

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РЯДУ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ МЕДИА И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ОХВАТА

Рассматривается роль телевидения в конструировании регионов и иных воображаемых сообществ, предлагаются новые типологические подходы к определению телеканалов. Анализируются существующие и возможные классификации медиа по охвату территории. Материал может быть интересен журналистам; исследователям федерального, регионального и местного телевидения.

Ключевые слова: телевидение, территория, регион, коллективное воображение, воображаемое сообщество.

Вслед за радио телевидение появилось как система связи на расстоянии, привязанная к определенной территории. Этимологически термин телевидение (греч. *τήλε* – далеко и лат. *video* – вижу) также фиксирует пространственный характер данного СМИ. Дальновидение, как его еще называли на заре становления, в доспутниковую эру было привязано к передатчику той или иной мощности и охватывало территорию в радиусе до 80–100 километров. Чтобы увеличить радиус охвата территории до 400 километров, необходимо поднять передатчик в стратосферу на высоту 20 километров (к примеру, на дирижабле). Использование космических спутников связи в инфраструктуре телевизионных трансляций создало потенциальную возможность трансконтинентального телевидения всемирного охвата, однако возможность всемирного ТВ осталась нереализованной в силу доминирования государств-наций.

Территория задает рамки политики и социальных взаимоотношений. Любое суверенное государство является территориально определенной политической единицей. Легитимность власти ограничивается той или иной территорией, как и гражданство с его комплексом прав. Территория – это и ключевое понятие рыночной экономики. Пространственная близость рыночных игроков способствует товарным обменам, облегчает доступ к сырью и к коммуникациям, привлекает трудовую миграцию. В равной степени территория – это движущая сила в воспроизводстве культуры, языка, диалектов и местных традиций. Территория служит основой идентичности, поставляя символы и мифы для воображаемых сообществ и коллективной имаджинерии [1. С. 4].

Может вызвать удивление то обстоятельство, что хотя для понимания политических процессов и рыночных обменов территория играет ключевую роль, в гуманитарных и социальных науках локус и территория как факторы часто оставались без внимания. Возможно, вездесущность территории приводит к тому, что ее считают чем-то самоочевидным или просто не берут в расчет в качестве источника различий в культуре и политической жизни. Этот недостаток присущ и теории журналистики, включающей типологию телевизионных вещателей. Без должного обоснования у нас используют как синонимы термины «центральное телевидение», «федеральный телеканал», «национальный вещатель», «общероссийское ТВ». Никто до сих пор не дал

определения «регионального телевидения» и не провел разграничительной черты между «региональным» и «местным» ТВ, хотя количество защищённых диссертаций на материале региональной прессы составляет несколько десятков [2]. Не очень ясно, в каких отношениях находятся телевидение регионов и федеральные телеканалы (подчинение, взаимодействие, компенсация, параллелизм).

Настоящая статья посвящена концептуальному обоснованию понятия регионального телевидения в научных исследованиях. Она призвана сблизить экономическую географию, геополитику и регионалистику с коммуникативистикой и теорией журналистики, тогда как сегодня категориальные аппараты этих областей знаний совершенно не совпадают. Развитие телевидения в регионах давно уже опередило теоретическое осмысление территориальных параметров телевидения. Появились новые типы вещателей, которые не зафиксированы ни в нормативно-правовых актах, ни в профессиональной статистике, ни в научно-прикладных исследованиях. Актуальность этой темы связана также и с правительственными планами включения во второй мультиплекс (пакет цифровых телепрограмм, обязательных к распространению) одного из региональных телеканалов. Чтобы что-то включать или исключать, надо понимать природу этого канала, его функциональные свойства и типологические характеристики.

Для начала надо рассмотреть исторические изменения взгляда на ТВ в его пространственном измерении. Термины «регион» и «региональное ТВ» в советскую эпоху ни в документах партии и правительства, ни в специальной литературе не применялись. Связано это с особенностями территориально-административного устройства СССР. Вся территория страны делилась на 15 республик, в некоторых из которых были края и области, разделенные далее на округа и районы. Республика была самой крупной и наиболее автономной территориальной единицей. Именно республики в СССР были полноправными регионами и могли иметь свое региональное ТВ. Оно и было у них, хотя называлось республиканским. В середине 1980-х гг. большинство зрителей, проживавших на территории РСФСР, могли смотреть только двухпрограммное ТВ. А, например, в Казахстане в то же самое время было уже пятипрограммное телевидение на двух языках. То есть в некоторых отношениях республиканское (региональное) ТВ опережало в развитии федеральное (центральное).

