниченко Олег Яковлевич. Становление экономики негосударственного телевидения в России.: [http://timekguki.esrae.ru/pdf/2014/1\(4\)/34.docx](http://timekguki.esrae.ru/pdf/2014/1(4)/34.docx)
- 9) Богомолов, Юрий Александрович: Затянувшееся прощание: Российское кино и телевидение в меняющемся мире / Ю. Богомолов. – М.:МИК, 2006 – 318 с.
- 10) Вартанова, Елена Леонидовна: Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики