

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Г.Р.ДЕРЖАВИНА»

На правах рукописи

ПОПОВА ОКСАНА ЮРЬЕВНА
**ИСТОРИЯ ТАМБОВСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНА**

10.01.10 – журналистика

Диссертация
на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филол.наук, доцент
Видная Ольга Евгеньевна

Тамбов 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ПЕРВЫЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ (1987-1991 ГГ.).....	17
1.1 Этапы развития телевидения как средства массовой информации в России. Предпосылки появления местного вещания.....	17
1.2 Первые шаги телевидения в Тамбовской области.....	31
ГЛАВА 2 ВТОРОЙ ПЕРИОД (1992-2003 ГГ.) ТАМБОВСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ. ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.....	48
2.1 Начало 1990-х: конкуренция государственного и частного секторов в информационной нише региона.....	48
2.2 Становление основных телевизионных компаний Тамбовской области.....	56
2.3 Тематика программирования: телевидение в социокультурном контексте региона.....	62
ГЛАВА 3 ТРЕТИЙ ПЕРИОД (2003-2009 ГГ.) КАК НОВЫЙ ЭТАП В ИСТОРИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ.....	78
3.1 Первое десятилетие XXI века в истории тамбовского телевидения: творческие и общественные факторы развития.....	78
3.2 «Новый век» - новые тенденции. Творческие достижения региональной тележурналистики.....	86
ГЛАВА 4 ЧЕТВЕРТЫЙ ПЕРИОД (2010 – 2015 ГГ.) : СОВРЕМЕННЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ.....	101
4.1 Второе десятилетие XXI века в телевизионной журналистике: процессы дигитализации и конвергенции в регионе.....	101
4.2 Проблемы развития и перспективы телевизионных средств массовой информации в регионе.....	111
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	126
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	134

ВВЕДЕНИЕ

Телевидение стало поистине самым удивительным открытием XX века, сыграло весьма существенную роль в развитии современного общества, в формировании его политических особенностей и социальных ценностей. Такая определяющая роль телевидением была достигнута благодаря прогрессу техники и экономическим изменениям. В мир пришло ТВ, и мир перестал быть прежним.

Конечно, прежде, чем стать одним из чудес XX века телевидение прошло путь от экспериментальных технологий через пробы и ошибки к массовому потребителю, которому не надо было сильно утруждаться, чтобы получить необыкновенный эффект присутствия. По-настоящему массовым средством информации телевидение становится в послевоенные годы. Телевизионная специфика родилась как бы на пересечении возможностей радио и кино. От радио телевидение взяло возможность передавать сигнал с помощью радиоволн на далекие расстояния (правда, в связи с тем, что телевидение пользуется метровыми и дециметровыми волнами, распространяющимися по прямой линии, большие расстояния телевидение может преодолеть только с помощью наземных ретрансляционных линий или космической спутниковой связи). Этот сигнал одновременно имеет звуковую и видеoinформацию. Видеоряд на телевидении может быть подобным киноизображению, а также может быть воспроизведен и печатный текст.

Как и на радио, на телевидении стала возможна организация оперативных передач, как из студии, так и с места событий. Преимущества же такой оперативной «живой» передачи, идущей прямо в эфир с места события, в значительно большем, чем у радио, «эффekte присутствия», поскольку в органическом единстве находятся звуко- и видеоряд и задействованы оба важнейших типа рецепторов человека, что обеспечивает создание более прочных связей с аудиторией.

Ученые подчеркивают, что «с появлением телевидения возникло более широкое, универсальное аудиовизуальное средство. Единомоментность источника информации и её восприятия давали возможность применения ТВ в таких областях жизни, как промышленность, транспорт, связь, торговля и т. д. Как средство репродукции и тиражирования культурных ценностей телевидение также обладало целым рядом преимуществ перед кино: более широкой аудиторией, способностью проникать в дом к каждому, обширным выбором программ» [Телевидение и кино: URL].

В России ТВ быстро стало важнейшим источником массовой, в том числе политической, социальной, культурной информации. К началу 60-х гг. у телевизоров уже собиралась многомиллионная аудитория. Для рядового человека голубой экран становится всевидящим и всезнающим оком, за которым он готов пойти куда угодно. Оно оказывает заметное влияние на широкие слои населения, формирует мировоззрение.

Одновременно с развитием Центрального телевидения появляется такое понятие, как местное вещание. Региональное телевидение постепенно развивается в различных республиках Союза и крупных областных центрах. Постепенно местное вещание становится источником основной информации о жизни конкретной территории, наиболее точно учитывает интересы и вкусы населения, способствует его участию в жизни своего региона, города, района. Особенно это проявилось во время масштабных изменений в жизни страны во второй половине XX века.

Однако долгие годы о проблемах регионального телевидения не говорили. Например, в отраслевых докладах Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Телевидении в России. Состояние, тенденции и перспективы развития» за несколько последних лет региональные телекомпании практически не упоминаются [Вартанова, 2017: 115].

Несмотря на это, многие современные исследователи считают важным определить роль регионального телевидения в социальной, политической и культурной жизни провинции и в современной медиасистеме страны. Только

региональное телевидение способно учитывать особенности «дифференцированных социальных, профессиональных, этнических и территориальных групп, дойти до каждого человека, переводить проблемы большой политики на язык местных условий, создавать доверительность общения» [Корнилов, 1999: 65]. Исследователь Ю.М.Ершов одной из значимых социальных миссий маленьких телекомпаний выделяет способность «связывать территории и поддерживать в людях чувство идентичности» [Ершов, 2012: 340]. Телевидение в регионе – это не просто одно из средств массовой информации, а целый социокультурный феномен, создающий свою среду, ценности и культурные образцы. Причем в каждом конкретном регионе оно имеет свои особенности и свою собственную судьбу.

Актуальность диссертационной работы обусловлена следующими моментами. Во-первых, роль регионального телевидения в медиасистеме страны пока осмыслена не полностью, а прогнозы развития затруднены нехваткой статистической информации и концептуальных моделей существования телевизионных структур. Во-вторых, региональное телевидение Тамбовской области представляет интерес, так как ему свойственны те же типичные проблемы, что и другим региональным телекомпаниям, однако оно имеет ряд своих особенностей, связанных с историческими, экономическими и общественно-политическими условиями развития территории. В-третьих, в работе обобщен опыт и определены методологические основы исследования телевизионного пространства, что поможет выработать действенную национальную информационную политику, способную преодолеть кризисные тенденции в развитии отечественного телевидения и системы СМИ в целом.

Степень разработанности проблемы. Исследованию проблем становления телевидения в России посвящено достаточное количество работ отечественных авторов, при этом, как правило, анализируются отдельные исторические этапы развития.

Так, особенности советского периода телевидения рассматриваются в работах Р. А. Борецкого, В. В. Егорова, Г. В. Кузнецова, Р. П. Овсепяна, В. Л.

Цвик, А. Я. Юровского [Борецкий, 2011, 178; Егоров, 2004, 80; Кузнецов, 1999, 416; Овсепян, 1999, 304; Цвик, 2004, 382; Юровский, 1983, 215]; новейшая история электронных средств массовой информации, в том числе коммерциализация телекомпаний, затрагивается в трудах Н. А. Голядкин, И. И. Засурский, С. Н. Ильченко, А. Г. Стариков [Голядкин, 2014, 191; Засурский, 1999, 270; Ильченко, 2008, 182; Стариков, 2013, 250].

Проблемы регионального телевидения освещаются в работах Л. А. Вондюковой, Ю. М. Ершова, Н. В. Зверевой, Л. В. Козловой, О. В. Коноваловой, С. А. Мелешко, В. А. Шиловой [Вондюкова, 2005, 162; Ершов, 2012, 320; Зверева, 2009, 272; Козлова, 2006, 210; Коновалова, 1999, 251; Мелешко, 2012, 210-215; Шилова, 2017, 258-266.].

Изучению социокультурной роли регионального телевидения посвящены работы Н. Н. Алпеевой, М. В. Ахвледиани, С. А. Герасимовой, Н. И. Дворецкой, М. А. Мясниковой, С. Л. Уразова [Алпеева, 2003, 208; Ахвледиани, 2002, 153; Герасимова, 2000, 156; Дворецкая, 2004, 128; Мясникова, 2017, 140; Уразова, 2011, 36-41.].

О взаимосвязи средств массовой информации и политических изменений, особенно в новейший период современной истории России, пишут такие ученые, как К. С. Гаджиев, С. М. Гуревич, Я. Н. Засурский, А. Г. Стариков, Л. Н. Федотова, С. А. Юровский и др. [Гаджиев, 1994, 752; Гуревич, 2004, 288; Засурский, 2007, 560; Стариков, 2013, 250; Федотова, 2019, 400; Юровский, 2001, 156].

Региональное телевидение в конкретных регионах, несмотря на большое количество разного уровня монографических работ и статей, до сих пор мало изучено с точки зрения исторического, общественно-политического и экономического генезиса. Причина недостаточного внимания исследователей обусловлена сложностью выявления исторических фактов, закрытостью и частичной доступностью источников, невниманием к вопросам новейшей истории СМИ в регионах. Немногие регионы могут предоставить научную историю развития телевизионной индустрии. Такие работы, например, выходили в

Амурской области, Калмыкии, Твери, Барнауле, Белгороде, Сибирском федеральном округе [Козлова, 2006, 210; Гросул, 2010, 176; Мороз, 2011, 25; Алпеева, 2003, 208; Дворецкая, 2004, 128; Таранова, 2012, 244], а также в некоторых других.

Отдельные публикации есть по истории Воронежского телевидения [Перцев, 2015, 133-134; Перцев, 2015, 139-140].

В последние годы и в Тамбовском регионе ведется активное изучение прошлого. Надо отметить ежегодный тематический аннотированный указатель «Памятные даты» ТОГБУК «Тамбовская областная научная универсальная библиотека им. А. С. Пушкина», «Тамбовскую энциклопедию», изданную коллективом авторов в 2004 году. В этих изданиях можно найти информацию об отдельных событиях в сфере СМИ и тамбовских журналистах. Но телевизионная тематика представлена там более чем фрагментарно.

Ни один год преподаватели факультета филологии и журналистики ТГУ имени Г. Р. Державина ведут изучение местных средств массовой информации в содержательном, функциональном, историческом аспектах, что отражено в публикациях О. Е. Видной, Е. А. Зверевой, А. И. Иванова [Видная, 2012, 368; Видная, 2016, 300-309; Зверева, 2017, 202; Иванов, 2014, 32-39] и др. Предметом исследования стали телекомпании «Тамбовская губерния», «Полис», «ТТВ», «ТВ-Рассказово» и др. Важным итогом работы стал краткий краеведческий справочник, посвященный журналистике – «Журналисты и журналистика Тамбовского края», который был издан в 2009 году. Он вобрал в себя справочную информацию о персоналиях и отдельных средствах массовой информации [Видная, Михеев, 2009, 52]. Данные публикации стали подспорьем для исследовательской работы, однако они не дают общей картины исторического развития телевизионных средств массовой информации в регионе.

Интерес представляет и диссертационное исследование О. В. Барсуковой, которое выполнено на материале тамбовского телевидения, но оно в большей части рассматривает иной аспект функционирования электронных средств массовой информации [Барсукова, 2012, 224]. В 2004 году была защищена

диссертация по социологии А. В. Пилипенко, эмпирическим материалом которой стали тексты информационных сообщений тамбовского телевидения [Пилипенко, 2004, 28].

Таким образом, приходится констатировать, что по истории телевидения тамбовской области нет ни одной фундаментальной работы, данный материал не был предметом комплексного исследования.

Научная новизна исследования заключается в создании научно обоснованной и комплексной картины развития такого феномена как региональное телевидение в отдельно взятой области, что позволило:

- представить телевидение региона в контексте социокультурного развития области;
- выявить, систематизировать и зафиксировать факторы возникновения и развития регионального телевидения;
- дать периодизацию основных периодов развития телевизионной индустрии в Тамбовском регионе;
- представить организационные, функциональные и содержательные эволюционные изменения местного телевидения на протяжении всех лет его деятельности с целью прогнозирования дальнейшего развития.

В настоящее время по истории тамбовских СМИ существует несколько разрозненных источников, не дающих, к сожалению, общей картины развития журналистики. Многие события новейшей истории СМИ, во многом именно телевидения, никак не отражены в официальных источниках или архивах. Это направление, а именно, исследование исторического пути развития СМИ, анализ закономерностей современного функционирования массовой коммуникации и прогнозирование путей развития – представляется особенно востребованным.

Объект исследования: региональное телевидение как компонент социокультурного регионального пространства. **Предмет исследования** – возникновение и эволюция регионального телевидения на примере Тамбовской области.

Цель диссертационной работы заключается в том, чтобы систематизировать и обобщить эволюционные процессы регионального телевидения на примере Тамбовской области, выявить специфические особенности развития и спрогнозировать варианты изменения телевизионного ландшафта вследствие изменений условий существования средств массовой информации. В диссертации поставлены следующие **исследовательские задачи:**

- определить этапы становления и развития тамбовского телевидения, сопоставить их с периодами развития Центрального телевидения и телевидения в других регионах;
- проанализировать взаимовлияние телевидения и социокультурной сферы региона;
- исследовать тенденции развития регионального телевидения на примере Тамбовской области;
- определить возможности и пути дальнейшей трансформации местного телевидения в Тамбовской области.

Рабочая гипотеза исследования состоит в том, что региональное телевидение является одним из важнейших компонентов социокультурного пространства каждого региона. Телевидение оказывает влияние на широкие слои населения, формирует мировоззрение, является основным источником социальной информации о жизни конкретной территории, наиболее точно учитывает интересы и вкусы населения, способствует участию граждан в жизни своего города или района, выполняет критико-ориентирующую функцию. Отсюда так важно проследить роль местного телевидения в социальной, политической и культурной жизни провинции и определить проблемные точки.

Теоретическая значимость работы заключается в подробном представлении этапов и факторов появления и развития региональной телевизионной коммуникации на примере Тамбовской области, что позволит расширить фактологическую базу изучения местных средств массовой информации. На примере телевидения Тамбовской области продемонстрированы

процессы эволюции и функционирования информационного пространства на протяжении достаточно обширного исторического периода. Надо отметить, что данное исследование охватывает не только время появления и расцвета местных СМИ, но и современный период сложных преобразований региональных медиасистем. Материалы диссертации могут стать частью фундаментального исследования системы СМИ региона, а также использованы для сравнительного анализа развития СМИ в различные периоды в различных регионах.

Практическая значимость заключается в возможности использования материалов диссертационного исследования при составлении лекционных курсов по истории и теории журналистики, методических пособий для студентов факультетов журналистики, в практике повседневной работы СМИ. Изучение становления и развития Тамбовского телевидения может способствовать повышению эффективности и улучшению регионального телевидения в целом.

Теоретико-методологическая база. В работе отражены объективность и системность научного знания, единство логического и исторического подходов к анализу телевизионного вещательного пространства и его особенностей в общественно-политических коммуникациях.

Одним из важных методов исследования является системный подход к журналистике, представленный в работах отечественных исследователей теории журналистики: А. И. Акопова, Г. П. Бакулева, Е. Л. Вартановой, И. М. Дзялошинского, Я. Н. Засурского, С. Г. Корконосенко, Е. А. Корнилова, А. П. Короченского, Р. П. Овсепяна, В. Ф. Олешко, Е. П. Прохорова, Л. Г. Свитич, В. В. Тулупова, А. А. Тертычного, А. В. Чернова, М. Г. Шилиной и др. [Акопов, 2010: URL; Бакулев, 2010, 176; Вартанова, 2009, 487; Дзялошинский, 2013, 479; Засурский, 2002, 303; Корконосенко, 2009, 318; Корнилов, 2013, 253; Короченский, 2015, 240; Овсепян, 1999, 304; Олешко, 2016, 51; Прохоров, 2011, 351; Свитич, 2005, 119; Тулупов, 2008, 320; Тертычный, 2010, 352; Чернов, 2012, 176; Шилина, 2011, 464].

Труды по истории журналистики И. С. Алипулатова, Р. А. Борецкого, Т. В. Демидовой, Е. А. Корнилова, Ю. М. Ершова, А. В. Вырковского, М. И. Макеенко

и др.[Алипулатов, 2014, 267-270; Алипулатов, 2015, 446-448; Борецкий, 2011, 178; Демидова, 2012, 71; Корнилов, 1999, 224; Ершов, 2012, 340; Вырковский, Макеенко, 2014, 144] определили общие тенденции в развитии средств массовой информации в целом.

В отдельную группу источников необходимо выделить работы по специфике телевизионной журналистики таких авторов, как Э. Г. Багиров, Р. А. Борецкий, Н. В. Вакурова, В. В. Егоров, Н. В. Зверева, С. Н. Ильченко, Г. В. Кузнецов, С. А. Муратов, В. С. Саппак, В. Л. Цвик, А. М. Шестерина, Л. П. Шестеркина, А. Я. Юровский и др. [Багиров, 1978, 151; Борецкий, 1990, 152; Вакурова, 1998, 62; Егоров, 1993, 312; Зверева, 2009, 272; Ильченко, 2012, 147; Кузнецов, 1985, 208; Муратов, 2003, 202; Саппак, 1988, 168; Цвик, 1999, 286; Шестерина, 2017, 136; Шестеркина : URL; Юровский, 1983, 215].

При анализе развития тамбовского регионального телевидения использовался синхронный или проблемно-исторический метод, позволяющий подчеркнуть взаимосвязь между тенденциями развития центрального и регионального телевидения. Данный метод нашел отражение в работах следующих авторов: Ю. М. Ершова, А. В. Вырковского, М. И. Макеенко и др. [Ершов, 2012, 340; Вырковский, Макеенко, 2014, 144].

Также в диссертационном исследовании использовался принцип изучения и обобщения фактического материала: архивных документов, публикаций периодических изданий, официальных материалов.

Эмпирическая база исследования, составивших эмпирическую базу исследования, можно разделить на несколько видов. Во-первых, это документация из государственного архива Тамбовской области: постановления об учреждении телекомпании, ее преобразовании, составе редакции и назначениях руководителей. Затем, это видеоархивы и телевизионная продукция тамбовских телерадиокомпаний. В качестве следующего сегмента, способствующего восстановлению событий истории тамбовского телевидения, выступают материалы периодической печати (газеты «Тамбовская жизнь», «Город на Цне», «Тамбовская городская газета» и многие другие). Это источник является

основным для выделения исторического генезиса телевидения в регионе и его общественной значимости. Воспоминания очевидцев, интервью с участниками событий также привлекались для исследования социокультурной роли телевизионного контента.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Развитию регионального ТВ в Тамбовском регионе в середине XX века препятствовали следующие факторы: политические, технические, административные. Руководство страны не видело необходимости развивать местное вещание в сравнительно небольшом регионе. А руководство области не лоббировало данный процесс, хотя попытки создавать творческий продукт, соответствующий духу того времени, были. Техническая возможность распространения сигнала, которая появилась в 1961, еще не давала возможность развивать собственный местный телевизионный контент на территории области.

Развитие тамбовской тележурналистики началось достаточно поздно по сравнению со многими соседними регионами: Рязань (1987г.), Воронеж (1958г.), Саратов (1963г.), Пенза (1958г.).

2. Изучение особенностей тамбовского регионального телевидения позволило выделить четыре периода в эволюции местных СМИ, имеющие свои характеристики. Первый – с 1987 по 1991 годы - появление Тамбовского корреспондентского пункта Воронежского гостелерадиокомитета, первые попытки создания самостоятельных региональных телевизионных продуктов. Второй – с 1992 по 2003 годы - образование телекомпаний различной формы собственности, творческий взлет тамбовского регионального телевидения. Третий - с 2003 по 2009 годы – отмечен процессами стагнации и нестабильности существования в частном секторе телевидения, усилением роли государственных СМИ. Четвертый - с 2010 по 2015 годы – переходный период, характеризующийся технологической модернизацией, усилением роли интернета, сложным процессом перехода на цифровое вещание.