Что касается краев, областей, автономных республик и округов, их статус в СССР был существенно ниже и далеко не во всех региональных центрах этого уровня была своя телестудия. Все телестудии по определению считались местными, кроме Московской, которая с самого начала распространения телевизионных технологий в стране получила название «Центральная» (ЦТС). Руководство партии и правительства понимало, что телевизионные технологии, равно как и радиовещательные, предназначены для охвата больших аудиторий и дальних территорий. Но пока не были внедрены спутниковые технологии раздачи телесигнала, власть мирилась с местным (кустарным, или любительским, как его еще тогда называли) характером телевидения в стране. С 1967 г. оформляется система Центрального телевидения, которая не

подразумевает местных телестудий как самостоятельно хозяйствующих субъектов и начинает их последовательно упразднять.

В запале борьбы с «художественной самодеятельностью» на местных телестудиях руководство Гостелерадио поспособствовало закрытию некоторых автономных вещательных центров. Так, например, из всего ряда телестудий, которые в конце 1950-х гг. возникли в Алтайском крае, к 1970 г. осталась одна – Барнаульская. То же и в Тюменской области – оставили только областной телецентр. Закрытие телестудий в Бийске, Рубцовске, Нижневартовске, Ханты-Мансийске и в других сибирских городах надо было чем-то оправдать, и в качестве оправдания была выдвинута экономическая версия – нерентабельность малых студий и трудность их постоянной технической модернизации. Об этом пишет Э. Багиров: «Всеобщее увлечение телевидением в 1960-е годы вызвало стихийное строительство телецентров по местной инициативе без учета общегосударственных возможностей их систематической модернизации» [3. С. 16].

Однако была другая причина, не называвшаяся открыто, но правильно понимавшаяся региональными тележурналистами и партийными функционерами. Ряд местных телестудий, еще слабо осознавая свое назначение как информационно-публицистического филиала ЦТ на местах, продолжали готовить передачи всеохватной тематики, обрекая себя на *ненужное соперничество* с общесоюзными программами. В середине 1980-х гг. руководство ЦК КПСС осознает наконец, что допустило очередные перегибы на местах, закрывая вещательные центры, которые хотя и были технически маломощными, недостаточно укомплектованными профессиональными кадрами, но антисоветскими никогда не были. Однако к тому времени уже вся эта громоздкая и излишне централизованная система Центрального телевидения выработала свой пропагандистский ресурс и крутилась вхолостую, приближая крах СССР.

Сложившийся за десятилетия строй жизни резко изменился на рубеже 1980–1990-х гг. Поскольку «новая общность людей» – советский народ – на глазах распадалась, людям надо было зацепиться за какую-то другую воображаемую общность. Таким сообществом стали регионы, которые вдруг осознали себя как угнетаемые центром территории. В регионах появились новые лидеры, образовавшие на Съезде народных депутатов СССР «демократическую фракцию» – Межрегиональную депутатскую группу. Именно МГД как легальная оппозиция запустила процессы регионализации, которые позволили новой элите вскоре перехватить власть у ослабших коммунистов. Сутью регионализации было возвращение исторической справедливости и суверенитета. Для советских социалистических республик это было обретение полной независимости от Москвы, для краев и областей – невиданных доселе прав и большей автономии от Центра. Во время визита в Татарстан первый президент РФ Б. Ельцин высказал формулу регионализации: «Берите суверенитета столько, сколько сможете». Ту же самую формулу можно переиначить и применительно к телевещанию: «Берите эфира столько, сколько сможете заполнить контентом».

