

# **МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ВЛАСТЬ, НАСЕЛЕНИЕ: ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА**

## **РАЗДЕЛ 1. АНАЛИЗ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ОРГАНАМИ МЕСТНОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНЫМ ТЕЛЕВИДЕНИЕМ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ РОССИИ (НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ)**

### **МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВЧЕРА И СЕГОДНЯ**

#### **Местные новости**

Сейчас местное телевидение в основном остепенилось. Случаи видеопиратства на региональных каналах достаточно редки. Хотя практически все негосударственные телекомпании начинали в конце восьмидесятых именно с того, что транслировали пиратские копии новых западных фильмов. Эта практика прекратилась уже несколько лет назад, а если где-то и сохраняется, то только на мелких кабельных каналах или уж в совсем небольших городах. Большинство компаний старается поддерживать солидную марку и выживать без этого. Конечно, старые фильмы менее интересны для зрителей коммерческих каналов и время только снижает техническое качество, но зато повышается культура демонстрации нашего и зарубежного кино. Те, у кого есть на то средства, официально покупают фильмы для проката, другие ретранслируют ленты, закупленные "базовыми" московскими компаниями. И в том, и в другом случае на первый план выдвигается соблюдение правовой базы кинопоказа, без которого, конечно, не выживет ни один телеканал, каким бы он ни был – столичным или периферийным. Поскольку производство качественных телевизионных программ под силу лишь гигантам (ведь производство одной даже самой простой, но качественной телепередачи стоит около 10–15 тыс. долл), региональные телекомпании предпочитают заключать договоры с московскими производителями и на законных основаниях транслируют их программы.

Главной особенностью местного телевидения является тесная связь с лидерами местной политики. Так, например, ТВК "Волгоград" традиционно обслуживает интересы областной администрации, независимо от того, членом какой партии является действующий губернатор. Во время правления Ивана Шабунина областное ТВ игнорировало представителей компартии, довольно активно участвовало в освещении предвыборных материалов НДР, избирательной кампании Бориса Ельцина и самого Ивана Шабунина, боровшегося против кандидата от компартии. После победы на губернаторских выборах кандидата от КПРФ Николая Максюты то же самое областное ТВ стало активно предоставлять слово коммунистическим лидерам, исключительно положительно отзываться о деятельности нового губернатора. Несмотря на смену власти, председатель телекомпании остался прежний – Геннадий Ермоленко, который на этом посту уже около 10 лет. Но такая политическая гибкость сочетается и с верностью скорее институционально–корпоративного характера. Вокруг областной администрации и фигуры губернатора сформировалась административно–хозяйственная группа, аккумулирующая интересы Агропромышленного комплекса, директорского корпуса, имеющая массовую поддержку среди сельского населения. ТВК "Волгоград" является частью этой группы и занимается ее рекламно–пропагандистским обеспечением.

Муниципальное же телевидение Волгограда обслуживает интересы "городской группы" во главе с мэром Юрием Чеховым. "Городская группа" сформировалась в результате аккумуляции ресурсов и средств, появившихся в ходе реформ и приватизации в городе. Эта группа открыто заявила свои притязания на лидерство в области и на

отстранение "аграрной группы" от управления регионом. Сам Юрий Чехов принимал участие в губернаторских выборах в Волгограде в 1996 году, и муниципальное ТВ последовательно отстаивало интересы городского кандидата в ходе избирательной кампании. Подобно ТРВ "Волгоград", который финансируется из областного бюджета, МТВ существует за счет бюджета города.

А вот в Кемерово партийность такого рода выходит боком. ГТРК "Кузбасс", которая является почти монополистом в области и учредителем которой является областная администрация, имеет невысокий рейтинг. Видимо, телезрители Кузбасса устали от политики, они не верят в успех действий местных властей в деле развития региона, и им уже неинтересно отслеживать каждый их шаг.

Естественно, те или иные круги увлекаются телевизионным бизнесом, имея в виду возможность оказывать влияние на телезрителей в период предвыборных кампаний в собственных деловых и политических интересах – иногда в буквальном смысле. Например, в Магадане депутатами городской Думы были избраны оба владельца крупной частной компании "ТВ–Карибу".