3. Выявленные тенденции показывают, что на территории области типологическое разнообразие в системе регионального телевидения практически

перестало существовать. Современная трансформация медиасреды продиктовала к середине второго десятилетия XXI века для большей части региональных телекомпаний: сворачивание вещания, изменение редакционной структуры, переход на другие виды контента. К этому привела совокупность следующих причин. Политическая ангажированность регионального телевидения вызвало утрату доверия к СМИ; телевидение уступило свою монополию на новости сетевым СМИ и социальным сетям; отсутствие финансовой и административной поддержки для перехода на цифровую платформу привело к исчезновению районных и городских, в основном частных, телекомпаний.

4. Учитывая весомость регионального телевидения как особого элемента социокультурного развития региона: оно участвует в формировании гражданского общества, консолидирует региональную элиту, выполняет роль в системе национальной безопасности, репрезентирует региональную идентичность – необходимо выработать меры, направленные на сохранение разнообразия телевизионной среды. Состояние региональной телевизионной структуры воздействует на социокультурное развитие региона. В связи с этим необходимо найти механизмы поддержки телевизионных проектов, имеющих общественную значимость.

Хронологические рамки исследования. Хронологические рамки исследования начинаются с первых шагов развития телевидения в России: 30-е годы прошлого века. В Тамбовской области решение о строительстве ретрансляционной станции было принято в 1957 году, а трансляция центральных программ началось в 1960. Но основное внимание уделяется четырем периодам развития регионального телевизионной журналистики. Первый период – это появление оригинального контента в регионе, создание Воронежского корпункта, наращивание ТВ инфраструктуры (1987 – 1991). Второй период (1992 – 2003) – появление, становление и развитие телевизионного творчества – «золотой век» для тамбовских телекомпаний. Третий период (2003 – 2009) – эволюция взаимоотношений с властью, коммерциализация, изменение роли телевидения в регионе. Четвертый период (2010 – 2015) - борьба за существование,

конкурирование с Интернетом, развитие конвергентных СМИ, изменение технологической и финансовой платформы, развитие цифрового вещания. Исследование затрагивает достаточно длительный период (с 1957 года XX века и вплоть до 2015 года XXI века, в целом почти 60 лет), при этом значительное внимание уделено периоду бурного развития телевидения в регионе, которое начинается в 1992 году и до 2015 года. Значительные хронологические параметры позволяют выявить динамику развития регионального телевидения, его эволюцию, происходившую под воздействием общественно-политических изменений в российском обществе. В исследовании подчеркивается, что эволюция телевизионной инфраструктуры в регионах носит практически завершённый характер, на наш взгляд надо говорить о том, что современное телевидение в эпоху цифровой среды – это уже во всех смыслах другое функциональное и технологическое явление, требующее отдельного изучения.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 15 статей, в том числе 4 статьи в журналах списка ВАК.

Основные материалы диссертации были представлены в виде докладов и сообщений:

- на международных научно-практических конференциях в России (СПб., Санкт-Петербургский государственный университет – 2014, 2015; Ростов-на-Дону, Южный федеральный университет – 2012; Тамбов, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина – 2012; Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет – 2014).

- на всероссийских научно-практических конференциях (Тамбов, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина – 2013, 2014; Воронеж, Воронежский государственный университет – 2014, 2015).

Публикации в изданиях из списка ВАК:

1. О.Ю. Попова. Предпосылки наступления нового «века» регионального телевидения // Вестник Тамбовского университета. — Серия: Гуманитарные науки. 2014. №8. - С. 110-116.

2. О.Ю. Попова. Этапы развития регионального телевидения: к вопросу о периодизации // Вестник Воронежского государственного университета.— Серия филология и журналистика. 2015. № 4. С. 141-146

3. О.Ю. Попова. Роль телевидения в общественно-политической жизни региона на примере Тамбовской области: исторический срез 1970 - 2010 гг. // Социально-гуманитарные знания. Москва. 2018. №11. С.338-343

4. О.Ю. Попова. Особенности контента региональных государственных каналов. // Научные ведомости Белгородского университета. Белгород. 2019. №3. С. 403-410

Структура диссертации. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы. В **Главе 1 «Первый период развития регионального телевидения в Тамбовской области (1987-1991 гг.)»** изучается начальный период развития телевизионной индустрии в России, функциональные особенности телевидения, его роль в общественной жизни страны. Здесь же затрагиваются вопросы исследования регионального медиапространства, анализируются технологические, политические, социальные факторы появления телевизионного вещания на территории Тамбовской области.

В **Главе 2 «Второй период (1992-2003 гг.) тамбовского телевидения. Формирование региональной структуры»** представлена картина бурного развития телевизионной коммуникации в регионе после принятия «Закона о СМИ»: возникновение государственных и частных телекомпаний, типологическое разнообразие, апробирование различных бизнес-моделей. Рассматриваются яркие новаторские творческие проекты, особенностей функционирования телевидения в контексте развития системы СМИ региона. Уделяется внимание общей социокультурной составляющей, росту влияния аудиовизуальной информации на общественную жизнь региона.

В **Главе 3 «Третий период (2003-2009 гг.) как новый этап в истории регионального телевидения»** отражен новый этап в развитии телевидения, характеризующийся усилением политизированности и ангажированности медиа, определенным набором сдерживающих развитие факторов, творческой

стагнацией. Здесь даны характеристики телеканала, на примере которого хорошо заметны новые тенденции в развитии медиа. В работе выделены основные причины данных процессов.

В Главе 4 «Четвертый период (2010 – 2015 гг.): современные достижения и направления развития» представлены кардинальные перемены, которые переживает медиакommunikация, в том числе и телевидение, в связи с процессами конвергенции и развития цифровых технологий. На развитие местных СМИ оказывают влияние и процессы глобализации информационного пространства, изменения запросов аудитории, новые особенности потребления контента и усиление требований к формату и содержанию. В данной главе работы речь идет о возможных путях развития СМИ в регионах и перспективах развития телевидения.

В заключении представлены основные выводы исследования. Библиографический список включает 292 источника.

ГЛАВА 1 ПЕРВЫЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ (1987-1991 ГГ.)

1.1 Этапы развития телевидения как средства массовой информации в России. Предпосылки появления местного вещания

Средства массовой информации сегодня неотъемлемая часть жизни общества, функциональный элемент государства. Обмен информацией между людьми достиг того предела, когда система управления, жизнеобеспечения, политика, экономика, - все измеряется скоростью и качеством информацией. Яркий пример возросшего влияния информации появление такого явления как «информационные войны». Не было бы такого глубокого проникновения СМИ во все сферы человеческой жизни – не было бы «информационных войн», они просто не могли бы делать то, что делают, а именно изменять поведение людей и навязывать сторонние цели. О влиянии информации на общество говорили и говорят многие исследователи. Например, исследователь В.П. Коломиец утверждает, что «процесс проникновения медиа в то, что социологи называют социальность, настолько стремителен, место медиа в общественной жизни становится настолько значимым, что мы можем говорить о существенном изменении характера влияния информационно-коммуникационных технологий на общество и человека, представлять это как один из важнейших современных социальных, социокультурных трендов» [Коломиец, 2011: 53].

Речь идет о средствах массовой информации в целом, однако, несмотря на самые разные изменения, общепризнанным главным источником информации до сих пор остается телевидение. Именно телевидение имеет наибольшее влияние на умы людей. Так, исследователь ТВ-культуры В. С. Саппак рассматривал телевидение как аудиовизуальное искусство, ворвавшееся в комнату к обывателю. Искусство подступило к человеку настолько близко, что стало восприниматься в контексте повседневного быта. В результате трагедия, что «неслась с экрана» приблизилась максимально близко к человеку. К концу XX века телевидение

стало самым популярным СМИ, властителем умов миллионов, самым серьезным агентом влияния на общественное мнение, а, следовательно, на политические процессы во всем мире.

К этому моменту телевидение уже было представлено на самом разнообразном уровне. Речь идет о разнообразии форм и жанров телеканалов, а следовательно, разной степени влияния на аудиторию. Говоря о типологических характеристиках, надо учитывать, что есть телеканалы информационно-развлекательные, просто информационные и просто развлекательные, познавательные и т.д. Одни оказывают влияние на важные сферы человеческой жизни: политические пристрастия, социальные установки, гражданское поведение. Другие, не менее важные, формируют отношение к отдыху, вкусовые привычки, среду для самообразования. В классификации В. Л. Цвик эти телеканалы делятся на общие и специализированные. В данном случае мы будем рассматривать так называемые «общие» телеканалы. Они рассказывают о ситуации в стране, в мире, важных событиях общероссийского масштаба. Следовательно, формируют мнения и отношение людей к этим явлениям. Возникает вопрос: как формируется мнение людей о своем городе, регионе, и есть ли особая специфика у региональных СМИ?

До сих пор нет единого мнения, что же такое «региональное телевидение». Вот, что пишет И. М. Дзялошинский: «Чаще всего выделяют политико-административное содержание этого понятия, то есть регион просто отождествляют с территорией (областью, краем). С другой стороны, встречаются утверждения, что регион - понятие, не предполагающее фиксированного территориального масштаба, поскольку регионами называют и территории, принадлежащие нескольким субъектам Федерации и даже федеральным округам или административно очерченным регионам (так называемые мегарегионы), и территории, меньшие по пространственному масштабу, но обладающие существенным значением для жизни людей и страны, - так называемые субрегионы (районы, области, специальные экономические и социокультурные анклавы)» [Дзялошинский, 2002: URL].

К тому же, чтобы говорить о проблемах и перспективах развития системы электронных СМИ, необходимо вспомнить, что наряду с понятием «региональное», существует еще одно - «местное» телевидение. Однако во многих источниках последние два понятия зачастую не различаются и представляются как синонимичные (либо о местных телекомпаниях речь не идет вообще). Мы также данный термин будем упоминать в качестве синонима.

Для реализации целей данного исследования предлагается понимать под региональной журналистикой такой вид деятельности журналиста, который относится к определенному региону. Понятие «регион» в данном случае более близко к определению – «территориальная единица государства в России, общее обозначение субъекта Федерации, обладающего целостностью и взаимозависимостью с другими территориями» [Видная, 2013: URL].

Отсюда следует другой вопрос - а также ли широко влияние региональных СМИ на свою аудиторию, также внимает аудитория местным СМИ как федеральным, и каковы последствия этого влияния? Об этом давно задумалось научное сообщество, не случайно так возрос в последнее время интерес к изучению региональных СМИ.

Исследователь А. В. Чернов предлагает даже специальный термин «медиарегионалистика», который обобщил бы все направления научных исследований, изучающие специфику территориального медиаповедения людей, специфику региональных медиасистем и специфику регионального медиапотребления [Чернов, 2014: 68].

Нельзя не отметить тот факт, что наравне с возросшим интересом к региональным СМИ и развитием теорий регионалистики, важное внимание привлекают теории глобализации СМИ.

Пока же одно ясно точно, если федеральное телевидение влияет на социальные процессы в целом в стране, то региональные оказывают влияние на социальные процессы, происходящие в регионе (крае, республике, автономном округе). На первый взгляд, может показаться, что телевидение везде одинаковое, не зависимо от того какие вопросы освещает. Однако, отличия есть, и

существенные. Это и производство контента, и финансирование предприятия, и сложные рыночные взаимоотношения, отношения с местной властью, особенности самих потребителей информации. А значит и влияние на социальные процессы данной территориальной общности будет отличным, отсюда следует необходимость более углубленного изучения регионального телевидения и четкое понимание его специфики.

Постараемся проследить историю возникновения регионального ТВ в целом как самостоятельной системы, и представить специфику региональной журналистики.

История телевидения, как явления, насчитывает чуть больше 70 лет, не так много, в сравнении с газетой или радио. Но феномен его популярности, темпы роста и способность влиять на массовое сознание ставит телевидения на порядок выше других СМИ, а значит, оно привлекает к себе внимание исследователей и историков.

Как любая вещь, имеющая свое начало, как любое явление во временном пространстве имеет свою историю, так и телевидение имеет право на свою историю. История телевидения - это история и вещи, и явления одновременно. Одни ведут отсчет телевидения с момента первых инженерных опытов по передаче изображения на расстоянии, другие - с того момента как телевидение стало аналоговым и доступным большому количеству людей. А связано это с тем, что со временем меняется и сам смысл, который мы вкладываем в слово «телевидение».

В толковом словаре Ожегова следующее определение: «Телевидение это - передача на расстояние и приём на экран средствами радиоэлектроники изображений движущихся и неподвижных объектов и звукового сопровождения» [Телевидение : URL]. Данное определение является верным для физического явления и предмета техники. Однако телевидение – это еще и средство массовой информации. Возьмем следующее определение: «Телевидение - это аудиовизуальное средство массовой информации, которое, синтезируя звук и изображение, обеспечивает более широкие коммуникационные возможности

общества» [Шеляпин, 2004: 242]. Если все же рассматривать телевидение комплексно, история телевидения будет представлять собой путь развития технологического изобретения и социального явления одновременно.

Итак, первые шаги телевидения принято считать с истории первых электротехнических опытов. С этим периодом связаны такие имена, как П. Нипков, Б. Розинг, К. Зворыкин. С 1930-ых годов в России начинаются первые трансляции механического телевидения. Великая Отечественная война приостановила работы по совершенствованию телевидения, а по ее окончании электромеханическое телевидение уже нигде не возобновилось. Аналоговое или электронное телевидение, получившее распространение сразу после войны, положило начало новой эре телевидения в том виде, в котором мы его знаем сейчас. История этого периода включает в себя: строительство по всей стране телевизионных станций, создание Московского телецентра, возобновление вещания Ленинградского телецентра, телевизионную трансляцию международного слета молодежи, появление новых телевизионных жанров.

История регионального телевидения неотделима от истории телевидения в стране в целом, все события и трансформации связаны между собой и взаимозависимы. Поэтому мы начнем с истории центрального телевидения, события которого неминуемо отражались на региональном телевидении.

Пятидесятые годы в России: конец одной политической эпохи и начало новой. Добавим сюда - восстановление разрушенной экономики страны, внедрение новых технологий, развитие инфраструктуры, техническое переоборудование, в т.ч. и работы в области телевидения. Первые шаги массового телевидения как раз совпали с уходом Сталина и с развернувшейся борьбой за власть, становлением нового лидера, когда как никогда нужны были средства массовой агитации. Все это, несомненно, помогло телевидению найти свою нишу в общественной системе государства. Оно автоматически унаследовало три главных роли, присущих советским газетам и радио: пропагандист, агитатор и организатор. Все, что не служило целям агитации, пропаганды и организации, в эфир не допускалось. Публицистические программы

выполняли роль «учителя жизни». Безграничные пропагандистские возможности телевидения в полной мере проявились в 1957 году, когда в стране проходил Всемирный фестиваль молодежи и студентов.

Р.А. Борецкий отмечает: «Несомненный успех молодежного фестиваля состоял в том, что в значительной мере решал поставленную властью задачу показать миру новый облик государства. И не последнюю, если не ведущую, роль сыграло здесь телевидение. Именно тогда власти пришли, в конце концов, к осознанию того, какой пропагандистской мощи инструмент держат они в руках» [Борецкий, 2011: 101]. В том же 57-ом году был создан Государственный комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР, что говорит об усилении роли телевидения в системе СМИ.

В это же время, с 1950-х годов, исследователи А.В. Вырковский и М.И. Макеенко предлагают вести отсчет развития регионального телевидения. Отмечая, что в середине 1960-х в СССР функционировали около 120 программных телецентров, производивших и распространявших региональный телеконтент [Вырковский, Макеенко, 2014: 22].

В.Л. Цвик считает, что «...современное телевидение формировалось как явление местного характера» особо подчеркивая первостепенность региональных телекомпаний. Объясняется это утверждением техническими возможностями. Ведь вначале появлялись местные телевышки, при них студии, которые обеспечивали прием и передачу сигнала московского телевидения на регион [Цвик, 2004: 237].

Телевидение в регионах возникало хаотично, в основном все начиналось с обычного интереса энтузиастов. Затем к этому подключалась местная власть и по ее распоряжению строились небольшие телевышки. Исследователь Ю.М.Ершов отмечает, что, скорее всего, в первую очередь телевышки и местные телестудии появлялись в городах, которые относились к промышленным центрам с заводами и интересами оборонных ведомств. Строительство происходило на деньги горсоветов и градообразующих заводов. «Подтверждением этой догадки служат строки названного постановления 1955 года: «Обязать Совет Министров

РСФСР... построить за счет собственных капиталовложений, а также за счет привлечения в порядке долевого участия средств заинтересованных министерств и ведомств по проектам, согласованным с Министерством связи СССР...» [Ершов, 2012: 36].

В 60-е годы на центральном телевидении укрепляется материально-техническая база, появляются новые виды и жанры телепрограмм, телевидение становится одним из главных источников информации. Оно, что называется, входит в дом каждого. Зрители ежедневно смотрят кинорепортажи, информационные программы, телевизионные концерты.

Развивается телевидение в регионах. Например, в Воронеже и Саратове уже в 1957 году выходили собственные программы [Перцев, 2015: 133-134], в том же году собственные программы выпускали в Саратове [Яблоновский : URL].

70-е годы характеризуются переходом с прямого эфира на запись, использование монтажа. Повышается престиж телевизионных работников. Но вместе с тем усиливается контроль внутри журналистского цеха. Поводом к ужесточению послужили события в Чехословакии, а именно Пражская весна. Тогда в Чехословакии началось движение за облагораживание социалистического строя, движение за «социализм с человеческим лицом». Разворачивались дискуссии, манифестации, появлялись свидетельства о преступлениях сталинского режима. Мобилизующая и организующая роль принадлежала здесь телевидению. Его руководитель Иржи Пеликан стал одним из главных вдохновителей «Пражской весны» [Борецкий, 2011: 178]. Опыт Чехословакии 1968 г. показал, что телевидение способно поставить под сомнение истинность «социалистического выбора», лишь рассказывая и показывая правду. Кроме того, руководители Чехословакии заявили, что пресса «должна быть средством контроля народа за деятельностью властей». Эта функция никак не входила в ленинскую триаду [Кузнецов, 2002: 3].

Усиление контроля за СМИ неминуемо отразилось на местном вещании. По мнению, А.В. Вырковского и М.И. Макеенко это «привело к застою в развитии регионального вещания». К началу 70-х в СССР было уже порядка 120

региональных телестудий. Другой исследователь, В.Л. Цвик, отмечает еще одну особенность: «региональные телестудии традиционно готовили передачи «всеохватывающей тематики» вступая в ненужную конкуренцию с общесоюзными телепрограммами и, как правило, проигрывая в «конкурентной борьбе». Это, а также центробежные тенденции, повсеместная политика единого сильного центра, реализующаяся в Советском Союзе, привело к сворачиванию местных телестудий. «В результате развитие регионального телевидения не только затормозилось, но и пошло на убыль» [Цвик, 2004: 39].

Новый период начинается с 1980-х годов. В 1985 году выбирают нового Генерального секретаря ЦК КПСС, М.С. Горбачева. Он провозглашает перестройку советского общества и построение социализма «с человеческим лицом». Особая роль в пропаганде государственных политических идей отводилась СМИ. Они должны были помочь народу осознать свое прошлое и настоящее и выработать у него новое мышление. Была провозглашена гласность, открытость социально значимой информации [Стариков, 2013: 8]. В 80-х все чаще появляются на экранах сенсационные материалы, расследования, политические статьи в газетах. Появляются информационные программы в которых открыто показываются все недостатки и недочеты правящей власти. Создаются первые негосударственные телеобъединения. Появляется такая программа как «Прожектор перестройки» яркая и острокритическая. Журналистская молодежь сгруппировалась вокруг ночных информационных передач «Телевизионной службы новостей» (ТСН), которые отличались от традиционного «Времени» смелостью поиска и показа. Потом программа «600 секунд», на фоне датчика секунд, бегущих от 600 до 0, обсуждались актуальные, порой неприятные, иногда шокирующие темы общества. Эдуард Сагалаев, тогда руководитель молодежной редакции на ЦТ, создал дискуссионную программу «12-й этаж» [Борецкий, 2011: 145].