В телевизионном пространстве процессы регионализации отразились в создании множества негосударственных телекомпаний, которые начинали

свою вещательную деятельность как альтернатива ЦТ и оппозиция официальным формам культуры. Впервые местные вещатели не встраивались в телевизионную систему на правах младших партнеров, не дополняли программу «Время» своими местными новостями, как это было прежде, а занялись контрпрограммированием. В регионах быстро поняли, что надо выпускать в эфир то, что ЦТ выпускать не хотело или не могло (например, боевики, эротические фильмы, передачи о садоводах и собаководов и т.п.). Со временем новые вещатели поняли и как сделать имя на своей провинциальности и на региональной специфике. Так обозначил себя новый вектор развития отечественного ТВ – региональный. Отсутствующее в советской систематике обозначение «регионального» появилось и в лексиконе политики, и в контексте массмедиа.

Вместе с тем понятие региона – это ускользающее понятие, включающее различные территориальные уровни и очень широкое социальное содержание. Можно было бы определить регион как промежуточную территорию между государственным и местным уровнем, но и это минимальное понятие довольно широко и почти ничего не говорит о его территориальных масштабах, так как некоторые регионы в этом смысле больше некоторых государств. Британский социолог Майкл Китинг считает, что регионы можно рассматривать в соответствии с географическими критериями как физические пространства [4. С. 242]. Но у таких пространств могут быть подвижные или неопределенные границы. К примеру, Тюменская область в Советском Союзе была частью Сибири, а при президенте Б. Ельцине отошла в Уральскому федеральному округу. Никто не скажет, где кончается Урал и начинается Сибирь. А потому регион – это всегда политический компромисс.

Регионы могут определяться по культурным критериям в соответствии с языком, диалектами и моделями социальной коммуникации или описываться в соответствии с чувством идентичности, переживаемым гражданами и политическими акторами. Правда, чувства региональной идентичности в некоторых регионах может и не быть вовсе. К примеру, на Крайнем Севере и на Дальнем Востоке оно ослаблено в силу редкой заселенности территорий и повышенной текучести населения, связанной с суровыми климатическими условиями и с низким качеством жизни. И даже там, где чувство региональной идентичности есть, его политические смыслы могут варьироваться от обычного регионального лоббирования в политике через требования автономии вплоть до полного отделения. В центральных областях привязанность к государству, как правило, сильнее, чем в периферийных зонах, которые часто и экономически тяготеют к соседним странам.

Телевидение, перешагнувшее местный охват и претендующее на региональный статус, безусловно, конструирует регион как воображаемое сообщество. Люди, проживающие на определенной территории, подчинены специфическим обычаям этой местности и называют себя по имени данной территории (пермяки, сибиряки, уральцы и т.д.). Воображаемое сообщество позволяет им поддерживать друг друга в экстремальных ситуациях и вне родного края. Воображение служит самоидентификации персоны, и этот момент приобщения исключительно важен для налаживания социальных связей индивида. Воображаемое сообщество строится на ценностных представлениях. К

примеру, сибиряки представляются рассудительными, основательными, хозяйственными. Воображаемое сообщество до какой-то степени открыто для чужаков. В регион постоянно приезжают новые люди, и кто-то из жителей населенного пункта перебирается в центр, поближе к столице. Однако для того, чтобы идентифицировать себя с коренными жителями региона, надо некоторое время здесь прожить. Теперь хотя бы несколько лет, а ранее – всю жизнь.

Телевещание есть современная структура формы воображения и региона, и нации или человеческой цивилизации как высших категорий общности. Именно в телевизионных передачах современный человек находит основание полагать, что и другие люди интересуются теми же вещами, думают как он, разделяют его убеждения. Уже то, что миллионы людей в одно и то же время смотрят одну и ту же программу, объединяет их. Только телевидение с его многомиллионной аудиторией обращено ко всем россиянам. Газеты давно уже не репрезентируют нацию как воображаемое сообщество. Однако сила воображения неодинакова. Нация как воображаемое сообщество актуализируется в моменты внешней агрессии, войны. А регион – в моменты распада некогда гомогенной национальной аудитории на сегменты. То есть у воображения того или иного сообщества есть пиковые моменты и спады активности. В настоящий момент наша имаджинерия (коллективное воображение) находится в фазе сна, и когда поиски новой идентичности возобновятся, предсказать трудно.