Как правило, политическая тематика на телеканалах присутствует и тем более доминирует в периоды избирательных кампаний – в это время появляется и так называемый платный эфир, идущий отдельным блоком без каких-либо редакционных комментариев. Политическая же аналитика на местных телеканалах случайна, в основном она привязана к избирательным кампаниям и существует в виде комментариев–оценок, которые базируются на социологических опросах, касающихся шансов тех или иных партийных "списков". Предметом аналитических сюжетов становится ожидаемая явка избирателей, а не предполагаемая политическая ориентация избираемых органов.

Местное телевидение стало в последние годы значимым источником информации. По данным фонда "Общественное мнение", общероссийские каналы телевидения служат основным источником информации населения о последних событиях в стране. Третий по значимости источник – местное телевидение (табл. 1).

**Таблица 1**

**Источники информации для населения России (в % к числу опрошенных)**

<b>Источник</b>	<b>%</b>
Центральное телевидение	90
Центральное радио	29
Местное телевидение	26
Центральная пресса	18
Местное радио	12
Местная пресса	12
Зарубежное радио	1

По данным независимого исследовательского центра РОМИР (1999 года) постоянно пользуются центральным телевидением для получения политических новостей 68,9% россиян. От случая к случаю этот источник информации используют 27,4% респондентов. Никогда не получают информацию о политических событиях при просмотре центрального телевидения только 3,6% опрошенных. Затруднились с ответом 0,1% респондентов. Что касается местного телевидения, то количество граждан, постоянно получающих информацию при просмотре телепрограмм местного

телевидения, существенно меньше – 30,4%. От случая к случаю получают политическую информацию через местное телевидение 43,6% опрошенных. Никогда не пользуются местным телевидением для получения политической информации 25,3% респондентов. Затруднились с ответом 0,7% опрошенных. Таким образом, телевидение является главным источником информации о политических событиях для большей части россиян и как следствие – наиболее эффективным средством воздействия на сознание избирателей.

**Мало того, что основным источником информации для России служит московское телевидение – ему еще и более всего доверяют: 38% опрошенных считают, что оно дает объективную картину жизни в стране, а 31% считает, что ТВ даже приукрашивает действительность. И лишь 8% полагают, что телевидение "очерняет" жизнь. Возможно, лишь этим восьми процентам станет чуть легче жить, если экраны погаснут.**

Социологи отмечают, что координаты режима всего свободного времени в стране задаются программной сеткой телевидения. Лишь очень тонкий слой высокодоходной молодежи предпочитает строить свой досуг по индивидуальным программам.

Для российской провинции значимость местного телевидения как источника информации обусловлена еще и тем обстоятельством, что во многих областях России РТПЦ не имеют возможности качественно ретранслировать т.н. центральные программы телевидения. Например, в Пензенской области во многих районах прием программ ОРТ, РТР сильно затруднен. Передачи НТВ, ТВ-6, практически не принимаются. Местные телевизионные программы стали для жителей российской глубинки практически единственным каналом, оперативно передающим информацию о происходящих вокруг событиях.

По данным опроса, проведенного пензенским Институтом региональной политики, 71,4 % опрошенных каждый день смотрят телевизор, 41,4% каждый день слушают радио. И только 31,1% читают газеты. Исследования аудитории показывают, что наибольший интерес телезрителей вызывают новости. В табл. 2 приведены ответы жителей пгт Заречное Пензенской области на вопрос "Откуда вы узнаете основные городские новости" (можно было выбирать два ответа).

Таблица 2

**Источники информации о местных новостях (в % к числу опрошенных)**

<b>Источник</b>	<b>%</b>
Информационные передачи местного телевидения	51,3
Радио	49,7
Газета "Заречье"	42,6
Друзья, знакомые	30,6
Сослуживцы	22,1

Ситуация в Пензенской области абсолютно типична. В областном центре работают ПГТРК, частная ТРК "Наш дом", частный телеканал "ТВ-Экспресс". В крупных городах области есть кабельное телевидение. Например, в промышленном центре области Заречном есть муниципальное унитарное предприятие "Телерадиокомпания Заречный" которая в первую очередь работает на местную администрацию.