Политологи и теоретики журналистики отмечают особую роль телевидения в перестроечный период нашей истории. «Телевидение внесло существенный вклад в развал социалистического строя, обрушив на зрителя небывалое

количество разоблачительных, предельно откровенных материалов» [Кузнецов, Цвик, 2002: 76]. А.Г. Стариков пишет: «Весь предыдущий образ жизни советского общества его история, деятельность партийного и государственного аппаратов были подвергнуты массивной критике прозападно настроенных СМИ. Народ, узнавший из газет, журналов, ради и ТВ «правду» о своем прошлом, неблагоприятных делах бывших политических деятеле, разочаровался во власти и ничего не предпринял, чтобы спасти ее и укрепить, когда она зашаталась» [Стариков, 2013: 9-10].

Конечно, все эти преобразования на центральном телевидении не могли не отразиться на местном вещании, для региональных телестудий тоже начинается новый период. Центральное телевидение чаще использует материалы региональных телестудий. В регионах, где еще не было своего вещания, появляются местные телестудии или корпункты. В 1987 году местная телестудия появилась в Рязани. Свои корпункты появились в Липецке (1984 г) и Тамбове (1987 г.). Местное телевидение становится важнейшим фактором политической и общественной жизни, поскольку только оно может в полной мере показать происходящую действительность в том или ином регионе.

Качественно новым толчком к развитию телевидения, в том числе и регионального, послужил принятый в 1991 году Закон РФ «О средствах массовой информации», который провозгласил право граждан на получение информации и недопустимость цензуры. А главное он дал возможность партийным, общественным, коммерческим организациям, а также отдельным гражданам право учреждать газеты, журналы, радио и телестудии. Это вызвало огромный рост численности печатной и радиотелевизионной продукции. В 1990-е годы право на ведение телерадиовещания получило более 1 200 независимых организаций и физических лиц. В своей работе Ю.М. Ершов пишет: «Во время визита в Татарстан первый президент РФ Б. Н. 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» [Ершов, 2012: 64].

Начавшаяся децентрализацией телевидения, привела к тому, что региональное телевидение начинает функционировать как самостоятельная, отдельная от центрального телевидения структура. Регионы получают возможность самостоятельно определять, что снимать и что давать в эфир. Как отмечают исследователи: «К началу 1993 года: число вещательных и продюсерских телеорганизаций в России достигло тысячи» [Кузнецов, Цвик, 2002: 79]. В каждом регионе открывались свои телестудии, зачастую многие из них становились филиалами федеральных, но наряду с этим открывались и частные региональные телекомпании.

Быстрое увеличение количества телекомпаний стало возможным, в том числе, благодаря новому сетевому принципу распространения программ. Центральные телеканалы искали новые выходы к более широкой аудитории, и такими стали региональные компании. Сетевое партнерство было выгодно обоим. Центральным телеканалам не нужно оплачивать доставку в регионы сигнала, они получали доступ к местной аудитории и расширение за счёт этого своих рекламных возможностей. Региональные телекомпании получали эфирный продукт и оборудование для ретрансляции без финансовых затрат.

В.В. Егоров, говоря об истории телевидения, приходит к выводу, что причинами столь мощной регионализации телевидения стали не столько развал СССР и отказ от коммунистического стиля управления общественными делами, сколько глубинные истоки. Они заключаются в том, что региональное, местное, муниципальное вещание, во-первых, способно более точно учитывать социальные, возрастные, национальные и иные особенности населения конкретной местности, его запросы и интересы; во-вторых, оно опирается на факты, события, знакомые населению, что делает информацию более убедительной, соответствующей реальным интересам аудитории; в-третьих, региональное телевидение более активно использует жанры тележурналистики, способные заинтересовать зрителей: ответы на вопросы, отчеты местных руководителей, дискуссии о жизненно важных проблемах города, поселка, села [Егоров, 2004: 182].

Таким образом, исследователи сходятся во мнении о значимости регионального телевидения и его отличии от федерального. История развития телевидения во всероссийском масштабе стала возможной, в том числе, благодаря тому опыту, который накапливало региональное телевидение. Можно сделать вывод, что региональное телевидение как самостоятельная отрасль стала складываться в начале 90-ых годов прошлого века, когда обрела финансовую и техническую независимость.

Региональные телеканалы имеют свою специфику развития и отличительные характерные черты. Это проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, развитие местного телевидения тесно связано с социально-политической, экономической, культурной жизнью самого региона. Региональная журналистика отражает жизнь отдельного региона, его людей, их интересов. Региональное телевидение обладает определенным сочетанием административно-территориального, демографического и национального факторов; возможностью непосредственного включения в социальные процессы, происходящие в данной территориальной общности. В отличие от федеральных (центральных) СМИ, вещающих на всю страну, региональная журналистика обслуживает информационные потребности той аудитории, которая ограничивается пределами данной части страны, а не всей ее территории [Овсепян, 1999: 245]. Например, для развитых аграрных регионов Центрального Федерального округа СМИ должны не только грамотно информировать обо всем происходящем в агропромышленном секторе, но и решать разнообразные проблемы, в том числе поддерживать развитие сельских территорий, обеспечивая информационную доступность для самых отдаленных сел и деревень. Для СМИ приграничных регионов России важна тема межкультурного диалога, защиты пограничных рубежей. Для полиэтнических регионов, в которых проживают представители большого количества национальностей, актуальна национальная тематика и выпуски новостей на двух языках.

Во-вторых, профессиональные требования к работе регионального тележурналиста, казалось бы, мало чем отличаются от требований к журналисту

федерального телеканала: руководствоваться тем, что интересно местной аудитории, уметь работать в кадре, писать закадровый текст, находить темы и героя, быть объективным, грамотно говорить. Однако, на практике, региональный журналист должен хорошо представлять жизнь и проблемы своего региона, менталитет своей аудитории. События региона должны волновать больше, чем события в стране и за рубежом. Не каждая столичная тема в определенный момент будет актуальна для жителей других областей.

Для местного населения журналист - это защитник и помощник, это заложено в восприятии аудиторией образа местного журналиста. Журналист - посредник между горожанами и властью, в этой ситуации он должен выполнять свои функции честно, ведь для некоторых он может быть последней надеждой. В образе регионального журналиста существуют непоколебимые догмы: ты работаешь для людей, ты должен им помогать. Психологической особенностью личности журналиста является приверженность гуманистическим идеалам: безусловное принятие своей аудитории, поддержка, внимание к внутренним переживаниям людей, помощь в различных ситуациях выбора и принятия решений, искренность.

Для регионов особенно важно, что журналистика является профессией «открытого типа». Региональные журналисты - это не всегда люди со специальным образованием, но с определенным складом ума, где важное место занимает постоянное саморазвитие и желание получения знаний. В этой профессии пригодятся любые самые разнообразные знания и навыки, в том числе навыки других профессий.

Журналист служит обществу, предан ему, растворяется в профессии. Успешность в этой профессии связывается не высокими должностями или зарплатами, а с соблюдением морально-этического кодекса журналиста. Журналистика - это склад характера, это образ жизни, где надо быть психологически устойчивым, гуманистичным, образованным человеком. В основу своей работы региональный журналист в первую очередь ставит служение народу. Каждый его новостной сюжет или передача должна помогать людям

решить проблему или разобраться в каком-то вопросе, это информационно-просветительская функция. Для небольших регионов – этот момент особенно актуальный. Многие знают журналистов лично, здесь не скроешься в стенах телекомпании, имидж объективного и честного работника надо соблюдать постоянно.

В-третьих, технические особенности производства конечного телепродукта тоже отличаются. Во многом из-за недостаточности финансовых средств, как говорят, «картинка» страдает, нет возможности делать качественные студийные съемки или ток-шоу, поэтому многие программы снимаются в красивом интерьере, которым служит сама природа, доминируют выездные съемки. Сам журналист тоже «универсален» может смонтировать сюжет, заменить оператора или гримера. Конечно, финансовые сложности актуальны для всех в разной степени, есть достаточно обеспеченные компании, но уже следуя сложившимся историческим связям, ситуация не меняется. Журналист - многофункционален, а программы ограничены возможностями и профессионализмом команды, ресурсами, оборудованием студий.

Таким образом, в целом подчиняясь общефедеральным и общепринятым законам журналистики, региональные СМИ имеют свои отличительные черты, свою специфику и, безусловно, значимость для конечного пользователя – телезрителя.

Региональное телевидение, безусловно, имеет генетическую связь с федеральным, но со временем все больше становится самостоятельным явлением, нежели просто подсистемой одного центрального телевидения, как это было раньше. Оно не стоит на месте, а развивается, его потенциал не исчерпаем, а влияние на аудиторию невозможно переоценить.

1.2 Первые шаги телевидения в Тамбовской области

Средства массовой информации, и в частности телевидение, всегда были частью социальных процессов, происходящих в обществе. СМИ отражают

интересы общества, отдельных социальных групп и личностей. Информирова аудиторию о текущих событиях, в том числе и политических, они, тем самым, провоцируют важные общественно - политические последствия, так как характер информации, адресуемой аудитории, определяет её отношение к действительности и направление социальных действий. Поэтому, по общему признанию политологов, СМИ не просто информируют, сообщают новости, но и пропагандируют определённые идеи, взгляды, учения, политические программы. В настоящее время средства массовой информации стали органическим элементом политической системы, субъектом социального управления, охватывающего все сферы общественной жизни активно участвующие в историческом генезисе страны и отдельного региона [Юровский, 2001: 126].

Одним из первых обратил внимание на роль телевидения в социальных процессах Г. М. Маклюэн. Он отметил, что телевидение формирует сознание людей. Оно может объединять в сознании телезрителей многочисленные, порой, не связанные между собой события и эпохи, или придавать значимость даже обыденным вещам, таким образом, создавая вторую реальность. Привлекая внимание к одним событиям и новостям, «забывая» показать другие, телевидение сообщает аудитории о конечном результате. Это создает в сознании телезрителя иллюзию того, что действие было именно таким, каким его показали телевизионные камеры. В дальнейшем во многом именно этот манипулятивный механизм лег в основу различных пиар-технологий в политике. Визуализированная информация, заключенная в телеобразах, стала мощным оружием в информационных войнах современной эпохи. Вот почему в данном случае изучение становления телевидения не возможно без обращения к социальной истории. Итак, каковы же были общественные и политические предпосылки возникновения телевидения в Тамбовском регионе?

XX съезд КПСС в Директивах по шестому пятилетнему плану дал программу мощного развития телевидения по стране. Согласно нему, «количество действующих телевизионных станций в 1960 году должно было быть доведено не менее чем до 75» [Тамбовская правда, 1957: 1]. В тот год, по приказу Совета

Министров РСФСР, в Тамбове тоже решено построить ретрансляционную телевизионную станцию по типовому проекту города Рязани. Для обеспечения города Тамбова и области телевизионным вещанием были два возможных пути: строить станцию с собственной студией и программой, ежедневно составляемой на месте, или же принимать программу Московского телевизионного центра, для чего необходимо было строить радиорелейную линию между городами Рязанью и Тамбовом, протяжённостью 262 километра. Был принят второй вариант. Рассчитана общая стоимость проекта – около 8 миллионов рублей. Тамбовская телевизионная станция должна была вещать программы Московского телецентра, которые получит по радиорелейной линии Москва-Рязань-Тамбов.

В Тамбове для телевизионной передающей станции было выбрано самое высокое место на северной окраине города. Требовалось построить не только здание станции, железобетонные фундаменты под 180-метровую металлическую башню, но и все необходимые коммуникации: электроснабжение, водопровод, канализацию. Строительство началось в 1957 году. Кроме обычных затруднений, которые обыкновенно бывают при строительстве таких сложных сооружений, как телевизионные станции и радиорелейные линии, при строительстве Тамбовской телестанции надо было преодолеть и затруднение сложного технического порядка. Это было вызвано тем, что на нескольких пунктах радиорелейной линии, по которым принималась программа Московской телевизионной студии, впервые аппаратура отечественного производства должна работать с аппаратурой заграничного производства (венгерской) в одну общую антенно-фидерную систему. Дело осложнялось и тем, что принцип действия этих аппаратур – различный. Однако и эти затруднения были преодолены. Научно-исследовательский институт Министерства связи СССР разработал специальные согласующие устройства и изготовил их на своем заводе [Налбандян, 1960: 2].

При настройке радиорелейной линии на участке Рязань-Тамбов технические данные показали, что московскую программу зрители Тамбовской области могут принимать с четкостью 400-450 строчек, что обеспечивало достаточно удовлетворительное качество принимаемых изображений. Звуковое

сопровождение занимало от 60 до 7.300 герц, что также обеспечивало, для того времени хорошее звучание передач. Произведенные опыты выявили практическую возможность приема и ретрансляции через Тамбовскую телевизионную станцию и программы Воронежского телецентра по радиорелейной линии Мичуринск – Тамбов. Пока же Тамбовская станция обеспечивала уверенный прием на 60-70 километров, по некоторым направлениям на 80. В юго-западной части области (территория Избердеевского, Волчковского районов, города Мичуринска) можно было принимать передачи Липецкой телестанции, которая работала на 9 канале. В последующие годы удалось установить и смонтировать ретрансляторы в Мичуринске, Моршанске, Кирсанове, Жердевке, Уварове и в 1967 году - в Первомайске, Инжавино, Токаревке [Набалдьян, 1960: 2].

В марте 1960 года – впервые удалось получить изображение из Московского телецентра по основной трассе радиорелейной линии в Тамбове такого качества, что уже можно было начать передачи по области. Но принимать станцию в эксплуатацию было еще рано, вследствие отсутствия устойчивости в работе радиорелейной линии. Во время опытных передач выявлялись и устранялись многие недостатки в настройке линии.

Приемочная государственная комиссия приступила к работе в начале июля. И только 9 сентября 1960 года государственная комиссия приняла решение сдать в эксплуатацию тамбовскую телевизионную станцию и радиорелейную линию Рязань – Тамбов. Жители города могли смотреть первую программу Московского телевизионного центра. Одновременно с этим в Тамбове создаются два новых предприятия: одно по эксплуатации радиорелейной линии и телевизионной станции, а другое областное телеателье, которое обеспечивало установку, настройку телевизоров и их ремонт на территории области. Телеателье имело свои филиалы в Мичуринске, Моршанске, Котовске и Рассказово. Городские и районные исполкомы обязали обеспечить филиалы помещениями и автотранспортом высокой проходимости. Нормальному приему программ в городах и районных центрах мешали помехи, возникающие из-за неправильной

эксплуатации электрического оборудования. Для упорядочивания ситуации облисполком принял специальное решение, обязывающее владельцев электрооборудования навести порядок в его эксплуатации [Тамбовская правда, 1964: 4]. Итак, устойчивое периодическое вещание программ Центрального телевидения в Тамбове началось в сентябре 1960 года.

К началу 60-х по всей стране у телевизоров уже собиралась многомиллионная аудитория. В ряде соседних областей уже давно действовали телевышки. Первым в этом плане был Воронеж, телецентр здесь появился в 1954 году. В 1960 годах там регулярно выходит в эфир уже собственная телестудия, программы которой включены в сетку вещания центральных каналов [Перцев, 2015: 133-134]. 6 ноября 1956 года было окончено строительство телевышки в Рязани, жители города и прилегающих районов получили возможность смотреть передачи Московского телевизионного центра [История рязанского телевидения: URL]. В Пензе 15 октября 1958 года вышла в эфир первая официальная получасовая передача. В Липецке впервые началось эфирное телевидение 15 декабря 1960 года.

В Тамбове в октябре 1961 в соответствии с постановлением Совета Министров РСФСР от 28 июля 1961 года №959 и решением Тамбовского облисполкома от 27 сентября 1961 года №739 редакция областного радиовещания была преобразована в Комитет по радиовещанию и телевидению при облисполкоме [Решение исполнительного комитета ... 1961].

Еще через год Указом Президиума Верховного Совета СССР от 18 апреля 1962 года Госкомитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР преобразован в Государственный комитет Совета Министров СССР по радиовещанию и телевидению. Как отмечали Г. Кузнецов и Н.Месяцев, в монографии «Очерки по истории российского телевидения»: «Исчезновение 3 букв «при» означало, что электронные СМИ официально включаются в систему государственного управления: режиссеры и журналисты теперь не «при» власти, а часть самой власти – первой и единственной, государственные служащие,

связанные жесткой дисциплиной, но и обладающие некоторыми привилегиями» [Кузнецов, Месяцев, 1999: 416].

Через четыре года после первой картинке на Тамбовском телецентре решили сделать свою телестудию. Это была работа для энтузиастов. Инженерно-технические работники самостоятельно смонтировали аппаратуру для ведения передач. Готовыми приобрели лишь две телекамеры. Заставка «Говорит и показывает Тамбов» впервые появилась на голубых экранах тамбовчан 22 июля 1964 года. Это большое, для того времени, событие описано в газете «Тамбовская правда» за 1964 год: «Тысячи жителей области увидели гостя студии – бывшего профессора духовной семинарии, магистра богословия, активного пропагандиста атеизма А.А. Осипова, прослушали его беседу. Задолго до начала передачи в телецентре собрались работники телевидения, начальник областного управления связи Б.Г. Налбандян, председатель областного комитета по радиовещанию и телевидению А.К. Куликов. В небольшой комнате, отведенной для телестудии, шла репетиция. Техники настраивали телекамеры, операторы придирчиво проверяли сложную аппаратуру, добивались наилучшего звучания и изображения. Все волновались, переживали. Первую передачу подготовили: на главном пульте передатчиков дежурил инженер Александр Будняк. У режиссёрского пульта – старший электромеханик Юрий Григорьев. Камерами управляли инженер Анатолий Григорьев и радиотехник Станислав Куликов. Вела передачу диктор Валентина Ершова. Заставкой к программе служило снятое изображение Ленинской площади с памятником на фоне здания Тамбов–театра» [Пилипенко, 1964: 4]. Передача была подготовлена областным комитетом радиовещания и телевидения. Вещала тамбовская телестудия раз в неделю по одному часу и просуществовала три месяца.

Газеты писали, что причины, почему местная студия прекратила выходить в эфир, были в нехватке необходимого оборудования. То оборудование, с которым работала студия, было нестандартным. Кроме того, не хватало необходимых площадей. Отмечалось, что передача местной программы практически не возможна [Саморукова, 1990: 2].

Не только в Тамбове, но и некоторых других городах энтузиастам удавалось построить небольшие телецентры, вещающие на город и область. Они тоже не получили достаточного развития. Причина этого в том, что региональное вещание тогда было не выгодно руководству страны и всяческое развитие регионального телевидения тормозилось. Об этом подробно пишет в своем исследовании «Телевидение регионов в поиске моделей развития» Ю.М. Ершов: «Экономические проблемы и глобалистские амбиции заставили руководство партии и правительства сделать выбор между поддержкой телевидения в регионах и инвестициями в Центральное телевидение. Развивать то и другое вместе не получалось. Все средства в итоге были отданы ЦТ, а местное телевидение росло как трава, без пригляда и заботы садовника» [Ершов, 2012: 48].

Но в некоторых регионах местное телевидение оставалось, так, в Пензе местная телестудия появилась одновременно с вводом в эксплуатацию телебашни, в 1958 году. Практически сразу же на телестудии начинают снимать фильмы. Всего за 60-70-е гг. на пензенском телевидении снято около 60 лент. В 1961 году здесь был создан телевизионный театр [История Пензенского телевидения: URL].

В Воронеже местная студия появилась в 1956 году, в 1958 году в общественно-политических программах выступило 500 человек самых разных профессий [Перцев, 2015: 133].

В Рязани решение о строительстве местной студии было принято лишь в конце 1970-х годов, примерно также в Липецке и Тамбове.