Чтобы государственная система не развалилась в одночасье, как это было с советским режимом власти, правительство должно тщательно продумывать и координировать молодежную, демографическую, миграционную, региональную, социальную и информационную политику. Хотя информационная политика упомянута в последнюю очередь, на деле именно от нее зависит поддержка населением властных решений и лояльность граждан к государству вообще. При этом речь уже не может идти о единой информационной политике, формируемой одним центром. Это уже и в советском тоталитарном обществе при гомогенной аудитории того времени не получалось. Телевидение краев и областей, городов и районов в той мере реализует себя, в какой оно не копирует центральное, не пытается ему подражать, но отстаивает свою контент-стратегию и собственную программную политику. Сложность терминологических определений связана с неравномерностью экономического развития территорий и информационным неравенством регионов, в некоторых из которых действительно нет своего эфирного пространства и собственных вещателей.

Мы полагаем, что существование собственных телевещателей и наличие своих телевизионных программ входит в характеристику региона как территориальной общности. То есть факт регионального телевидения позволяет состояться региону и, наоборот, состоявшийся регион заботится о региональном телевидении как о своей инфраструктуре. В зарубежной практике местные органы власти обычно ведут политику протекционизма, предоставляя льготы и преимущества региональным издателям и вещателям, которым по понятным причинам трудно конкурировать с общенациональными СМИ. Наличие собственной инфраструктуры, включающей местных вещателей, про-

тяженные кабельные сети и развитые интернет-ресурсы, является одним из базовых показателей качества жизни в данном регионе. При этом телевидение в регионах следует поставить прежде других электронных СМИ, поскольку по показателям охвата ТВ до сих пор превосходит и радио, и Интернет.

Региональное телевидение – это совокупность вещателей, охватывающих своим сигналом всё (большую часть) пространство края, области и частично территории соседних административных единиц. Региональное телевидение встроено в систему средств массовой информации данной территории и образует вместе с другими СМИ региональное информационное пространство. Региональное телевидение служит воображению сообщества людей, проживающих на данной территории, через формирование единой информационной повестки дня и обсуждению общих для них проблем. Как это происходит в медийной практике, можно увидеть, к примеру, на материалах конкурса журналистского мастерства «Сибирь – территория надежд», который уже десять лет проводится под эгидой Союза журналистов России и Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям [5]. Региональное ТВ имеет существенные отличия от федерального телевидения в политических взаимодействиях с властью, в экономической организации производства программ и вещания, в выполнении общественных функций. Исследование регионального ТВ в контексте политики, экономики и общественных отношений – актуальная задача журналистской теории и практики.

Различия в характеристиках федеральной, региональной и местной аудитории пролегают по признакам «общее – особенное», «гомогенное – гетерогенное», «далекое – близкое». В массе телезрителей всей Российской Федерации региональные особенности снимаются, нивелируются, а общее выходит на первый план. К примеру, в каком-нибудь дагестанском ауле мужчин на двадцать процентов больше, чем женщин, а с высшим образованием из тысячи селян только два человека. Но в масштабе страны эта индивидуальная особенность зрительской группы данной местности не имеет никакого значения. В России живет больше женщин, а доля людей с высшим образованием, как показывают данные Всероссийской переписи населения, составляет около 20 процентов. Учитывая только усредненные показатели «температуры по больнице», федеральный телеканал никогда не удовлетворит информационные запросы конкретной местной аудитории, которая к тому же может говорить и мыслить на другом языке.

Территория – это промежуточный фактор, который формирует разные структурные переменные и определяет их значение. Так, например, религия и этнос есть факторы политического поведения лишь в определенных регионах и ни в каких других. Где-то церковь призывает людей голосовать за националистов, где-то – за коммунистов. В одном контексте мелкие предприниматели-лавочники консервативны, а в другом – крайне радикальны. Поэтому территорию необходимо считать не независимой переменной, обуславливающей сосуществование в общественной жизни классовых, национальных, религиозных и других структурных моментов, а опосредующим фактором, благодаря которому остальные постигаются и наделяются смыслом. Пространственные медиа, которые привязаны к локусам и держатся на охвате территории,

призваны конструировать воображаемые сообщества и придавать смысл поиску чувства идентичности в социальном пространстве.