В конце 60-х годов в Тамбове началась работа над возможностью приема второй программы. Для осуществления приема второй программы необходима была полная реконструкция всех пунктов, значительное расширение служебных помещений Тамбовской телевизионной станции, установка и монтаж оборудования для нового канала на всем участке линии, что требовало больших капитальных вложений. Тем не менее, в ноябре 1973 года на экранах тамбовчан появилась вторая программа, это расценивали как революцию в местном телевидении [Тамбовская правда, 1973: 4]. Таким образом, шло выполнение

Директивы 24 съезда КПСС, где было поручено «обеспечить устойчивый прием не менее двух телевизионных программ в столицах союзных республик и крупных промышленных центрах». Липецк первым осуществил трансляцию передач из Воронежа. А Тамбов приобрел резервный ретранслятор и через Липецк по радиорелейной линии Мичуринск – Тамбов начал их принимать [Тамбовская правда, 1973: 4]. В 1964-1968 годах – в Рязани уже была начата трансляция 2-ой и 4-ой программ Центрального телевидения.

18 ноября 1967 г. впервые в Тамбове на областной промышленной выставке населению показали цветное телевидение. При наличии телевизоров Рубин-401 и Радуга-4, по субботним и воскресным дням в зоне уверенного приема тамбовской ретрансляционной станции стало возможно принимать цветное телевидение по радиорелейной линии Москва-Тамбов по шестому каналу с 14 до 15.30 [Тамбовская правда, 1967: 2].

В декабре 1970 года в соответствии с Постановлением Совета Министров РСФСР №709 и приказом Председателя Государственного комитета Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию Тамбовский комитет по радиовещанию и телевидению исполнительного комитета областного Совета депутатов трудящихся был преобразован в Тамбовский комитет по телевидению и радиовещанию исполнительного комитета областного Совета депутатов трудящихся [Приказ Председателя Государственного комитета ... ГАТО: № 298]. Перестановка двух слов теперь явно указывала на приоритетность и важность телевидения в отношении других СМИ.

Комитет осуществлял руководство телевидением и радиовещанием в Тамбовской области и нес ответственность за идейно-политический и художественный уровень телевизионных программ и радиопрограмм (съемку телефильмов и телепередач тамбовский комитет не осуществляет) [Тамбовский комитет по телевидению и радиовещанию ... ГАТО: Д.298.], за дальнейшее развитие радиовещания и телевидения и за развитие средств, используемых для создания телевизионных передач и радиопередач. Главными задачами комитета являлись: пропаганда марксизма-ленинизма, постановлений съездов

Коммунистической партии Советского Союза и пленумов ЦК КПСС, решений Правительств СССР и РСФСР; мобилизация трудящихся на решение задач коммунистического строительства на борьбу за научно-технический прогресс и на успешное выполнение народнохозяйственных планов, а также распространение передового опыта в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве и других отраслях народного хозяйства; популяризация лучших произведений советской и прогрессивной зарубежной литературы и искусства, творчества трудящихся Тамбовской области, а также классических произведений отечественной и мировой литературы и искусства и т.д.

В соответствии с этими задачами на Комитет возлагались следующие функции: организация радиовещания для населения области; обеспечение работы по созданию телефильмов, литературные и музыкальные произведения для радио, организация записи важнейших событий в Тамбовской области, выступлений передовиков промышленности, строительства и других отраслей народного хозяйства, представителей науки и культуры.

До 1976 года Комитет структуры не имел. Все сотрудники по своим функциям и остальным обязанностям подразделялись на 5 основных групп: главный редактор и административно-управленческий персонал, редакционный персонал, корреспонденты, дикторы и технический персонал.

Среди задач и функции Комитета мы встречаем прямые указания не только по технической работе, но и по содержанию: так передачи должны были быть «на высоком идейно-политическом уровне» и в первую очередь направлены не на информирование, а на «пропаганду», «мобилизацию трудящихся» [Тамбовский комитет ... ГАТО: Д.298.]. Анализ этих указаний позволяет сделать вывод, что в целом телевидение в первые десятилетия своего существования использовалось властью как инструмент формирования идеологических воззрений народных масс, средство манипулирования общественным сознанием, но в данном случае имело в большей степени положительную окраску, было направлено на созидание. В дальнейшей истории использование технологий телевидения имело непредсказуемые последствия.

Вплоть до конца 80-ых годов в Тамбове не производилось своей телевизионной продукции. С конца 70-х по 1985 год активно развивалось только радио. Вот что пишет об этом исследователь А.И. Иванов: «Из статистических сводок известно, что на 1965 год в области насчитывалось около 300 тысяч радиоточек, более 110 тысяч радиоприемников. Областной комитет по радиовещанию и телевидению ежедневно вел часовую передачу. Регулярно передавались материалы из цикла «Решения Пленума ЦК КПСС – в жизнь!», «Дело партии – дело всего народа» и другие. Повседневное внимание уделялось пропаганде передового опыта в сельском хозяйстве, внедрению в практику сельскохозяйственного производства достижений науки. Учитывая специфику области, на радио рассказывалось о культурном и бытовом обслуживании тружеников села, о жилищном строительстве в колхозах и совхозах. Постоянную прописку на областном радио нашли еженедельные музыкальные передачи для работников сельского хозяйства.

Областной комитет по радиовещанию и телевидению постоянно расширял круг авторского актива, стремился разнообразить работу с внештатными авторами. За четыре месяца, например, 1969 года по областному радио выступило более 200 человек. Постоянными корреспондентами радио числилось около трехсот рабочих и колхозников, агрономов и зоотехников, инженеров, ученых, партийных и советских работников. Наиболее популярным областное радио стало именно в 1960-1970-е годы, когда с письменными просьбами и предложениями обращались из всех районов области. «Письмо на радио» – одна из популярнейших рубрик тогдашнего Тамбовского радио.

Кроме часового вещания, областное радио ежедневно вело передачи по второй программе через радиостанцию УКВ ЧМ. На них отводилось семь часов в сутки. Вторая программа давалась исключительно в записи. Она состояла из литературно-драматических и музыкальных произведений. Современное эфирное радиовещание в Тамбове появилось в 1970-е годы на волнах УКВ» [Иванов, 2014: 33].

Провозглашенная в 80-х годах гласность и открытость социально значимой информации достигла Тамбова к 1987 году. В Тамбове это в первую очередь проявилось в печатном слове. «Спокойное течение политической жизни тамбовской провинции было нарушено лишь на рубеже 1988-1989 гг. двумя событиями: первое, 16 января 1989 г. три тамбовских журналиста – сотрудники печатного органа обкома партии газеты «Тамбовская правда» коммунисты Е.Н. Писарев, О.А. Поздняков и беспартийный корреспондент районной газеты «Коммунистический труд» В.В. Михайлов начали выпуск пресс-бюллетеня «Содействие», который можно считать первым и единственным на тот момент непартийным источником информации в регионе. Ещё в конце 1988 г. они обращались в местное отделение Союза журналистов СССР с предложением учредить перестроечную городскую газету, но согласия тогда так и не получили. Первые десять номеров «Содействия» печатались фотоспособом в лаборатории одного из городских заводов на частные пожертвования. Тираж его пилотного выпуска составил 40 экземпляров. С каждым номером он постепенно возрастал (общий тираж первых девяти номеров - 2500 экземпляров), вызывая все больший интерес у жителей области. Второе, следующий день, 17 января 1989 г., можно считать отправной точкой деятельности городского отделения общества «Мемориал», печатным органом которого со второго номера и стало «Содействие»» [Смолеев, 2015: 125]. Исследователем А.А. Смолеевым был проведен контент-анализ содержания пресс-бюллетеня за период с января по октябрь 1989 г. (№1, 2, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, всего 147 материалов). Анализ показал, что 11,6% текстов пресс-бюллетеня оказались посвящены «сталинщине» (тексты о И.В. Сталине и его эпохе, репрессированных, реабилитации и т.д.). Меньше затрагивались экологические проблемы региона, задачи возрождения религиозных организаций и т.д. В большей части материалов - 42,9%, так или иначе звучала критика в адрес руководства обкома и его структур. Чаще всего партийных чиновников обвиняли в отходе от позиций перестройки, излишней бюрократии и закостенелости, особенно указывая на привилегиях номенклатуры,

кадровой и информационной политике обкома. С новым номером тональность публикаций становилась более резкой и вызывающей.

Исследование позволяет сделать вывод, что основная функция печатного издания не просветительская, а пропагандистская и контридеологическая. «Первый номер «Содействия» вышел в свет 16 января 1989 г., а уже 1 февраля вопрос о позиции журналистов Е.Н. Писарева и О.А. Позднякова рассматривали на партийном собрании редакции газеты «Тамбовская правда». По понятным причинам попытка создать собственное издание, выходящее из-под контроля, воспринималась крайне негативно и его руководством, и партийными чиновниками, поэтому последовала незамедлительная реакция. В поддержку организаторов «Содействия», а также с критикой в адрес редактора Л.А. Бубенцова выступил заместитель редактора газеты В.Б. Седых, в результате чего ему на последовавшем, спустя некоторое время, расширенном заседании партбюро было предъявлено обвинение в «политической незрелости». С мотивировкой «за нарушение партийной дисциплины, подачу материалов в искаженном виде и компрометацию коллектива редакции» позже был исключен из партии и уволен с работы О.А. Поздняков, заместитель ответственного секретаря газеты Е.Н. Писарев отделался выговором с занесением в учетную карточку. В.Б. Седых по решению бюро обкома КПСС был переведен на должность редактора заводской многотиражки, что по тем временам расценивалось как ссылка. Попытки запретить «Содействие» не увенчались успехом. Конфликт вокруг самиздатского издания вскоре вышел за пределы редакции и Тамбовской области. Реакцией на письмо В.Б. Седых, направленного им в адрес секретаря ЦК КПСС В.А. Медведева, стал приезд инструктора ЦК. В центральных журналах «Журналист», «Коммунист» и газете «Правда» появились материалы с критикой политики Тамбовского обкома и редакции. В защиту «Содействия» выступили журналист «Литературной газеты» Ю.П. Щекочихин и известный поэт и член всесоюзного общества «Мемориал» Е.А. Евтушенко. В письме, которое было опубликовано в августовском номере «Содействия», последний выразил свое возмущение нездоровой обстановкой вокруг общества

«Мемориал», а также увольнением В.Б. Седых с «явной задачей отомстить ему за попытку защитить общественную инициативу». В тамбовских государственных типографиях и типографиях соседних городов, которые контролировались партийными органами, выпускать издание в то время еще не представлялось возможным. Надо полагать, что жесткая реакция обкома, заключающаяся в попытке запретить пресс-бюллетень, организованной газетной критике и других традиционных для номенклатуры методов, в новых условиях не приносила желаемых успехов, наоборот, прибавляя популярности и уверенности неформалам. Перестроечные процессы, демократизация и либерализация общества, санкционирование «сверху» политизированных самодеятельных движений и объединений дали возможность фактически безбоязненно в рамках существующего политического устройства по тем или иным моментам не соглашаться с властью и открыто ее осуждать» [Смолеев, 2015: 127].

А вот телевидение в тот период играет пока незначительную роль в общественной жизни региона. Так, в 70-е годы базовой для соседних регионов стала воронежская телестудия, она вещает на Липецк, Пензу и Тамбов. Однако она не могла удовлетворить возросшие информационные потребности локальных аудиторий. Отчасти поэтому, в 1987 году Совместным постановлением Тамбовского и Воронежского обкомов КПСС и облисполкомов был создан Тамбовский корпус Воронежского государственного телерадиокомитета [Тамбовская жизнь, 2002: 4]. Журналисты получили возможность снимать репортажи в Тамбове и через Воронеж транслировать на телевизоры тамбовчан.

Кстати, наполнение репортажей в целом отвечало тенденциям центральных каналов, также присутствовала критика, разоблачительные материалы и злободневные темы. Хотя телевизионное пространство оставалось под достаточно строгим контролем Комитета. Первым телекорреспондентом в Тамбовской области в 1987 году стал бывший радиожурналист Игорь Головашин. Он прошел конкурсный отбор и стажировку в Воронеже. Оператором, также после конкурсного отбора, был назначен Владимир Поддячий. Эти два человека, журналист и оператор, делали новости и передачи о Тамбове. Работа корпуса

была устроена сложно. Съёмочная группа не имела даже кабинета. План съёмок утверждался на год вперед. При планировании передачи или сюжета, вначале составлялся краткий план, о чем он будет, и кто будет давать интервью, потом его утверждали в Воронеже, и только после этого журналист приступал к работе. После этого материал везли в Воронеж, там монтировали и пускали в эфир. Вот, что о работе корпункта писали в газете «Комсомольское знамя» за 1990 год: «На счету творческой группы тамбовского корпункта немало критических выступлений. Привлекает внимание цикл передач «Завтра будет поздно», экологические передачи. Одна из них рассказывала о деятельности производственного объединения «Пигмент». Бодрые выступления бывшего секретаря партийной организации объединения о якобы полной безвредности и экологичности предприятия чередуется с кадрами, где показаны мертвая рыба, радужная, переливающаяся на солнце пена возле сточных труб... Та передача не прошла незамеченной. Большой популярностью пользовалась и рубрика «Большие письма». Кстати, писем на имя главного редактора приходило немало. В арсенале тамбовского ТВ была и информационная программа «Дела. Проблемы. Перспективы». Это краткий обзор дел минувших и предстоящих, анализ нашумевших событий и т.д. Помимо передач для тамбовской области, корпункт готовит сюжеты для Центрального ТВ – они появляются в программах «Время», «Новости», «120 минут»» [Саморукова, 1990: 3]. Информационная программа о жизни Тамбова и области выходила один раз в неделю, по средам. Но в Тамбове телестудии по-прежнему не было.

Параллельно с решением задач по созданию студии местного вещания назрел вопрос об увеличении мощности существующей областной радиотелевизионной станции. Мощность передатчиков и высота мачты позволяли охватывать телевидением не более 60% территории области, необходимо было строить новую мощную телевизионную станцию. Труднее всего оказалось выбрать место расположения нового объекта с высотой мачты около 400 метров.

Дело в том, что в годы существования СССР тамбовское воздушное пространство было плотно задействовано. Вокруг города действовали, так

называемые, воздушные «коробки» военного училища летчиков им. М.Расковой, Тамбовского авиаотряда гражданской авиации, военного полигона под станцией Рада. После многочисленных согласований с гражданскими и военными ведомствами решение нашли самое оптимальное – телемачту решено было поставить в промежутке взлетно-посадочных полос военного авиационного училища и аэропорта. Преимущества размещения станции определялось достаточно высокой точкой над местностью, ее удаленностью от зоны жилой застройки и отсутствием необходимости жителям областного центра, за исключением северного района, переориентировать антенные устройства. Строительство станции началось в 1986 году, а к концу 1991 года одна из самых мощных радиотелевизионных станций в России была введена в строй. Новая станция стала в пять раз мощнее существовавшей ранее. Зона уверенного приема ее сигналов охватила до 90% территории области [Тамбовская жизнь, 2002: 4].

К концу 80-х годов в Тамбове существовала развитая сеть по приему телесигнала, работал Комитет по телевидению и радиовещанию исполнительного комитета областного Совета депутатов трудящихся, активно развивалось радио, печатная пресса была передовым средством массовой информации, на экранах тамбовчан впервые появились телесюжеты о Тамбове.

В соседних областях ситуация была различной. Флагманом оставался Воронеж. Прямые репортажи воронежцев показывали на всю страну. Некоторые из них - по Интервидению. Регулярно готовили сюжеты для информационных программ ЦТ, таких как «Новости», «Время», «Эстафета новостей». Также востребованы были концерты, передачи, посвященные культурной тематике. Воронежская телестудия являлась базовой для Черноземья, программы «У наших соседей», «Зори Черноземья» были рассчитаны на телезрителей пяти областей. Студия готовила обменные передачи для Ростовского и Запорожского телевидения, для телевидения города-побратима Брно.

В Пензе местная телестудия активно развивалась и получила возможность создавать передачи с помощью видеомагнитофонной записи, появились тематические редакции. В эфир выходили местные новости, сатирический

тележурнал «Фитиль», молодежные программы [История Пензенского телевидения: URL].

Липецк, Рязань и Тамбов принимали программы Воронежского телевидения.

Итак, первый период в истории развития регионального телевидения на Тамбовщине можно определить с 1987 по 1991 годы. В 1987 году в Тамбове начинают производить свою телепродукцию, появляется первый тележурналист и оператор.

Данный период демонстрирует, что уже в начале своего пути телевидение и тележурналистика в Тамбовском регионе не получала большой поддержки местной власти, в сравнении с другими более успешными в этом плане регионами. Созданная в 1964 году телестудия могла бы продолжать свою работу, если бы руководство региона проявило заинтересованность. Все новые тенденции и в техническом плане и в плане общественных настроений достигали Тамбова значительно позже. Журналистика в регионе в этот период представляет собой «интеллигентного собеседника» с представителями власти и горожанами.

1991 год является важной отправной точкой для изменения системы СМИ в стране – издан «Закон о СМИ». Именно это активизировало процессы на медиарынке региона. Так, уже в 1992 году была сделана попытка создания первой негосударственной телекомпании и началось построение новой системы телевизионного пространства региона.

ГЛАВА 2 ВТОРОЙ ПЕРИОД (1992-2003 ГГ.) ТАМБОВСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ. ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ

2.1 Начало 1990-х: конкуренция государственного и частного секторов в информационной нише региона

Период реформ середины 80 - начала 90 годов в России был отмечен глобальными изменениями в коммуникативной системе общества. Политические события начала 1990-х годов в стране запустили необратимые изменения в обществе, в самосознании людей. Российская журналистика откликнулась на новые веяния одной из первых. Журналистам импонировала атмосфера свободомыслия, плюрализма мнений, доступность в получении политической информации - все то, что сопровождало первые шаги перестройки.

Именно на эти годы пришелся пик роста и популярности телевидения в нашей стране, что отчасти было связано с внутренними преобразованиями в государстве, отчасти сами преобразования явились следствием роста влияния самих СМИ на массовое сознание людей. Это отмечает, например, А. И. Волков в своей статье «Роль прессы в становлении демократии в России»: «В последние десятилетия ушедшего века печать играла неоспоримо значимую роль в подготовке общества к переходу на рыночные отношения, вокруг идей преобразования экономики в прессе и вокруг неё разворачивалась нешуточная борьба... Сама превращаясь в отрасль бизнеса, она оказывала и оказывает на другие отрасли влияние, на мой взгляд, превышающее влияние сырьевых отраслей, потому уже, что способствовала и способствует формированию «правил игры» на рынке и в отношениях «бизнес-государство» [Волков: URL]. И хотя А. И. Волков говорит о прессе, в данном случае, телевидение не отставало от общих тенденций в СМИ.

«Перестройка», конечно же, изменила тамбовскую общественную жизнь. В начале 1990-х годов в Тамбове, как и во многих других регионах создается своя оппозиция. Если в Центре ее лидерами в основном стали люди, входившие в состав политической элиты, то в Тамбовской области костяк оппозиционного

движения составляли представители интеллигенции. Как пишет А.А. Смолеев, в Тамбовской области процесс зарождения неформального политизированного движения, в отличие от других регионов, протекал с некоторым запозданием. Подобная ситуация была обусловлена низким уровнем политизации населения аграрного региона. С начала 1989 года в Тамбове функционировало тамбовское отделение Всесоюзного общества «Мемориал». Формально являясь просветительским обществом, «Мемориал» в регионе фактически с начала своего существования выступал в качестве оппозиционной КПСС политической структуры. Ядро этой организации составляли представители местной интеллигенции – преподаватели-историки во главе с деканом факультета Тамбовского государственного педагогического института В.Н. Ковалем и, что самое важное, журналисты местных печатных изданий. И это не случайно, СМИ и сами журналисты сыграли не последнюю роль во всех последующих политических событиях.

В конце 80-х начале 90-х годов Тамбовщину, как и всю страну, захватила волна гласности. Желание свободно высказаться, знать «правду истории», разоблачать преступления большевизма и сталинизма затронуло самые разные слои общества - от старшеклассников-комсомольцев до пенсионеров. Тамбовчане семьями преникали к телеэкранам на время новостей и политических теле-шоу. Нарасхват шли свежие номера общественно-политических, литературных и исторических газет и журналов; огромной популярностью пользовались запрещённые прежде книги Солженицына А., Рыбакова А., Гроссмана В., Платонова А., Пастернака Б., писателей-эмигрантов. Оживилась местная пресса, появились новые, в том числе и «бульварные», издания. Одновременно с новыми политическими идеями люди благодаря телевидению открыли для себя прелесть мексиканских и бразильских сериалов, целительные свойства всевозможных «экстрасенсов» и знахарей, заманчивость зарубежных кинофильмов не самого лучшего качества.

До 1991 года печатная пресса продолжала играть главенствующую роль в общественно-политической жизни региона. И. И. Засурский считает, что в 1992 г.

усилились различия в развитии региональных и центральных СМИ. Если в Москве произошло разделение прессы на «оппозиционную» и «демократическую», то провинциальные газеты и журналы, за исключением коммунистических и националистических, удалялись от политики. В Тамбове ситуация была иной. Часть тамбовских газет и телерадиокомпания были политизированы и явно симпатизировали Б.Н. Ельцину и его тамбовским сторонникам. Их позиция в первую очередь стала не следствием установки их учредителей, а редакционной политикой и убеждениями самих журналистов [Смолеев, 2015: 136].

С принятием в августе 1991 года «Закона о СМИ» была разрушена монополия государства на теле- и радиовещание, печать. Резко активизировался рост частных телекомпаний. Популярность телевидения теснит прессу. Это объяснялось не только тем, что оно, в отличие от прессы, было бесплатным, но и тем, что телевидение предоставляло больше возможностей для пропаганды проводимого курса реформ, чем пресса и, тем более радио [Демидова, 2010: 142].

Государственное влияние в сфере СМИ оставалось значительным. Еще в июне 1990 года было принято решение об учреждении ВГТРК — Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании. Было очевидно, что новое телевидение будет принимать активное участие в выборах Президента РФ, причем на стороне кандидата «демократов» Ельцина. Хотя союзные власти препятствовали передаче ВГТРК отдельных каналов вещания, за месяц до дня голосования, в мае 1991 года, Российское телевидение вышло в эфир.

В регионах также шло создание государственных телекомпаний. Так, в феврале 1992 года создается Орловская государственная телевизионная и радиовещательная компания. В том же году — ГТРК «Калуга», Рязанская ГТРК «Ока». 8 февраля 1992 г. образована Пензенская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ПГТРК). 28 декабря 1992 года начинает свою работу Государственная телерадиокомпания «Липецк». Первой телепередачей стала информационная программа «Объектив».

В Тамбове также шла подготовка к созданию государственной телекомпании. На основании приказа №21 от 13 февраля 1992 года Управления по телевидению и радиовещанию Министерства печати и массовой информации РФ [Приказ Управления по телевидению и радиовещанию ... ГАТО: Д.№991.] и распоряжения Главы администрации Тамбовской области №23-р от 15 января 1992 г. [Распоряжение Главы администрации Тамбовской области, 1992. ГАТО: Д. №186] был упразднен комитет по телевидению и радиовещанию, а вместо него создана Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания. Тамбовская телерадиокомпания, говорилось в документе, – единый творческо-производственный комплекс, целью которого является осуществление телерадиовещания на территории области в соответствии с лицензиями, получаемыми в установленном порядке.

Главными задачами компании являлись:

- учреждение, подготовка и выпуск собственных телерадиопрограмм, других средств информации, регистрируемых и лицензируемых в установленном порядке, выполняя в отношении их функции редакции;
- освещение событий экономической, общественно-политической и культурной жизни Тамбовской области;
- ретранслирование программы Российской телерадиокомпания;
- осуществление своей деятельности независимо от политических и общественных организаций, ориентируясь на интерес телезрителей и радиослушателей, руководствуясь законодательством РФ [Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания. ГАТО: Д. № 990].

Общее руководство деятельностью телерадиокомпания осуществляло Министерство печати и информации РФ. Коллективное руководство телерадиокомпания осуществлял ее Совет, в состав которого входили по одному от каждого из Учредителей, председатель компании/ председатель Совета и его заместители. Финансирование деятельности областной телерадиокомпания осуществлялось за счет средств республиканского бюджета РФ.

Дополнительными источниками финансирования могли являться средства, получаемые от коммерческой деятельности, оказания платных услуг и выполнения работ по договорам с предприятиями, организациями и т.д.

Однако телекомпания, созданная, судя по документам в феврале 1992 года, не успела выйти в эфир. А опередила ее совершенно другая телекомпания под названием «МАРТ».

Это была частная телекомпания, созданная группой энтузиастов при Тамбовском телецентре. Не получив еще лицензию на вещание, в марте 1992 года, организаторы компании выпускают в эфир первую телепрограмму. Программа была насыщенной и продолжалась более 4 часов. Однако следующий выход в эфир не состоялся. Телекомпанию обвинили в том, что она не имеет право на эфирное вещание, так как не зарегистрирована как средство массовой информации. Свой выход в эфир руководство телекомпании оправдывало тем, что на тот момент согласно закону РФ о СМИ, был возможен выход в эфир в течении трех месяцев без лицензии. Тем не менее, вещание телекомпании было приостановлено. От имени одного из организаторов первого негосударственного телеканала «МАРТ» в газете «Тамбовская жизнь» от 25 апреля 1992 года было опубликовано письмо. В нем главный инженер Тамбовского городского радиотрансляционного узла А. Агукин отмечает, что первый выход программы в эфир получил много положительных отзывов от зрителей, хотя качество изображения еще не было удовлетворительным. Однако, запрет на выход в эфир связывает не с юридическими сложностями, а с открытым нежеланием руководства области видеть не подконтрольное им СМИ: «...Местная государственная телерадиокомпания «Тамбов» в лице ее председателя В. Смолеева, обвинив нас в том, что мы не прошли регистрацию и лицензирование, начала оказывать на нас давление, подключив к этому и представителей властных структур. В прокуратуру области из областной администрации был направлен документ, в котором сообщалось о том, что выход в эфир телепрограммы возможен лишь после ее регистрации. Содержание этого письма прокурор области и довел до руководства «Россвязьинформ», структурным подразделением

которой мы являемся. В результате этого 12 апреля телестудия МАРТ в эфир не вышла.

Конечно, с точки зрения права, в описываемой ситуации все законно. Но ведь от регистрации нашей программы мы и не отказывались. Уже подготовлена заявка на получение регистрационного свидетельства в Воронежском региональном управлении. И не получили мы регистрационного свидетельства лишь по одной причине: до последних дней региональное управление не имело своего счета в банке и просто-напросто некуда было перечислить сумму необходимого регистрационного сбора.

Удивляет меня в этой истории одно обстоятельство - отношение областной администрации к первым росткам альтернативного телевидения. Я, конечно, понимал, что нашей телерадиокомпании «Тамбов» не понравится выход нашей телестудии «МАРТ» в эфир. Дело в том, что вот уже 4 месяца в телерадиокомпании находится новейшее полупрофессиональное оборудование для малого студийного телекомплекса фирмы «панасоник», купленное на средства областного бюджета. Оборудование пока это лежит мертвым грузом. Телестудия же «МАРТ» подготовила свою программу, как говорится, на голом энтузиазме, и с помощью любительской аппаратуры, что видимо, ущемило профессиональную гордость журналистов из телерадиокомпании и сыграло свою роль в негативном отношении к нашей программе и к ее создателям.

Несмотря на неоднократные разговоры с председателем телерадиокомпании Тамбов, компромиссного решения между нами не было найдено. Смолеев категорически против нашего выхода в эфир. Неужели он не понимает, что у монополии на средства телерадиоинформации нет будущего. В отделе лицензирования министерства печати и информации РФ мне сказали, что Тамбов – единственный в России город, где ситуация с выходом в эфир негосударственной телестудии вызывает шок у руководства местной гостелерадиокомпании. Во всех остальных городах России уже давным-давно мирно соперничают и государственные и частные телерадиокомпании не мешая

друг другу. Причем выходят в эфир они без лицензирования, т.к. Положение о нем было разработано правительством лишь в конце прошлого года.

Кто же потерял в результате конфликта, о котором я поведал читателю? Думается, что потеряли, прежде всего, телезрители. И редактор телестудии МАРТ Сергей Фролов, и телеоператор Анатолий Григорьев, и видеоинженер Юрий Долгов, готовя апрельскую программу не жалея ни сил ни времени. Телезрители могли бы увидеть сюжет о почетном гражданине Тамбова летчике-космонавте Л. Демине, был подготовлен интересный видеоматериал о дне рождения областного центра. Наша съемочная группа вылетала в подмосковную Кубинку, отсняла уникальный материал о традиционном авиационном празднике.

Перед тем как обратиться в газету я долго думал, а стоит ли это делать. Но потом, все-таки пришел к выводу что стоит. Потому как перешедшие из застойных времен традиции монополии на СМИ пришлось по душе некоторым людям, приверженным демократии лишь на словах. Но им как раз и следовало бы крепко усвоить ту истину, что время монополии на слова и мысли закончилось» [Агукин, 1992: 3].

Этот прецедент позволяет сделать выводы о той сложной ситуации, в которой приходилось пробиваться первым частным телекомпаниям. В отличие от других регионов, где частные телекомпании имели развитие, в Тамбов это предприятие провалилось. Несмотря на выход «Закона о СМИ», многие по привычке не верили, или не хотели верить, в возможность свободной деятельности неподконтрольных власти средств массовой информации....

Например, в Липецке первой местной телекомпанией, вышедшей в эфир, была частная «ТБК». В ее программах принимали участие чиновники и руководители городских служб и управлений. А государственная телерадиокомпания в Липецке вышла в эфир 28 декабря 1992 года [Востребованность федеральных и региональных телеканалов (на примере Липецкой области): URL].

В Рязани первая негосударственная телекомпания появилась в 1991 году – телерадиокомпания «Эхо», которая вещает и сегодня в круглосуточном режиме.

В Пензе негосударственная телекомпания появилась в 1996 году – ТРК «Наш дом», которая сегодня перешла на собственное круглосуточное программирование.

Следует сказать, что в Тамбове все происходило на фоне очень сложной общественно-политической обстановки, которая тянулась еще с 1991 года. Об этом пишет А. А. Смолеев: «Политическая ситуация в Тамбовской области в период формирования новых институтов управления после августовских событий 1991 года характеризовалась поиском компромисса между представителями бывшей партийной номенклатуры, занимавшей ключевые позиции в местных Советах, и оппозицией, которая пользовалась поддержкой центральной исполнительной власти. В это время серьезной оппозиционной силой стала региональная организация Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР). Убедительным показателем роста протестных настроений в регионе стал митинг, организованный ФНПР 23 октября 1992 г. в Тамбове. Кроме экономических (прекратить спад производства в промышленности и сельском хозяйстве, поднять зарплату рабочих и служащих до уровня прожиточного минимума) звучали и политические требования. Ораторы призывали к отставке Президента, областной и городской администрации. Выступления В.Н. Коваля и В.В. Давитулиани были практически сорваны. Из толпы в адрес главы администрации Тамбова звучали призывы «бить его» и антисемитские высказывания. Численность участников акции по разным данным составила от 1,5 до 7 тысяч человек.

В результате всех политических передвижений на пост главы региональной администрации назначили В.Д. Бабенко, а на пост мэра Тамбова - демократа В.Н. Коваля» [Смолеев, 2015: 138].

Однако, «перестройка» в Тамбовской области, как и в других регионах «коренной» России, имела свои особенности. Ни региональная власть, ни провинциальное тамбовское общество в силу многих своих качеств не могли стать инициаторами крупных политических и экономических перемен. Доля социально и экономически активного населения, и в целом уровень политизации населения аграрного региона был в целом очень низкий. Подтверждением этому служит и

быстрое угасание социально-политического возбуждения конца 1980-х годов, и малая жизнеспособность организовавшихся в крае политических партий и движений, и особенности местного тамбовского предпринимательства, которое живёт большей частью перепродажей товаров чужого производства [Тамбовская область в 1930 – 1980-х гг.: URL].

2.2 Становление основных телевизионных компаний Тамбовской области

Итак, 1992 год является решающим для тамбовской телевизионной журналистики. Тамбовская государственная телерадиокомпания впервые выходит в эфир спустя почти год с момента учреждения, а именно 22 декабря 1992 года. Это была новогодняя двухчасовая передача. Первое время тамбовское телевидение вещало два часа в неделю по российскому каналу. Эти два часа подразделялись на собственное вещание и «прочее». «Прочее» вещание состояло из клипов, фильмов, мультиков. В отведенное время выходил блок новостей, различные программы, в том числе и для самых маленьких. Политика телекомпании, по словам заместителя председателя телерадиокомпании Юрия Щербакова, это объективное отражение идущих процессов и одновременно формирование спокойного и делового отношения к ним жителей области [Алтеев, 1992: 3]. Телевидение для всех было делом новым, в том числе и для тех, кто приступал к работе. Это были вчерашние газетчики, радиожурналисты. С Воронежским университетом был заключен договор о подготовке кадров для телерадиокомпании. Первым председателем Тамбовской государственной телерадиокомпании был назначен Валерий Смолеев.

«Среди первых программ 1993 года были: общественно-политическая программа «Выбор», историко-краеведческая «Родные пенаты». В 1994 году «Храмы земли тамбовской» о православии, о развитии сельского хозяйства «Село: времена года», рассказы об интересных людях «Облик». Компания быстро разрасталась, необходимы были новые площади. В 1994 году на баланс тамбовской телерадиокомпании было передано здание бывшего Дома

политпросвещения по улице Интернациональная. Но переход туда требовал времени: необходима реконструкция и создание технически оснащенных студий» [Назаренко, 1994: 3]. Пик становления и роста тамбовских телекомпаний пришелся на непростое время. В 1991 году социально-экономическая обстановка в регионе ухудшилась. В 1992 году имелись перебои в торговле маслом, сахаром, кондитерскими и табачными изделиями. В сельском хозяйстве и промышленности наблюдалось падение производства. Результатом либерализации цен стала инфляция, приведшая к обесцениванию сбережений и заработной платы населения. Дальнейший спад жизненных стандартов потребления стал естественной причиной разочарования в новой власти и проявления симпатий к прокоммунистическим силам [Смолеев, 2015: 157]. В 1993 году характерной особенностью экономического развития области стал переход от разгосударствления небольших предприятий и объектов к приватизации крупных и средних предприятий промышленности, строительства и транспорта. В 1992 – 1993 гг. проведена перерегистрация колхозов и совхозов области.

Эти преобразования в обществе затронули и средства массовой информации как важную часть целостной социальной системы. В переходный период СМИ, с одной стороны, активно влияют на процессы общественной трансформации, с другой, - сами испытывают на себе эти перемены. В эти годы уже ничто не могло сдерживать нарастающую свободу средств массовой информации.

В Тамбове в течение небольшого периода появилось сразу несколько телеканалов. Остановимся на наиболее крупных тамбовских телеканалах. 8 декабря 1993 года в эфир вышла негосударственная телекомпания «Полис», название которой в переводе с латыни означало «город». Телекомпания была учреждена как открытое акционерное общество, главный пакет акций принадлежал Тамбовскому заводу «Комсомолец». Телеканал позиционировал себя как городской, информационно-развлекательный. Входил в Международную Ассоциацию радио и телевидения (МАРТ), что давало ему исключительные права на трансляцию кинофонда МАРТа: киношедевры Голливуда и мультфильмы Уолта Диснея [Экспресс-репортер, 1993: 6]. На определенном этапе развития

телекомпания «Полис» обзавелась собственным информационным бюллетенем. ТК «Полис» быстро завоевывает свою аудиторию. Для еженедельной новостной программы они выбирают кухонный интерьер, что сразу привлекает внимание. Ведущие передачи «Новости с кухни» С. Николенко и А. Рогаткин на первый взгляд ведут между собой легкий, непринужденный диалог. На самом деле этот словесный пинг-понг прекрасно продуман и выстроен. В результате к каждому сюжету есть своя, когда остроумная, когда деловая, подводка. Да и сами сюжеты, как правило, хорошо драматургически выстроены, «картинка» и закадровый комментарий гармоничны. Новости всегда свежие и актуальные. При явной лояльности к городской власти, журналисты, тем не менее, почти в каждой передаче в рубрике «от звонка до звонка» говорят о том или ином просчете, недостатке в городском хозяйстве. Их занимает непростая жизнь простых людей. В информационных поводах протекающие крыши, обваливающиеся стены, обманутые или отчаявшиеся горожане [Кадышева, 1998: 2].

В 1993 году также выходит в эфир еще одна негосударственная телекомпания «Олимп». Этот частный телеканал был организован в форме общества с ограниченной ответственностью. Генеральный директор Владимир Пересадько, в отличие от других телекомпаний, был обеспечен техникой на высоком уровне. Мощное передающее устройство и релейная линия связи позволяли выходить на очень широкий круг зрителей. На регистрацию в аппарате министерств и ведомств ушел целый год. ТК «Олимп» выбирает информационно-развлекательный формат вещания. Руководство телекомпания изначально сделало ставку на платное вещание. Несколько часов в день канал выходил в открытом эфире, остальное время в закодированном сигнале. Возможность смотреть «Олимп» могли получить те, кто приобрел специальную приставку [Тамбовский курьер, 1994: 2]. На канале выходило порядка 9 авторских программ, среди которых развлекательные – «Бессонница», «Волшебная ночь», «Салон для всех»; познавательные программы – «Автошоп» советы автолюбителям, «Мюзик-микс» для серьезных меломанов. Объем собственного вещания составлял порядка 30 часов в неделю. Ставка на платное вещание в итоге не оправдала себя, позже

телеканал стал выходить как и другие в открытом эфире. Работали на телекомпании люди разных профессий и сфер деятельности: выпускники училища связи, института культуры, техучилища, КВНщики. Практически все взаимозаменяемы, могли работать и как видеоинженеры, и как операторы, и как звукорежиссеры на достаточно хорошем уровне.

С 1991 года повсеместно стали открываться небольшие частные телестудии в районных центрах области. В 1992 году по инициативе местной администрации в районном центре Жердевка открылась своя телестудия «Полет». Большую финансовую помощь в создании телестудии оказали районное управление сельского хозяйства, маслодельный, маслобойный и сахарный заводы. В начале телеканал транслировал кинофильмы, музыку. В дальнейшем планировалось информировать зрителей о событиях дня, новостях культурной жизни города и района.

В 1993 году начала работать местная телестудия «Пичаево», учрежденная предприятием «Оникс». Телеканал выходил в эфир на 9-ом канале, радиус действия 15 км. Через 2-3 месяца после первого выхода телекомпания планировала увеличить объем трансляций и выходить в эфир каждый день с 17 до 19 часов.

В том же 1993 году начала работать телестудия «Кристалл» в районном центре Кирсанов при сахарном заводе. Было закуплено оборудование «АРАЛ» для передачи в дециметровом диапазоне. Приобретено два монитора, три видеоманитофона, две видеокамеры. Спутниковая антенна позволяла принимать программы других стран. Прием велся с четырех спутников каждый из которых передавал по 3-4 программы. В телекомпании было создано 4 отдела: космической связи, отдел новостей, художественный и коммерческий. Отдел космической связи вел трансляцию передач, принимаемых через спутниковую систему из других стран. Отдел новостей сообщал о тех или иных событиях, которые были связаны с деятельностью завода, впоследствии и всего района. В начале зрителями «Кристалла» были жители поселка сахарного завода. В первые месяцы штат сотрудников состоял из двух человек. С ростом профессионального

мастерства и популярности укреплялась и материально-техническая база, в коллективе появлялись новые сотрудники [Стаханов, 1993: 2].