Насколько по-разному региональные медиа поддерживают чувство социального пространства, можно рассмотреть в сравнительном анализе национальных медиасистем. В ряде компактных стран нет ни регионов, ни региональных СМИ (Португалия, Греция, Ирландия). Во Франции и Италии государственные и негосударственные телеканалы вещают в национальном масштабе, а региональные телекомпании практически отсутствуют. Другое дело – Германия, в которой электронные СМИ децентрализованы и регулируются землями. Крайне регионализировано телевидение Бельгии, каналы которого освещают все вопросы либо с валлонских, либо с фламандских позиций. В Великобритании национальная телекомпания имеет общественный характер, а коммерческие телеканалы появились и продолжают существовать как региональные, противостоящие Би-би-си. А в Китае с 1960-х гг. и поныне сильные региональные телекомпании являются частью Центрального телевидения, равно как и Пекинское ТВ – один из множества элементов ЦТ. Каждая из 33 китайских провинций имеет свой канал, который могут принимать и в других регионах – сигнал передается через спутник.

Регионы – это не данность и не исторический анахронизм, а постоянно меняющаяся социальная конструкция. Так же и региональные СМИ – побочный продукт региональной политики, если таковая есть в государстве. В одних условиях региональные медиа расцветают, в других – вытесняются центральным ТВ и федеральным радио. В Советской России политическому руководству не хватало последовательности, оно шарахалось из одной крайности в другую. Так, в 1920-е гг. процветали так называемая «украинизация» и «белоруссизация» школ, «языковое строительство» и выпуск газет на языках малых народностей. Этот период называли «коренизацией», т.е. увеличением доли национальных местных кадров в партийной и советской администрации национальных окраин с целью укрепления большевистской власти на местах. Но уже в начале 1930-х эти региональные процессы были свернуты в связи с началом кампании «борьбы с буржуазным национализмом», в ходе которой основная часть местных «коренизаторов» подверглась репрессиям. В 1937–1938 гг. произошел возврат к имперской русификации.

В 1950-е гг. при проведении телефикации страны коммунистическая партия и советское правительство полагались на энтузиазм масс не местах и позволили соорудить первые телецентры методом «народной стройки», потому что бюджетных денег на все стройки социализма не хватало. Однако местные телестудии не могли устроить верховную власть уже в силу различия своих местных физиономий. Советское государство было мощной силой насаждения *культурного единообразия* посредством всеобщего образования, официальной языковой и информационной политики. И телевидение, по замыслу руководства страны, должно было крепить единство СССР, а не разводить местечковость. Как только появилась техническая возможность строительства системы Центрального телевидения, телестудии регионов оказались в опале за мелкотемье и злоупотребление местным колоритом.

В 1965 г. вышло Постановление ЦК КПСС «О состоянии и мерах улучшения местных студий телевидения РСФСР», сущность которого сводится к

требованию укрепления материально-технической базы телевидения и усиления идеологической направленности вещания. Руководство партии заявляло, что вводит в эксплуатацию десятки приемных станций спутниковой связи «Орбита» в районах Сибири, Дальнего Востока, Средней Азии и Крайнего Севера. Это современное и весьма дорогое оборудование, которое никогда не поставили бы за счет средств местного бюджета. Коммунистическая партия перестает закрывать глаза на ту «художественную самодеятельность», которая царила на местных телестудиях с 1950-х гг. Партии было надо, чтобы телевидение наглядно демонстрировало преимущества советского образа жизни, иначе нечего было и городить всю эту спутниковую систему. Даже в обезличенной официальной форме партийного постановления едва удастся скрывать презрение к культурам и языкам периферии.

В СССР к региональной культуре часто относились как к чему-то отсталому и реакционному. Причем провинциальное считалось противоположным не только федеральному, но и универсальным ценностям кодекса строителя коммунизма. Модернизация в нашей стране всегда рифмовалась с централизацией, а регионализация – с контрреволюцией и фрондой. После парада региональных суверенитетов 1990-х настала пора «собирания земель» под властью Кремля. Показательно, что президентство В. Путина началось с установления контроля над федеральными телеканалами. К окончанию первого срока президентства В. Путина в федеральном эфире не осталось ни одной телекомпании, которая посмела бы критиковать деятельность или бездеятельность правительства. В этот период значительно ослабили и государственные телерадиокомпании, ставшие филиалами ВГТРК и, по сути дела, корпоратками, осуществляющими только информационное вещание.