В 1994 году по данным Воронежской региональной инспекции Государственной инспекции по защите свободы печати и массовой информации в Тамбовской области было зарегистрировано 30 телерадиовещательных компаний. Причем фактически их было гораздо больше [Агарков, 1994: 3].

В 1994 году прокуратура провела проверку исполнения законодательства о средствах массовой информации и соблюдения правовых норм государственными органами, осуществляющими регистрацию и контроль за деятельностью печатных изданий и радиотелевизиопрограмм. Проверка выявила существенные нарушения. Систематически выходили в эфир не состоящие на учете, созданные незаконно, без государственной регистрации и получения лицензии телекомпании. Например, без лицензии на вещание осуществляли свою деятельность студии эфирного и кабельного телевидения «ЦТВ» Первомайского управления магистральных газопроводов, МП «Савва» в г.Моршанске, «ВК-37Центр-Полет» в Жердевке, АП «Рубин-Сервис», видеопрограмма «Цна» в г.Тамбове и ряд других. В городах Мичуринске и Моршанске действовали редакции местного радиовещания под видом филиалов Тамбовской гостелерадиокомпании, хотя в учредительных документах последней создание подобных филиалов не было предусмотрено, а лицензий на право самостоятельного вещания и свидетельств о регистрации не получали.

Прокурором области по результатам проверки были направлены представления губернатору области, начальнику УВД, начальнику Воронежской региональной инспекции, председателю Тамбовской государственной телерадиокомпании с предложениями о принятии конкретных мер по устранению отмеченных нарушений [Агарков, 1994: 3].

В 1995 году в г. Моршанске открывается телеканал «Русичи». Его учредителями стали АООТ «Моршанская табачная фабрика», администрация Моршанского района, АОЗТ «Агропромпродукт» и Евгений Бастраков (директор телеканала) [Дубровкин, 1995: 5].

Тамбов как областной центр продолжает эстафету, и в 1995 году выходит в эфир еще один коммерческий телеканал «ВДВ», образованный одноименным издательством, владелец которой являлся Сергей Потапов. На момент выхода телеканала, несмотря на функционирование уже трех телекомпаний в городе, в местном вещании еще оставался солидный вакуум. У государственной компании ТГТРК было ограничено время эфира, у «Олимпа» ограничена аудитория из-за кодированного сигнала, «Полис» в основном ретранслировал московскую «ТВ-6», которую принимали не все жители города.

Концепция новой телекомпании - семейный телеканал без политики. Директор телеканала в интервью газете «Тамбовские губернские ведомости» в 1995 году так обозначил политику канала: «Я хочу, чтобы нас смотрели взрослые и при этом, не закрывали глаза своим детям» [Потапов, 1995: 3]. В творческом плане новый канал задумывался как постоянный многогранный рассказ о Тамбове и тамбовчанах, носящий скорее познавательный характер, с экскурсиями в историческое прошлое города, встречами с известными людьми. «Пусть люди узнают самих себя, своих друзей и знакомых, а те выразят мнение по самым разным вопросам нашей жизни», - говорил директор новой телекомпании [Потапов, 1995: 3]. В планах новой компании была и трансляция развлекательных программ и фильмов, однако фильмы тоже не всякие, а те, которые стали редкостью, старые советские. В первые месяцы работы телекомпанию постигла неприятность: были украдены 50 видеокассет, где было записано 150 часов лицензионных программ и фильмов. В политическом плане генеральный директор Сергей Потапов так определил стратегию компании «За нормальное телевидение в нормальном обществе и надеюсь избежать на своем экране товарищей типа «жириновского» и «зюганова». Вообще отрицательной информацией о том, как ужасно мы живем, телерадиоэфир и так переполнен, а вот положительной информации мало» [Потапов, 1995: 3].

2.3 Тематика программирования: телевидение в социокультурном контексте региона

Примечательно, что создавая новую телекомпанию ее владельцы стремились уйти от освещения политики и так называемых «жареных фактов», которыми изобиловали центральные каналы. «Полис» изначально назывался городским информационно-развлекательным, «Олимп» сделал ставку на развлекательно-познавательный контент, «ВДВ» - позиционировал себя как семейный канал без политики.

В дальнейшем телекомпания не смогла придерживаться выбранной ими программной стратегии. В эфире каждой появились передачи о политике, дебаты, дискуссии на острые социальные темы. Как отмечает Р.А. Борецкий, «без политики нет телевидения, но и без телевидения политика перестает быть эффективной» [Борецкий, 2011: 121]. Так произошло и с тамбовским телевидением.

«Многочисленные избирательные кампании, политическая борьба создавали насыщенный общественно-политический контент в СМИ: скандалы, интриги, насыщенность информационными поводами и тому подобное. Это также давало возможность заработать на политической рекламе и лоббировании интересов различных политических элит как для телекомпаний, так и для отдельных журналистов» [Видная, 2012: 148].

В ноябре 1995 года 1 минута времени в эфире ТК Полис стоила 225 тысяч рублей плюс налог в 26,5 процента; в декабре стоимость возросла до 270 тысяч рублей+ налог. Предвыборная борьба разгорелась нешуточная, и СМИ сыграли в ней свою роль [Хазиев, 2015: 212].

В 1995 году разразился кризис в Тамбовской государственной телевизионной и радиовещательной компании. К тому времени председатель ТГТРК В.А. Смолеев утратил доверие у большинства коллектива, рассказывает очевидец тех событий А. Хазиев в своей книге воспоминаний «Из истории нашей революции». В газете «Тамбовская жизнь» за 1995 год 5-го июля вышло

«Открытое письмо главе администрации Тамбовской области О. И. Бетину»:
«Уважаемый Олег Иванович! Мы, представители партий и общественно-политических объединений Тамбовской области, обращаемся к Вам, как представителю учредителя Тамбовской государственной телерадиокомпании. На протяжении последних 3-х лет передачи тамбовского радио и телевидения, особенно в последние месяцы, очень далеки от происходящих в области процессов. Руководство ТГТРК в лице Смолеева В.А. и ряда других ее руководителей, отдельных журналистов, продолжает оставаться на прежних позициях, не имеет продуманной линии в деятельности компании по отражению жизни области во всех ее проявлениях. Всячески поддерживая и всесторонне восхваляя деятельность одних, Тамбовская гостелерадиокомпания представляет в искаженном виде или вообще замалчивает позиции и деятельность других. Материалы, предлагаемые для освещения на радио и телевидении, «просеиваются» сквозь сито политических амбиций и пристрастий руководства ТГТРК. Незаконной цензуре подвергаются даже материалы, представляемые депутатами Тамбовской областной Думы, нередки случаи, когда депутатам просто отказывают в выступлении. «Любимцами» Тамбовской гостелерадиокомпании являлись в недавнем прошлом отдельные руководители области, скомпрометировавшие себя результатами своей деятельности в глазах населения...

Наши попытки донести до тамбовчан свою точку зрения на происходящие процессы в области и России, высказать свое мнение по поводу политики и курса экономических реформ, осуществляемых в нашей стране, встречают яростное сопротивление и неприятие со стороны руководителей ТГТРК. Мы считаем, что поведение руководства ТГТРК не только нарушает и ограничивает конституционно гарантированные права и свободы граждан России, но и способствует усилению социальной напряженности и конфликтности в Тамбовской области.

В связи с вышеизложенным обращаем, Олег Иванович, ваше внимание на недопустимость сложившейся порочной практики в деятельности руководителей

ТГТРК и предлагаем вам, как представителю учредителя телерадиокомпании, принять меры по укреплению ее руководства на демократической основе» [Тишин, 1995: 1]. Под письмом подписались представители: народно-патриотического движения «Отечество», областной организации КПРФ, избирательного объединения «Русь», Тамбовского отделения «Союз офицеров России», Тамбовской организации «Союза народного спасения», Тамбовской организации ЛДПР, Тамбовской организации Русской партии России и другие.

В «Тамбовской жизни» от 12 июля вышло ответное Заявление Совета Тамбовской государственной телерадиокомпании: «Начиная с 1993 года, Тамбовские областные и городские организации народно-патриотического движения «Отечество», Коммунистической партии РФ, избирательного объединения Русь, Союз офицеров России, Всероссийской коммунистической партии большевиков (ВКПБ) – то есть объединения, в абсолютном большинстве своем состоящие из людей, ратующих и сегодня за возврат монополии, ведут целенаправленную и неприкрытую борьбу с инакомыслящими, к числу коих, естественно, отнесены и журналисты Тамбовской гостелерадиокомпании, активно участвующие в происходящих в России преобразованиях. Появление под «Письмом» подписей представителей партии Жириновского, «Русской партии», движения «Держава» говорит на наш взгляд, прежде всего о предвыборной смычке сторонников вчерашнего тоталитарного режима с поклонниками сегодняшних национал-шовинистических настроений.

«Открытое письмо» - яркий тому пример. Написанное по сути своей в форме политического шантажа и доноса, не имеющего за собой ни одного конкретного факта и аргумента, оно в очередной раз подтвердило политическую стратегию подписавших его: «Цель оправдывает средства». В ход идут и попытки столкнуть друг с другом руководителей областной и Тамбовской городской исполнительной власти, и нечистоплотные намеки на особую приверженность телерадиокомпании к неким отдельным представителям этой самой власти, и даже противоречащие какому бы то ни было здравому смыслу утверждения, что «поведение руководства ТГТРК... способствует усилению социальной

напряженности и конфликтности в Тамбовской области!»...» [Заявление совета тамбовской государственной телерадиокомпании, 1995: 1].

Приведенный исторический прецедент позволяет сделать выводы о роли телевидения в социальных процессах, происходящих в регионе. Уже тогда проявлялось желание одних политических элит показать и рассказать о значимых для них фактах, а других донести важную, по их мнению, информацию. Телевидение становилось важным инструментом политической агитации.

В 1995 году новым председателем Тамбовской государственной телерадиокомпании становится Владимир Пеньков. В.А. Смолеев продолжил карьеру в администрации области. В это время на канале появляются запомнившиеся зрителям программы - музыкально-развлекательная «Музыкальное рандеву», об острых социальных проблемах «Эпицентр». В 1995 году фильм «Антоновщина», рассказывающий о событиях Крестьянской войны 1920-21 годов на Тамбовщине, журналиста Сергея Фролова и оператора Юрия Сычева, занял первое место на Всероссийском региональном фестивале телевизионных программ «Рязань-95». Фильм отличался нестандартной схемой повествования, построенной, в основном, на отрывочных воспоминаниях еще оставшихся в живых современников антоновского восстания и потомков свидетелей тех давних событий, перемежавшейся с жестким авторским текстом и кадрами кинохроники 20-годов [Муждабаев, 1995: 4].

В 1996 году журналистами тамбовской телекомпании при содействии посольства Франции в России был подготовлен цикл передач «Тайны великих мастеров» о шедеврах мирового изобразительного искусства, хранящегося в Лувре [Хазиев, 2012: 11]. Постепенно компания перешла на ежедневный формат вещания. Внедрили сетевое программирование. Появилась служба информации, авторские программы. С 1998 года происходит активный взлет, масса авторских программ, острых социальных сюжетов, фильмов и очерков. Но, несмотря на успехи в творческом плане, телерадиокомпания все-таки находилась в стадии становления, поэтому постоянно испытывала финансовые трудности. «Получали минимум на оплату коммунальных платежей и зарплату», - признавался

руководитель ТГТРК Владимир Пеньков. Но, несмотря ни на что, в 1996 году телекомпания смогла перейти на профессиональный формат, приобрели профессиональную аппаратуру, перешли в новое здание. После кризиса 1998 года федеральное финансирование было практически прекращено... [Кадышева, 2002: 3]. В соответствии с Указом Президента РФ от 8 мая 1998 года №511 «О совершенствовании работы государственных, электронных средств массовой информации» и Постановлением Правительства РФ от 27 июля 1998 года №844 и приказом председателя Всероссийской гостелерадиокомпании от 6 августа 1998 года №487 ГУ «Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания» была преобразована в Федеральное государственное унитарное предприятие «Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания (дочернее предприятие ВГТРК)». Конечно, это решило многие производственные и финансовые проблемы, но зато появилась субординация с вышестоящими органами управления холдинга. Так происходило становление государственной телекомпании, а теперь обратимся к частным телеканалам и их истории того времени.

1999 год для телекомпании «ВДВ» отмечен появлением совершенно новой информационной программы «День города», которая сразу привлекла к себе внимание. Программа отвечала определенной новой тенденции в развитии телевидения, это – интерактивный элемент в эфире. «ВДВ» стала единственной телекомпанией в области, которая проводила в эфире интерактивный опрос. Программа стала в некотором плане революционной. До сих пор местное телевидение использовало традиционные подходы в создании своих передач, и лишь в «Дне города» совмещены информационный блок, опрос тамбовчан на улицах, беседа на актуальную тему с компетентным специалистом и телефонный интерактивный опрос [Страхов, 2000: 5]. В течение 45 минут, за время программы, получали информационный срез, мнение телезрителей относительно какой-то проблемы. Создатели программы не относили ее к политической, экономической или социальной, а называли «народной», в силу обратной связи [Самышкин, 1999: 4]. Ее эффект был столь велик, что уже в первой программе в

эфир позвонил 161 телезритель, а в пятой – больше 300. Для регионального городского телеканала это был большой успех. Другая вечерняя передача, «День города», также завоевала внимание и любовь телезрителей.

В конце 1990-х годов на трех тамбовских телеканалах выходили свои новостные программы: «Будни» на ТК Полис, «Новости» на Тамбовской государственной телерадиокомпании, «День города» на ТК ВДВ, «Город» на ТК Олимп.

На ТК «ВДВ» «Новости» выходили четыре раза в день. Концепция новостей имела социальную направленность. Самое главное – люди: их маленькие радости и большие беды. На ВДВ снимали сюжеты по звонкам жителей, и даже специально просили делиться дворовыми событиями или личными проблемами. «Самым приятным считают тот вариант развития событий, когда удается с помощью телевидения чем-то помочь людям» [Коломейцева, 2001: 2]. На тот момент главной проблемой теленовостей на ТК ВДВ была слабая профессиональная подготовка корреспондентов и операторов. Из-за чего качество сюжетов зачастую оставляло желать лучшего.

На ТК Полис над программой «Будни» работал коллектив уже сложившихся журналистов, почти у каждого была своя программа. Политика телеканала в новостных программах - нести зрителям как можно более объективную информацию. «По словам редактора программы Александра Рогаткина, частные телекомпании более независимы от чиновников и чаще их критикуют. Если есть, за что ругать – ругают, иногда воздействуют на зрителей контрастными репортажами, показывая реальную жизнь со всех сторон, не только с парадной. Например, однажды, в «Буднях» после сюжета о праздновании 50-летия губернатора с цветами, речами и наградами показали сразу же 80-летнюю старушку-учительницу, у которой день рождения в тот же день, но отмечает она его в полном одиночестве, хотя сделала в своей жизни не меньше полезного. К 1 сентября здесь, кроме сюжета о счастливых первоклашках, пустили в эфир спецрепортаж о детях из спецприемника, у которых в этот день не бывает праздника, да и какие праздники за решеткой...» [Кей, 2000: 9]. Задача новостных

корреспондентов на ТК Полис не просто показать новость, а показать проблему, сделать качественный, глубокий материал, материал для думающих людей. Почти каждый журналист умел снимать, а оператор мог написать кортекст. Были и свои проблемы: отсутствовал личный транспорт, сложно было найти диктора для новостей.

На Тамбовской государственной телерадиокомпании выходила программа «Новости». Ее главной особенностью было то, что это была единственная телекомпания областного значения, поэтому в новостной программе постоянно присутствовала информация о жизни райцентров и села. Профессионализм ТГТРК заключался в высоком качестве и материалов, и технического обеспечения, в оформлении студии, и звука, чего иногда не хватало частным телеканалам.

Начало 2000-х тамбовские телекомпании встречали с уже сложившимся имиджем, имели «своих» зрителей и продолжали развиваться.

В 2000 году телекомпании ВДВ исполнилось 5 лет. В юбилейный год на телеканале вышел новый информационно-развлекательный канал «Доброе утро, Тамбов» его контент состоял из музыки, информации, прогноза погоды, советов психолога и астропрогноза [Страхов, 2000: 5]. На телеканале «ВДВ» апробировали новую форму подачи новостей. Новости на ВДВ стали единым потоком информации. Сюжет начинался с появления ведущего в кадре, а потом следовал комментарий лица, причастного к тому или иному событию. Для сообщений менее значительных существовали новости одной строкой. В том же 2000 году появляется еще одна программа «Деловое обозрение». После предвыборной компании 1999 года возникла необходимость в программе, которая освещала бы вопросы экономической жизни области и города. Программу пытались ориентировать на предпринимателей. Крупных, средних и тех, кто хотел бы открыть свое дело. В программе поднимались различные темы. Часто федеральные проблемы смешивались с областными. Если смотреть шире, то проблемная ситуация в городе и области – зеркальное отражение федеральной. Поэтому очень часто, рассматривая местные проблемы, ведущие программы

обращались к общероссийским, например, таким как введение второй части Налогового кодекса или реформы государственной власти, предложенные В.В. Путиным [Коломейцева, 2001: 2]. Передача информировала о положении дел в области. С помощью программы пытались привлечь внимание к проблеме, создать общественное мнение. Оценкой работы коллектива «Делового обозрения» стал диплом за лучшее освещение социальных, экономических и политических процессов в области, врученный 19 января 2001 года губернатором Олегом Бетиним, несмотря на то, что в программе часто звучала критика в адрес областной администрации. Осенью вышла еще одна новая программа - «Наедине с городом» в прямом эфире. Постоянным участником программы был мэр Тамбова Алексей Ильин. В первой части программы мэр комментировал снятые сюжеты о тех или иных проблемах городского хозяйства, во второй части отвечал на звонки зрителей.

Тамбовская государственная телерадиокомпания в 2000 году меняет председателя, новым руководителем становится Тамара Дробышева. На ТГТРК помимо информационного блока выходят такие программы как «Территория тревоги» с Игорем Корнейковым, «И жизнь, и слезы, и любовь» Алевтины Титовой, краеведческая программа «Край тамбовский». Здесь также возросла интерактивная связь со зрителем. Стали чаще работать в прямом эфире, например, вечерняя программа «Вовремя». Силу любой телекомпании определяют две вещи: кадры и деньги. В данном случае имелась еще третья составляющая – это охват территории своим вещанием. Компания единственная в области имела устойчивое вещание в 23 районах области, в остальных семи, могли смотреть те, кто имел хорошую антенну [Васильева, 2002: 5].

В начале 2000 года директором телекомпании «Полис» был Вячеслав Рогожкин, а главным редактором Андрей Кондратьев. ТК «Полис» входила в холдинг под названием «Новое информационное пространство», в котором помимо телекомпании были радиостанция «Русское радио», «Хит FM», рекламное агентство «Art-мастер», газета «Полис плюс» и небольшая студия звукозаписи. Генеральным директором холдинга был Павел Серегин. У каждого

структурного подразделения в холдинге был свой директор. После выборов телеканал значительно укрепился, заработал на кандидатах разного уровня наибольшее количество денег [Московский комсомолец в Тамбове, 2000: 3]. В компанию пришли известные тамбовские журналисты. «Полис» был одним из немногих региональных телекомпаний в Черноземье, который делал более 25 своих авторских программ. На телеканале выходили такие программы как ток-шоу «Все на одного», в прямом эфире «Неделя. Политическое обозрение», аналитическая программа, которая помимо информирования населения, предлагала анализ ситуации. Развлекательные программы «Не до шутки» - основанная на КВНе, но в тоже время включала в себя и просто юморески и т.д. Программа «Всяко-разно» - некий аналог программы «Впрок», но опять же привязанный именно к тамбовским проблемам потребительского рынка. В прямом эфире выходят новости, канал «Прайм-тайм» и политические дебаты. Авторские программы «Тоже важно» и «Регион 68» куплены международным каналом «R.I.C.H.» [Сергеев, 2000: 5].