Появившиеся с начала 1990-х в регионах негосударственные телекомпании подверглись недружественным поглощениям и выдавливанию из эфира телевизионными сетями. Вот как анализируют эти процессы исследователи регионального ТВ. А. Данилов пишет: «Главным отличием процесса концентрации СМИ в регионах от столичного является влияние федеральных компаний и капиталов... московские бизнесмены «средней руки», не претендующие на власть в столицах, покупают СМИ в регионах, стремясь получить дополнительную прибыль, а также создать благоприятные условия для своего бизнеса, поскольку размещение рекламы в подконтрольных СМИ гораздо эффективнее и дешевле» [6. С. 180]. Заместитель редактора «Санкт-Петербургских ведомостей» А. Юрков свидетельствует: «Я член комиссии по выдаче лицензий на все СМИ. На комиссии мы отмечаем, что сегодня телевизионный эфир все больше захватывается московскими каналами, местные предприниматели не в состоянии поднять вещание в течение 10–12 часов, поэтому они цепляются к московскому каналу, добавляя свои два часа вещания...» [7. С. 164].

По мере укрепления вертикали власти и телевизионной централизации губернаторы на местах создают свои телевизионные компании, которые стали называть губернскими. В Сибири первым организовал региональную телекомпанию глава администрации Омской области Л. Полежаев (ОРТРК «12 канал»). Вскоре его примеру последовал глава Кемеровской области А. Тулеев («СТС–Кузбасс»). Губернские компании появились в Новосибир-

ской области (ОТС) и в Красноярском крае («Енисей-регион»). Официально создание губернской телекомпании оправдывается необходимостью охватить всю территорию края (области); дойти до самых маленьких деревень, где прежде была возможность принимать только первые две программы из Москвы, а сигнал местной ГТРК не всегда доходил до селян. Однако помимо трогательной бюджетной заботы о разнообразии телевизионного меню жителей сельской глубинки при создании областных телесетей присутствовал и куда более прозаический момент, а именно роль широкоохватной телекомпании в предвыборной агитации сельских масс.

Каждые четыре года у нас проводятся выборы президента, депутатов Госдумы, выборы губернатора (проводились до 2007 г.), выборы законодательных местного парламента. В зависимости от результатов тех или иных выборов Кремль решает, насколько губернатор контролирует политическую ситуацию на данной территории. Если выборы начинают носить непрогнозируемый характер, то губернатора могут и отстранить от руководства областью. Поэтому каждый глава администрации стремится подстраховаться своим политическое будущее телевизионным инструментом электорального влияния. Таким инструментом и стали губернские (по сути губернаторские) телекомпании. В некоторых случаях губернские телекомпании использовались как инструмент политической борьбы с оппозиционными губернаторам мэрами областных центров. Главы городских администраций в свою очередь создают послушные им муниципальные телекомпании. В отсутствие полноценных партий и дееспособных парламентов телекомпании губернаторов, мэров и поддерживающих их промышленно-финансовых групп становятся ареной политической борьбы.

Таким образом, в последние два десятилетия медиасистема России кардинальным образом изменилась, породив новые типы коммуникаторов. Во-первых, появились негосударственные СМИ и частно-государственное партнерство как организационно-правовая форма фирмы медиа. Чем больше преференций и бонусов руководителю современной фирмы медиа удастся получить от государственной власти, тем более он уважаем современными профессиональными кругами, среди которых все меньше журналистов и все больше менеджеров. Характерно, что Россия осталась едва ли не единственной из бывших республик СССР, в которой из-за правового нигилизма и алчности олигархов так и не создано общественное телевидение ни в национальном, ни в региональном масштабе.

Во-вторых, появились новые пространственные измерения электронных СМИ, которых в советскую эпоху не было в принципе. Вместо примитивной дихотомии «ЦТ – местная студия» появились международные (трансграничные) телекомпании и иновещательные телеканалы («Euronews» и «Russia Today»), более десятка федеральных телеканалов, национальные («Татарстан Новый век», «Саха») и общенациональные телеканалы («Первый» и «Россия»), региональные (губернские, краевые и окружные) вроде «НТК», «Енисей-регион» и др. Но наиболее заметное изменение пространственных характеристик телевидения связано с проникновением ТВ в малые аудиторные группы на уровне муниципального образования, городского района или даже квартала. Многообразие форм собственности массмедиа вместе с разнообра-

нием пространственных измерений СМИ и привели к столь разительным медиаморфозам последних десятилетий.

В советскую эпоху минимальным или последним уровнем телевизионного охвата была область (край). Только в нескольких городах областного подчинения вроде промышленного центра Кузбасса Новокузнецка была своя городская телестудия. Как правило, в городах с населением менее полумиллиона никакой телестудии не полагалось, как не полагалось «Вечерки», метро и некоторых других «благ цивилизации». Процессы регионализации 1990-х гг. привели ТВ на городской или муниципальный уровень и благодаря кабельным сетям даже на уровень квартальный и поселковый. Появились корпоративные, университетские и школьные вещательные центры. Технологические новации (постоянная миниатюризация и удешевление телевизионного оборудования) снизили порог для локальных вещателей до уровня деревни, аула или улуса. Все эти новые вещатели создавали свою аудиторию и, по сути дела, конструировали воображаемые сообщества. И как уже было отмечено, в условиях распада государства гражданам было исключительно важно зацепиться за какую-то идентичность.

Территориальные идентичности – это составляющая установок граждан, но они податливы и меняются в зависимости от обстоятельств. Часто они оказываются неустойчивыми и непротиворечиво входят в более широкие идентичности. То есть было бы ошибочно воспринимать их в рамках оппозиций «центральное прогрессивно и модерново, а провинциальное маргинально и реакционно». Территория может быть использована как основа для мобилизации и коллективного действия в преследовании экономических и социальных целей. И региональное телевидение может стать в этой политике главным инструментом. Но для этого необходимо несколько условий. Во-первых, политическая воля строить региональную и национальную политику через местное самоуправление. Во-вторых, развитое региональное законодательство, включая и нормативно-правовые акты, регулирующие отношения производителей и распространителей телевизионного контента. В-третьих, государственные льготы для региональных вузов, которые готовят кадры тележурналистов, редакторов, технических специалистов телевизионного производства и вещания.

Еще древние римляне сформулировали: «Лучше не давать вовсе, чем дать и тут же отнять». Эта максима в полной мере применима к процессам регионализации, развернутым в 1990-е гг. и свернутым в следующее десятилетие. Сокращение эфирного времени региональных государственных телекомпаний, предпринятое в 2004 г. ВГТРК, было воспринято в регионах как небывалая трагедия. «В результате того, что теперь на канале Россия нет больше передач для детей и молодежи, страдают в регионах. «Тулвий» больше не может выходить в большом формате. Есть ли будущее у марийского телевидения, журналистики? ...У марийского народа никогда не было выбора. И хорошее и плохое – все было на одном канале. А теперь и здесь притесняют» [8]. Народный поэт Чувашии В. Тургай подчеркивал, что «сокращение времени вещания чувашского телевидения и радио равносильно национальной катастрофе». Президент Чувашского национального конгресса Г. Архипов отметил, что реорганизация «приведет к катастрофическим последствиям в

деле развития национальной культуры и пропаганды чувашского языка. Это еще один шаг к уничтожению и так еле заметных признаков государственности чувашского народа» [9].

В региональном развитии мы катастрофически отстаем. Москва отдалается от регионов по уровню жизни. Сейчас инфраструктурная связанность территории России в десятки раз меньше, чем даже в 1960–1980-х гг. За годы реформ в России не появилось ни одного нового центра экономического и культурного развития. Даже те города-миллионники, которые прежде играли роль таких центров, начинают терять свои функции. Региональное информационное пространство не сшивается окружными телеканалами и радиостанциями, которые слушали бы во всех областях и краях. В итоге жители этих регионов воспринимают свою территорию уже не как неразрывную часть целого, а как отпадающую периферию или отсталую окраину. Пограничная ситуация способствует центробежным силам и сепаратизму.