Уже в ноябре 2000 года на ТК «Полис» меняется руководитель, новым директором становится Юрий Панкратов, сменивший Павла Серегина, ушел из компании исполнительный директор Вячеслав Рогожкин, главный режиссер Сергей Полянский, чуть позже главный редактор Андрей Кондратьев и часть журналистов. Юрий Панкратов бывший автор и ведущий программы «Субботник» на ВДВ, затем работал в областной администрации заместителем начальника управления по делам полиграфии и СМИ [Самойлова, 2001: 2]. Многие восприняли такое назначение как новый шаг руководства области по приведению всех независимых средств массовой информации к одному знаменателю [Московский комсомолец в Тамбове, 2000: 3]. В 2003 году у ТК «Полис» вновь новый директор Елена Дементьева.

Уже с новым руководителем в ноябре 2003 года телекомпания завоевывает «ТЭФИ-Регион» в номинации «Публицистические программы» с программой «Регион-68». Программа «Тоже важно» завоевала второе место и получила серебряную медаль. «Регион-68» - это серия краеведческих программ, которая

рассказывала о Тамбове и Тамбовской области. Это передача для молодежи, обо всем здесь говорилось их языком, и не присутствовало поучительного тона. «Регин-68» имел высокий рейтинг среди молодежной аудитории, но его с удовольствием смотрели и люди более старшего поколения. Сделана она была в форме путевых заметок. За основу бралось некое историческое место, будь то Святовское озеро (легендарное озеро в Тамбовской области, возможно, имеющее метеоритное происхождение) или Трегуляй (старинный поселок, расположенный в окрестностях Тамбова и известный среди местных жителей, благодаря Питиримовскому источнику и Иоанно-Предтеченскому монастырю), это могло быть любое село, деревня. Каждое место имело свои легенды, интересные истории. Идея создания программы принадлежала главному режиссеру ТК Александру Пустовалову. Вели ее журналист службы новостей Мария Буллах и Степан (Сергей Казьмин) – участник команды КВН «Тапкины дети». Оператор Евгений Митрушин.

Программа «Тоже важно», автор и ведущая Александра Жарикова – главный редактор телеканала, представляла собой цикл публицистических передач, не связанных друг с другом. В основу бралось какое-либо событие, социальное явление или яркая личность. На конкурсе «ТЭФИ» была показана передача о кукольном театре, созданном в колонии для несовершеннолетних. Основной ее мыслью было – несмотря на то, что на зоне ужасно, но и там можно оставаться человеком. В «Тоже важно» рассматривалась и проблема наркомании, причем не голословно, а конкретно на примере одного мальчика-наркомана. Рассказывали в программе о коллекционере Денисове и его частной картинной галерее, о Тамбовском областном кукольном театре, о детском саде и многом другом [Мир информации, 2003: 8].

В 2004 году «Полис» запускает новый телепроект ток-шоу «Дом, в котором мы живем». Ведущая ток-шоу Александра Жарикова так презентовала проект: «Не секрет, что мы любим ругать наших чиновников, сидя на лавочке у подъезда или толкаясь в час пик в общественном транспорте. А почему бы не высказать свою точку зрения честно и открыто, глядя в глаза представителю власти или

руководителю предприятия. Возможно, у вас есть свое видение, свои оригинальные идеи для разрешения проблем городского хозяйства. В таком случае место в студии вам точно обеспечено. Приходите и поделитесь с тамбовчанами своими грандиозными замыслами обсудите их с гостями студии – людьми известными и уважаемыми. Ведь, как известно, из любой ситуации обязательной найдется выход. Главное, чтобы этот выход был приемлем для всех. Вот почему итогом любой дискуссии ток-шоу «Дом, в котором мы живем» должно стать общее решение – что изменить и как сделать лучше для всех» [Тамбовский курьер, 2004: 5].

В сентябре 2004 года телезрители Тамбова впервые познакомились с новым аналитическим каналом ТК «Полис» «Объектив». Он состоял из нескольких блоков – передач. В первую очередь это «Будни» - новости региона, рассказанные в видеосюжетах тележурналистов, это всегда актуальная, интересная информация о событиях, прошедших накануне и ожидаемых, новости политической жизни Тамбовщины и культурные события области, чрезвычайные происшествия и визиты на Тамбовщину высокопоставленных гостей, выставки, презентации, беспрецедентные акции. После выпуска новостей в студии появлялся интересный гость: деятели культуры, политики и науки, представители властных структур, чиновники и депутаты. Беседа, как правило, связана с главным событием дня. Все происходит в прямом эфире и у зрителей есть возможность задать свои вопросы, позвонив на «горячую линию» [Алешина, 2004: 7]. В июле канал поменял сетевого партнера с «ДТВ Viasat» на ТК «Мир». По причине того, что «Полис» позиционировал себя как общественно-политический телеканал, а «ДТВ Viasat» имел развлекательную направленность. Новый партнер, телеканал «Мир», транслировал новости, документальные и художественные фильмы. Особенно привлекало внимание подача новостей, которая сильно отличалась от федеральных каналов, они точнее, полнее отражали суть событий, информация давалась более объективно [Мир информации, 2004: 8].

Телеканал «Олимп» в начале 2000 годов отличался от других своей концепцией, она заключалась в отсутствии политических программ, и как можно

большем количестве программ позитивных. В эфир выходит развлекательная программа «Мега-Гудвин», гостями которой становятся известные творческие люди. Другой известный проект телекомпании «Танцкласс», где учат танцевать современные клубные танцы. По выходным транслируется передача «Рыбалка».

В 2004 году на канале «Олимп» появилась новостная программа «Город», которая была заявлена как информационно-аналитическая. В программе - новости городской жизни, форма подачи новостей очень отличалась от традиционных новостных программ. Новости вели двое, «ведущие приветствуют зрителей словами: «Добрый вечер, дамы и господа!». Целевая аудитория программы – люди среднего класса. Средний класс, по мнению В. Пересадыко, новая категория людей, которых можно назвать добросовестными налогоплательщиками, производителями и потребителями, ответственными и требовательным людьми. Они знают себе цену; они знают свои права и реализуют их. Команда «Города» представляла своим зрителям позитивную картину происходящего.

Творческая активность телевизионных журналистов проявлялась и в том, что в 2002 году впервые был проведен областной конкурс телевизионных и радиопрограмм «Хрустальный улей». Инициатива принадлежала Управлению полиграфии и СМИ Тамбовской области. Конкурс проходил в 2003 и 2005 годах, а в 2006 году уже немного изменил свой формат. Но прецедент был создан. «Цель данного начинания – повышение профессионального уровня сотрудников электронных СМИ, а также развитие единого информационного пространства области... И хотя инициатива шла в основном сверху и идеология конкурса в какой-то степени была подчинена административным задачам, эти мероприятия стали для начинающих тамбовских телевизионщиков хорошей школой мастерства и творческой конкуренции. Критерии оценки работ выглядели достаточно просто: объективность, достоверность, актуальность материала и профессионализм в изложении материала. Однако работа достаточно профессионального жюри иногда превращалась в настоящее поле битвы, материалы проходили строгий отбор, а побеждали действительно лучшие» [Видная, 2009: 196].

Совершенно новым было и проведение региональных конкурсов для рекламистов. ООО «ТК «Полис» (2002, 2003, 2004), мобилизуя собственные ресурсы, провела фестивали рекламы «Око». «Это можно назвать прорывом в расширении круга творческого общения журналистов-телевизионщиков, рекламистов, дизайнеров, руководителей региональных телестудий» [Видная, 2009: 197].

В 2003 году журнал «Регион 68» опубликовал рейтинг популярности центральных и областных телеканалов, который был проведен кафедрой государственной политики отделения политологии МГУ им. М.В. Ломоносова с 3-6 июля 2003 года. На первом месте телеканал ВДВ, его смотрели – 22,9%, на втором месте Тамбовское государственное телевидение, его смотрели 20,8%, на третьем месте ТК «Полис» - 19,1%, последнее место занял канал «Олимп» - 12,3%.

Повышенная роль телевидения, становление тележурналистики как публичной профессии, повышали престиж работы в СМИ и интерес к журналистской деятельности, журналисты стали частью общественной и политической элиты области.

Однако, существовала и другая тенденция, появившаяся с притоком большого количества людей в региональную журналистику. Качество журналистской работы постепенно падало. Такая характеристика была приведена газетой «Город на Цне» в 1998 году: «информационный бум, начавшийся в стране в начале 90-х, вызвал к жизни великое множество периодических изданий, радио- и телекомпаний, штаты которых в большинстве заполнили люди, кажется, едва обученные грамоте. Наступает девальвация журналистики как профессии. Вербальное и духовное косноязычие захлестывает страницы и экраны. Серость, ограниченность и профнепригодность цветут махровым цветом. Одни упражняются в изящной словесности на уровне стеба, другие зацикливаются на чернухе, третьи пишут и говорят преимущественно о том, что хорошо знают – о себе, любимых. Касается это, кстати, не только провинциальных средств массовой информации, но и столичных, центральных» [Кадышева, 1998: 5].

Временные рамки данного периода определяются с 1992 по 2003 годы. В это время телевизионная журналистика в регионе развивалась хаотично и лавинообразно.

1992 год – первый эфир телекомпании «МАРТ» и рождение Тамбовской государственной телерадиокомпании. Именно в этот период региональное телевидение обрело собственные черты, специфику и самостоятельность. Этот период в журналистской среде даже окрестили «золотым веком» тамбовского телевидения. Стимулировало творческий рост и развитие телевидения в регионе относительная финансовая стабильность данного периода. Реклама на телевидении – как новый вид услуг была востребована. В творческом плане журналисты могли свободно выражать собственные мнения, оперировать разными фактами, иногда пользоваться слухами. На телеканалах, в прямых эфирах активно высказывали свою позицию участники и простые зрители. Участие в программах обычных людей и их мнение по тем или иным вопросам, как мы понимаем не компетентное, но очень эмоциональное, подогревало интерес зрителей и превращало любую тему в небольшой скандал. Власть в этот период не имела сильных рычагов давления на СМИ, правовая база того периода была несовершенна и журналистам «многое позволялось». А вот начало нового тысячелетия для страны было охарактеризовано процессами централизации в политике, наведения порядка в экономике, изменение законодательных основ местной власти и т. д. К тому же в 2003 году – появляется новый областной государственный телеканал, призванный восстановить раздробленное информационное пространство. Надо отметить, что эта цифра достаточно условна. Перемены на различных телекомпаниях происходили одновременно, неоднократно, но все-таки вектор развития медиaproстранства сменился. Начинается новая страница в истории региональной тележурналистики.

Отраженные в данном периоде факты, основные исторические события и анализ тематики программирования позволяет сделать выводы о том, что телевизионная журналистика в это время в Тамбове была яркой, довольно критической, но не создавала агрессивных конфликтных ситуаций, которые в

принципе не свойственны аудитории региона, как, например, в Липецке где велась ожесточенная борьба за контроль над лучшей телекомпанией.

ГЛАВА 3 ТРЕТИЙ ПЕРИОД (2003-2009 ГГ.) КАК НОВЫЙ ЭТАП В ИСТОРИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

3.1 Первое десятилетие XXI века в истории тамбовского телевидения: творческие и общественные факторы развития

Процессы политического и экономического реформирования общества, безусловно отразились на СМИ, подняв их роль в функционировании и развитии политических и экономических отношений. Публичность лидеров политической деятельности, необходимость имиджевой пропаганды, политической рекламы — все это повысило их заинтересованность в сотрудничестве со СМИ. Результатами этой заинтересованности стало стремление многих субъектов политики все активнее использовать средства массовой информации в целях повышения своего политического влияния, поставить их на службу своим интересам. И это случилось в начале 2000-ых, когда власть стабилизировалась.

Первое десятилетие нового тысячелетия (приблизительно с 2002 по 2010 годы) характеризуется на тамбовских телеканалах началом времени стагнации, застоя и творческого кризиса. По некоторым оценкам, это последствия финансового кризиса 1998 года, когда обрушившийся рынок рекламы привел к сокращению финансовых потоков, направленных на СМИ, только в регионе это ощутили несколько позже. Кроме того, поправки к избирательному праву и Закону о СМИ, принятые Госдумой в 2003-м, существенно усложнили работу СМИ на выборах, а вместе с тем и возможность хорошего заработка на этом. Экономика телекомпаний стала больше ориентироваться на дотации из бюджета и небольшой круг постоянных рекламодателей.

Телекомпаниям пришлось искать новые финансовые возможности для выживания. В это же время власть на местах уже осознала силу влияния телевидения, таким образом, происходит своего рода смена функций.

Теперь журналисты ТВ вынуждены не так открыто высказывать свое мнение, а иногда и отстаивать чужую точку зрения, таким образом, становясь

«оружием в чужих руках». Власть начинает «наводить порядок» и в информационной сфере.

По оценкам ведущих журналистов области, состояние регионального телевидения в это время постепенно приходит в упадок, лучшие журналистские кадры перебирались в Москву в поисках больших возможностей для самореализации и заработка, отсутствовала школа передачи опыта, из престижной профессии, профессия журналиста превращалась в мало оплачиваемую. СМИ стали зависимыми от властных структур и их финансирования.

В начале 2000-ых годов на фоне сложного финансового состояния СМИ в регионе, проявилась еще одна проблема – информационный вакуум. Несмотря на то, что в Тамбове существовало четыре телеканала, вещали они, в основном, на город. Покрытие теле- и радиовещанием было неполным в силу различных причин, в том числе технических. До многих районов не доходит вещание ТГТРК, телекомпания ВДВ распространяла вещание на 40-45 км от областного центра, Полис 35-40 км, Олимп 10-15км. Телевизоры жителей отдаленных районов не могли принимать сигнал тамбовского телевидения, на границе с другой областью некоторым было проще поймать сигнал соседнего региона. Информация о жизни области и районов была разрозненной, мозаичной. Получалось, в областном центре политическая, экономическая и социальная жизнь бурлит, а на окраинах, например, смотрят передачи Саратовского телевидения и не знают, как выглядит губернатор Тамбовской области [Пилипенко, 2002: 9].

В области, по сути, не было единого информационного пространства, четкой информационной политики и понимания нужд местного зрителя. Многие зрители критически высказывались об уровне профессионализма местных телеканалов и были недовольны ведущими: не устраивала внешность, манеры и уровень профессионализма. Об этом пишет в своей статье О.Самойлова, ссылаясь на опрос населения, который провели на факультете журналистики ТГУ им. Г.Р. Державина в 2001 году [Самойлова, 2001: 8].

Сложное положение было и с газетами. При средней численности населения районов 16-18 тысяч человек, тираж редкой районной газеты превышал 2- 2,5

тысячи экземпляров. Форма и содержание газет перестала удовлетворять возросшим информационным потребностям читателей, газеты перестали соответствовать их представлениям о качестве информации как товара. Техническое оснащение было в критическом положении, не было ни компьютеров, ни факсов, печатали на старых печатных машинках. Все районные газеты дотировались из областного бюджета. Со своими мизерными тиражами, устаревшим оборудованием и низким качеством информации они тяжким бременем лежали на областном бюджете [Сокрушаева, 2002: 3].

Чтобы изменить сложившееся положение администрация области в 2001 году решает объединить все государственные средства массовой информации, типографии и другие предприятия, работающие на рынке медиа-услуг, в некоммерческое партнерство. Идея о создании некоммерческого партнерства «Тамбов-медиа» появилась еще в апреле 2000 года. 20 декабря состоялось учредительное собрание, на котором 36 организаций приняли решение организовать некоммерческое партнерство. Все руководители государственных учреждений редакций газет прошли аттестацию и подписали контракты. В десяти газетах поменялось руководство. Редакции оснастили современным оборудованием, районные типографии были реорганизованы и присоединены к редакциям. Подобные перемены позволили сэкономить бюджетные средства, а редакциям, кроме непосредственного выпуска газет, заняться полиграфическими услугами и распространением своей печатной продукции. В среднем объем производства вырос в 1,5 раза, а зарплата на 25-30%

Через год после образования некоммерческого партнерства «Тамбов Медиа» в области выпускалось около ста печатных изданий. И лишь третья часть относилась к государственным.

Сложнее обстояло дело с телевизионным вещанием. Состояние с телевидением было на прежнем уровне: информационный вакуум, отсутствие кадров, телекомпании преследовали местечковые интересы. Создавать новые самостоятельные телекомпании было дорого. Ставить более мощные передатчики, которые закрывали бы всю область - нельзя. В этом случае они бы

перекрывали вещание соседних городов. Единственный выход – создание новой телевизионной компании, которая будет вещать на другой частоте, не пересекаясь с другими телеканалами. Это и стало целью руководства области в начале нового тысячелетия [Новая Тамбовщина, 2001: 3].

Постановление о создании государственного учреждения «Областная телевизионная и радиовещательная компания «Тамбовская губерния» вышло 28 декабря 2000 года. На пути создания полноценной телерадиокомпании было много сложных задач. Например, как обеспечить доставку телесигнала во все самые отдаленные уголки Тамбовской области. Было несколько путей решения. Во-первых с помощью строительства современной линии оптоволоконной связи. Но огромный минус в стоимости проекта – она была слишком высока. По той же причине отпал второй вариант со спутниковой передачей телесигнала. Остался третий, наименее затратный, вариант, так называемый - «переприем». Сигнал передается из центра, ловят его на телевышке в зоне приема и отправляют дальше. И хотя при таком способе передачи сигнала теряется качество, было запланировано построить 17 телевышек для передачи сигнала.

Телеканал «Новый век» областной телекомпании «Тамбовская губерния» начал свое вещание в 2003 году. Долгое время вещание канала ограничивалось только 15-минутными ежедневными выпусками новостей.

Появившись достаточно поздно и, казалось бы, не в самое лучшее время, новый канал не только догнал своих конкурентов, но и определил новый виток в развитии регионального телевидения. Именно он продемонстрировал новые тенденции в развитии регионального телевидения, о чем будет сказано далее.

Появление прогубернаторских телеканалов является характерной чертой для многих регионов в «нулевые» годы. Исследователь Ю.М. Ершов отмечает, что появлению прогубернаторских телеканалов способствовал в первую очередь политический фактор. Так, после отмены губернаторских выборов и назначения региональных глав Президентом РФ, губернаторы, на первый взгляд, лишились некоторых своих полномочий, но по отношению к региональной элите и группам влияния только усилили свои властные позиции и свободу маневра. Однако, если

правляющая партия проигрывала выборы, то могли сменить и губернатора, поэтому оставалась задача создавать благоприятный имидж местной власти и формировать «правильное» общественное настроение. Решить эту задачу можно было только при помощи лояльных СМИ. Поэтому губернаторы в большинстве субъектов Федерации пришли к необходимости запустить собственные, губернаторские телеканалы.

В Воронеже в 2002 году появляется АО «Студия «Губерния». Учредитель телекомпании Правительство Воронежской области. С 2006 года студия начинает выпуск программы собственного производства.

В 2003 году была основана ОБУ «ТРК «Липецкое время».

В Рязани решение о создании собственной телекомпании было принято главой администрации в 1999 году. Первая программа областной телерадиокомпании «Край Рязанский» вышла в эфир 14 сентября 2001 года [История рязанского телевидения: URL].

Тамбовские телекомпании в этот период продолжают активно выстраивать собственную информационную политику. Журналисты в своих программах обращаются непосредственно к человеку, его нуждам и чаяниям, почти в каждой передаче говорят о том или ином просчете, недостатке в городском хозяйстве. Их занимает непростая жизнь простых людей. Они снимают протекающие крыши, обваливающиеся стены, обманутых или отчаявшихся горожан. Но в то же время журналисты стали более лояльны к властям и бизнес-элите. Они уже не «посредники»-критиканы или оппозиционеры, которыми были в 90-е. Им уже не «светит» политическое могущество и легкие рекламные доходы, все чаще и чаще нужны административные ресурсы. В силу экономических причин теперь они зависимы от дотаций регионального бюджета и лояльности властных структур. Показывая общественные проблемы, журналисты аккуратны в своих высказываниях и действиях.