Разумеется, региональное вещание, как и региональное информационное пространство в целом – это только один аспект региональной политики в государстве, решающем комплекс социальных и экономических задач территорий. Но это как стремнина в реке – наиболее подвижная и изменчивая часть течения жизни. Поддержав региональную прессу и поставив перед ней реформаторские задачи, можно изменить сам ход модернизации страны. Масс-медиа просвещает, мобилизует, воспитывает и влияет на поведение больше, чем какой-либо другой социальный институт. Так в 1860-е гг. земства вытаскивали реформу местного самоуправления в России и вывели на рубеже веков страну в мировые лидеры.

Чтобы упрочить шансы на успех, сибирской, дальневосточной или кубанской телекомпании нужно найти партнеров в регионе. Завязать контакты с такой же местной телестанцией, решающей те же самые проблемы один на один с малобюджетным рынком и административным давлением. Нужно обмениваться лучшими программами, учиться друг у друга. Региональным телекомпаниям надо создавать ассоциации, профессиональные гильдии, союзы, чтобы не пропасть поодиночке. Взять тот же вопрос включения региональных вещателей во второй мультиплекс каналов, обязательных к распространению. Почему этот вопрос должна решать какая-то комиссия в Москве? Что они там, в столице, лучше знают местные условия и региональные возможности? Но один голос из глубинки не будет услышан. А вот согласованное мнение всего регионального ТВ обязательно будет учтено.

Итак, территория как социальная и коммуникационная система состоит из нескольких пространственных уровней. Можно выделить, по меньшей мере, восемь таких уровней: мировой (глобальный), транснациональный (континентальный) государственный (федеральный), региональный (республиканский и/или окружной), областной (краевой), городской (муниципальный), районный (квартальный), соседский (домовой). На каждом из названных уровней формируются свои пространственные медиа, призванные реализовать охват и близость к своей аудитории. Развитие массмедиа происходит одновременно и в сторону все большей глобализации и в направлении индивидуального информационного меню.

Территориальные измерения охвата могут никак не отражаться в самоназвании СМИ и в определении его типа. Это может быть просто телекомпания – одна из сотен государственных и негосударственных, информационно-развлекательных телекомпаний. Однако пространственные характеристики деятельности ее определяют больше миссию вещателя и свойства контента, чем форма собственности, источники финансирования и проч. Территория представляет рамку восприятия социальных и политических проблем через систему ценностей и культурных норм, которые укоренены в воображаемом сообществе региона. Территория, как система коммуникации, воспроизводит эти ценности, распространяет их через свои пространственные медиа и включает новые проблемы в систему ценностных координат. Неспособность принять это в расчет лежит в основе множества провалов годами проводимой государством региональной политики.

Литература

1. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества: Размышления об истоках и распространении национализма / Пер. с англ. В. Николаева; Вступ. ст. С. Баньковской. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2001. 288 с.
2. *Ярославцева А.Е.* Современные исследования телевидения Сибири // Телевидение Сибири / Под ред. А.Е. Ярославцевой. Томск, 2010. С. 65–81.
3. *Багиров Э.* Телевидение 70-х: некоторые особенности развития // Телевидение '84: вчера, сегодня, завтра. М., 1985.
4. *Keating M.* The New Regionalism in Western Europe. Territorial Restructuring and Political Change (Edward Elgar, 1998).
5. Сайт межрегионального конкурса журналистского мастерства «Сибирь – территория надежд»: URL: <http://www.osspru.ru/social/stn/> (дата обращения: 12.01.2011).
6. *Данилов А.А.* Становление и развитие телевидения в регионах России во второй половине XX – начале XXI в. (на материалах Марийской, Мордовской и Чувашской Республик). Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2009. 484 с.
7. *Пастин С.* Российский журналист в контексте перемен. Университет Тампере, 2004. Доступ к электронной версии диссертации <http://www.uta.fi/~sj60221/pastinkirja.pdf> свободный.
8. *Пехметова С., Васильев А.* Почему ТАК случилось?.. Или есть ли будущее у марийского телевидения // Независимый финно-угорский портал. URL: http://www.kominarod.ru/gazeta/papers/paper_78.html (дата обращения: 12.01.2011).
9. Уничтожение национального телевидения – национальная трагедия // Regnum: информационное агентство. URL: <http://www.regnum.ru/news/420094.html> (дата обращения: 12.01.2011).