В 2003 году еще продолжается балансирование интересов между СМИ и властью. СМИ также как и в 90-ых годах стараются оставить за собой право политической игры. Так например, в июле 2003 года телекомпания «Полис»

подала в суд на городское управление здравоохранения. Ситуация заключалась в следующем: в феврале по городу поползли слухи о якобы начинающейся эпидемии брюшного тифа. Журналист «Полиса», решив обратиться за разъяснениями в самый верхний эшелон городского здравоохранения, счел комментарий начальника горздрава недостаточным для разъяснения ситуации. И, руководствуясь неотъемлемым правом журналиста на получение информации, телекомпания «Полис» подала в суд. Процесс завершился, оставив иск журналистов неудовлетворенным. Суд вынес решение, что информация, которую требовали журналисты, является «врачебной тайной». Однако, журналисты настаивали, что не собирались выяснять данные, касающиеся личности какого-то конкретного больного, а хотели узнать имел ли место случай брюшного тифа и есть ли опасность эпидемии. Телекомпания подала апелляцию [Полозов, 2003: 6].

Еще один пример, заявление пресс-службы мэра Тамбова опубликованное в газете «Тамбовская жизнь»: «В последнее время в отдельных электронных средствах массовой информации звучит необоснованная критика в адрес мэрии областного центра, а комментарии по поводу тех или иных городских проблем носят явно заказной и предвзятый характер. Руководители города при этом обвиняются в невнимательном отношении к критическим выступлениям журналистов. Между тем критика критике рознь. В данном случае все нападки на городскую власть связаны с происходящими в области политическими процессами, а также с личными пристрастиями отдельных журналистов, активно занимающихся предвыборной агитацией...» [Тамбовская жизнь, 2003: 2].

В том же 2003 году руководитель ТУ ВДВ Сергей Потапов высказывает мнение, что свободного рынка для СМИ так и не сложилось. Наоборот, государство становится все более бюрократизированным, и телекомпании, работающие на одном рекламном рынке, находятся изначально в разных условиях: одни получают поддержку из бюджета, другие нет. Поэтому и нет нормальной конкуренции [Потапов, 2003: 5].

В 2004 году на «ВДВ» закрылись новостные программы и программа «День города». Руководство телекомпании объяснило это тем, что содержание новостных программ нерентабельно.

ТК «Полис», одна из немногих региональных компаний, которая делала более 25 авторских программ, претерпела кадровые изменения. Смена руководства в 2000-2003 годах, а затем уход многих успешных журналистов, не лучшим образом отразились на благосостоянии компании.

Происходит реорганизация Тамбовской государственной телерадиокомпании. В 2004 году в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 26 января №111 «О Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании» и решением Межрайонной инспекции №46 ФНС по г.Москве была прекращена деятельность ФГУП «ТГТРК (дочернее предприятие ВГТРК)» путем присоединения к Всероссийской гостелерадиокомпании на правах филиала.

Телекомпания «Олимп» в это время демонстрирует устойчивые позиции, больше ориентируясь на развлекательный формат. В это время здесь выходили программы «История успеха», посвященная известным людям Тамбова, предпринимателям, спортсменам и др. Программа «Премьера» - уникальный для региона формат, музыкальная и теле-студия в одном месте. В программе могли выступать как известные музыкальные группы и исполнители, так и начинающие. В эфир шел исключительно живой звук. Программа «Своя правда» - острокритический диалог ведущих на актуальную тему дня.

В течение первого десятилетия нового века региональное телевидение вновь испытывало трансформационные процессы, подстраивалось под новые экономические и политические реалии. Эпоха 90-х сменялась новой эпохой, где правила игры еще не были утверждены, но уже шли не в пользу журналистики, привыкшей к свободе и даже некоторой вседозволенности. Вначале любые изменения всегда встречают отторжение и непонимание. Журналистам было сложно смириться с новшествами, любая мера информационного регулирования

рассматривалась как ущемление прав и свободы демократии. Происходил не столько кризис материальный, сколько профессионально-творческий.

Самые авторитетные журналисты города так высказывались о положении журналистики в регионе:

Эльвира Буханова: «Грустное состояние. Сложностью в нашей профессии всегда была и остается засилье бюрократии, стремление подавить прессу. Есть всевидящее око, которое за нами наблюдает, и не всегда наши действия ему нравятся. Но давайте учиться жить в гражданском обществе, т.е. знать законы, и уметь их применять, это важно для каждого человека, особенно для журналиста».

Сергей Фролов: «У нас бешеный потенциал молодых журналистов, операторов, которые хотят работать, но из-за тех управленцев, которые стоят наверху мы получаем, то, что получаем. В результате Тамбовского телевидения, как такового, нет, кадры потеряны».

Ольга Меркушина: «Региональная журналистика ангажирована, даже в большей степени, чем федеральная. Мы получаем ту информацию, которую для нас подготовили. Редко кто сейчас занимается глубокой исследовательской работой. Даже если ты что-то найдешь, то попробуй еще передай эту информацию публике, это реально очень опасно».

Елена Васильева: «Самое обидное, что журналистам в наше время не верят. Хотя как могут верить, если мы все равно до конца правды не говорим, мы же тоже ограничены. Поэтому лучше не лезть во что-то глобальное, а рассказывать о хороших людях, о добром и светлом».

Рухнули идеалы независимой журналистики, культовый образ борца за угнетенных и обиженных. А каков новый путь и во что верить в профессии пока не понятно. Усиливается влияние властных элит на СМИ. Так кто же теперь журналист – посредник или прислуга? В итоге был выбран вариант – сухой информатор. В конечном счете, после нескольких лет поисков в телевизионной среде удалось приспособиться к новым реалиям и зажечь новой жизнью.

3.2 «Новый век» - новые тенденции. Творческие достижения региональной тележурналистики

В сфере электронных СМИ процесс от момента создания юридического лица до момента выхода в эфир проходит очень долго. Решение о создании новой телекомпании, принятое в 2000 году, считалось очень амбициозной задачей, но необходимость была продиктована временем.

Вспоминая, как все начиналось, бывший генеральный директор ТК «Новый век» Владимир Шуняев, рассказывает историю, которая больше напоминает анекдотичный случай, но так или иначе все уверяют в том, что так оно и было: «Однажды губернатор области Олег Бетин приехал в Мучкапский район на встречу с населением. По окончании беседы с жителями, к нему подошла пожилая женщина. Она посчитала, что Олег Бетин проводит предвыборную агитацию, и пообещала за него проголосовать. На тот момент Олег Бетин был губернатором уже 2-ой год».

Причина такой ошибки, как позже объяснили главе области, в том, что жительнице села, возможно, просто неоткуда узнать о том, что происходит в областном центре потому, что сигнал местного телевидения сюда не доходит. Это история послужила еще одним доказательством необходимости создания областного телевидения.

Поэтому в 2002 году началась реализация задуманного проекта, аналогов которому еще не было. Задача, казалось, звучит просто - запустить областное телевидение. На деле же процесс оказался очень сложным.

Первым шагом стало получение права на вещание в электронных СМИ, лицензии федерального значения. Далее необходимо было разработать частоты. Разработка одной частоты занимает порядка 2-3 лет, в данном случае в разработке находилось около 15-16 частотных планов, и каждый из них занимал время (вместе с тем планировалось запустить и радиостанцию).

В этот сложный период становления телекомпании ее директором был Вячеслав Милошевич. Именно он и его команда осуществили первый выход в

эфир областной телекомпании. Именно они разрабатывали частоты, запускали и налаживали оборудование.

В первые годы существования телевидение Тамбовской области ограничивалось только 15-ти минутными выпусками новостей в день. Новый этап на телекомпании начался в 2006 году с приходом в качестве генерального директора Владимира Шуняева. К тому времени телеканал «Новый век» выходил в эфир уже 3 года, в его составе был головной офис в Тамбове, девять филиалов и пять радиостанций в различных районах области. Удачно стартовав, теперь телеканал находился в творческой стагнации. Характерной проблемой для телеканалов, которые появляются значительно позже остальных, является то, что им сложнее завоевать свою аудиторию, найти свой имидж, создать свое «лицо». К тому же была еще одна проблема, свойственная только региональным каналам, – лучшие сетевые партнеры уже были разобраны. На начало работы сетевым партнером ТК «Новый век» стал канал ТВЗ. Продлилось это партнерство недолго, имидж канала ТВЗ не подходил специфике прогубернаторского канала, актуальные общественно-политические программы выглядели не уместно на фоне развлекательного формата ТВЗ. Впоследствии сетевым партнером стал телеканал «Звезда». Еще одной характерной чертой регионального канала «Новый век», как бюджетного СМИ, было непонимание коммерческого рынка. За три года становления своего вещания ТК «Новый век» накопил колоссальный долг, порядка 12,5 миллионов рублей, перед сетевым партнером. Решение всех этих проблем стало главной целью нового руководства телеканала.

В первую очередь необходимо было обновить менеджмент, создать команду профессиональных телевизионщиков, которые могли и умели грамотно и профессионально выстраивать контент не только своих программ, но и понимали, как надо работать с сетевым партнером. Новая команда должна была выстроить новую маркетинговую стратегию. Кроме этого, стояла сверхзадача - вывести бюджетное учреждение на самоокупаемость и ликвидировать задолженность перед сетевым партнером, которая с каждым месяцем росла. Все это необходимо было сделать в кратчайшие сроки.

Владимир Шуняев вспоминая то время, рассказывает: «На очередной планерке я ясно поставил задачу – выйти на 2-х часовое вещание в день. И объяснил, что с теми ресурсами, которыми мы обладаем, это вполне по силам. Конечно, по началу люди были шокированы, но они со всем справились». Двухчасовой эфир нельзя было занять одними новостями. Было принято решение запускать авторское вещание, соответствующее тематической направленности канала. В 2006 году шла выборная компания в областную Думу, следом готовилась выборная программа в государственную Думу. Поэтому необходимы были программы, которые бы готовили зрителя в качестве избирателя, которые знакомили бы его с кандидатами, политическими партиями, помогали разобраться в социально значимых вопросах. Кроме этого, канал менял сетевого партнера с ТВЗ на «Домашний», следовательно, программы должны были отвечать концепции канала «Домашний», то есть быть для всей семьи и быть полезным. Выход был найден. Команда «НВ» придумала уникальный проект под названием «Тамбовская квартира». Весь вечерний эфирный блок вещания проходил в рамках программы «Тамбовская квартира». К «хозяйке квартиры» (ведущей) приходили разные гости. Одни темы, которые больше касались женщин и домашнего хозяйства, обсуждались на кухне, другие, актуальные и социально значимые с долей аналитики - в гостиной, о других новостях рассказывалось прямо в прихожей. В определенный момент хозяйка вспоминала, что по телевизору должны начаться новости, включала его, и выпуск новостей шел и на экранах настоящих телезрителей.

Специально для этого проекта была построена студия: большие декорации, где была кухня, гостиная и даже гараж. Все программы снимались на этой площадке. Проект просуществовал порядка двух лет, затем разошелся на отдельные самостоятельные программы, некоторые стали гораздо интереснее и насыщенней.

В это же время появляются информационно-аналитические программы, такие как «Очень важная персона». Ведущий и гость в студии обсуждали важные

социально-политические вопросы, касающиеся всего государства, но с позиций региона [Строкова, 2006: 18]. Программа просуществовала до марта 2008 года.

Еще одна информационно-аналитическая программа - «Поле зрения». Автор и ведущий Ольга Митрофанова долгое время работала на другом канале, а затем пришла на «Новый век» с идеей создания настоящего политического ток-шоу. Два оппонента в студии высказывали свое мнение по определенной проблеме. Подталкивали их к разговору журналисты печатных СМИ, заставляя отвечать на свои острые вопросы. Владимир Шуняев вспоминает: «Когда программу вела Ольга, это был настоящий расцвет ток-шоу. У нее неповторимый стиль ведения. Она, в отличие от многих, действительно понимала, что значит готовиться к программе. Перед записью программы она проделывала колоссальную работу по поиску информации, работала с каждым гостем, прорабатывала вопросы, учитывала вариативность программы. В процессе подготовки сценария программы журналист должен понимать и знать для чего он все это делает, что должно получиться в итоге. Нельзя подводить итог программы экспромтом, заключение нужно готовить заранее, в нескольких вариантах, и сводить программу к этому итогу. Это и называется профессионализмом».

При определении политики новостного вещания за основу информационных выпусков новостей взяли классический вариант. Ведущих подбирали с особой тщательностью, по кастингу. Большое внимание уделяли оформлению студии для «Новостей», были закуплены профессиональные видеосуфлеры.

Еще в 2004 году на базе телеканала «Новый век» был создан канал «Отражение», основной целью которого было создание культурно-просветительских программ, образовательных и историко-просветительских передач. Презентация канала состоялась летом 2004 года. Разработчиками проекта выступили: Управление образования области, Управление по информационным коммуникациям и телерадиовещанию, Управление культуры Тамбовской области, Комитет по науке и инновационной политике Администрации области, государственное учреждение «Областная телевизионная

и радиовещательная кампания «Тамбовская губерния», Тамбовский государственный технический университет, Тамбовский государственный университет им. Г.Р.Державина, Тамбовский областной институт повышения квалификации работников образования. На презентации выступил губернатор Олег Бетин: «Все новое – это хорошо забытое старое. Сегодня в нашей области созданы основы информационных сетей, стало быть, появляется возможность получения самой разной информации. Особенно нам нужна сейчас добрая, правдивая, объективная информация, делающая человека чище. Если мы хотим оставить после себя светлый след, то культурно-образовательный канал поможет нам это сделать: это и образовательные программы, и передачи историко-краеведческого характера, и культурно-просветительские... А те, кто занимается этими вопросами, должны стать самыми популярными и узнаваемыми людьми.

Создание канала «Отражение» - благое начинание, призванное сделать доступной всему населению информацию о культуре Тамбовщины. Очень хочется, чтобы «Отражение» дало людям достаточные передачи. Чтобы после них, как после «В мире животных», «Непутевых заметок», «Клуба путешественников», оставалось хорошее настроение, чтобы на душе было тепло. Легкого подхода, поверх постности в этом деле быть не должно» [Новости, 2004: 3].

Руководителем ТК «Отражение» стал известный в Тамбове журналист Сергей Фролов, он же был автором практически всех программ культурного канала. В заставке к каналу звучали слова «Увидеть все, узнать все!», как лозунг, олицетворяющий миссию программы. Темы эфиров были разнообразны: культура, люди, герои, история и т.д. Объединяло их безупречное качество операторской работы, глубокий журналистский взгляд и опора на местный материал. Например, под названием «Книга памяти» выходили программы о героях войны, наших земляках. Среди них есть программа посвященная герою Советского Союза Михаилу Трофимовичу Тусову, который родился в с. Березовка Уметского района. Он прошел финскую и Великую отечественную войны. Общее число его боевых вылетов составило около 130. Становление

М.Т.Трусова, как отважного военного летчика, состоялось в период финской военной кампании 1939-1940 годов. Именно тогда он совершил свой подвиг, отмеченный Звездой Героя. Поэт А.Т. Твардовский описал его в своем стихотворении «Высшая честь», посвященном М.Т.Трусову. Во многом и герой поэмы «Василий Теркин» списан с М.Т.Трусова.

Программы под названием «Село сегодня» рассказывали о людях, живущих на земле: об аграриях, комбайнерах, доярках. Программы отличает высокохудожественная операторская работа, неспешность повествования журналиста и искренность обычных людей в кадре.

Привлекательна серия программ под названием «Легенды Кривополянья». Речь идет о селе в Бондарском районе, куда съемочная группа приезжала несколько раз: зимой и летом. Летом группа посетила соседнее, почти вымершее село Федоровка. Много лет назад там стоял гончарный завод, сейчас от него остались только руины, но местные жители до сих пор передают из поколения в поколение свое гончарное мастерство. Запомнилась программа об уже пожилом потомственном гончаре Петре Попкове. Были программы о М.Ю.Лермонтове (споры о его якобы посещении Тамбова идут до сих пор), о встрече наших земляков с Владимиром Высоцким, о возрождении казачьих традиций под Мучкапом, о народном тамбовском костюме прошлого, о старых улицах города и многом-многом другом.

Стоит отметить мастерство ведущего, который в начале программ появляется то в санях, запряженных лошадью, то в поле с лопатой, копая картошку. Последний стендап - из программы, посвященной истории появления картошки на Тамбовщине. Умелое использование журналиста в кадре стало визитной карточкой начинающего канала. Канал просуществовал четыре года и был яркой страницей в истории телерадиокомпании.

Вместе с творческим обновлением шло техническое усовершенствование телекомпании. Раньше, чтобы жители районов могли смотреть новости, их записывали на кассету и развозили по районам. Там кассету ставили в эфир и зрители могли видеть тамбовские новости. Такая система распространения была

вплоть до 2007 года. В марте 2007 года телерадиокомпания стала единственным в области обладателем новой для нашего региона системы спутникового подъема сигнала и распространения его по всей территории области. Сигнал шел с головного здания ТК «Новый век» через радиорелейные линии на телевышку и оттуда на основные передатчики, параллельно этот же сигнал шел на спутник, именно его и имели возможность принять все районы. Таким образом, необходимость доставки кассет на машине в отдаленные районы отпала.

Следом команда «НВ» берется претворить в жизнь еще одну грандиозную по меркам региона идею – профессиональная запись и выход в эфир больших событий, таких как День города или Пасхальное богослужение. О том, как впервые заговорили о возможности трансляции в прямом эфире подобных событий, Владимир Шуняев рассказывает: «Первую съемку пасхального богослужения мы сделали очень профессионально. Однако получилось глупо с точки зрения эфирного вещания, которое шло с отставанием на 2 часа. Это допустимо на Дне города, любом другом празднике, но когда по всем канал идет пасхальное богослужение и везде уже прошел Крестный ход, иерархи уже возвестили, что Христос воскрес, по Тамбовской версии выходило, что еще не воскрес. И тогда решено было проработать строительство Интернет-магистрали от определенных точек в городе до телеканала, чтобы тамбовчане могли в реальном времени смотреть главные события области».

В 2006 году, на Первом театральном фестивале им. Рыбакова впервые в истории Тамбовщины областное телевидение сделало съемку театральных спектаклей. Была проделана не только большая техническая работа, но и работа с труппой театра. Актерам объясняли, как вести себя перед телекамерой, что можно, а что нельзя делать. Со временем была апробирована система прямой трансляции театральных фестивалей по Интернету.

В сентябре – октябре 2006 года кампания представила уникальный для истории тамбовского телевидения проект – экстрим шоу «Правила успеха». «Задействовано было шесть телекамер, телевизионный кран и тележка, две с половиной тонны оборудования, несколько единиц техники МЧС. Съемки шли

неделю, в Тамбове и в лесах Уваровского района, с утра и порой до трех часов ночи, в жару и под проливными дождями, и под постоянными атаками комаров» [Щеглова, 2006: 7]. Проект был уникальным не только с точки зрения нового опыта телевизионной работы, но и как показатель качественно новых возможностей регионального телевидения. Это было реалити-шоу, в котором участвовали ребята со всех районов области. Проект был значим не только как новый уникальный опыт телевизионной работы, но и как новое слово в деле воспитания и занятости молодежи. Съемки принципиально проводились на Тамбовщине, чтобы еще раз показать зрителю красоту родной земли, дать новый толчок патриотическим чувствам тамбовчан.

Одной из задач руководства телекомпании было создать из коллектива команду единомышленников и дать им возможность реализоваться. Большое внимание уделялось профессиональному росту работников. Журналисты посещали семинары в других городах, участвовали в фестивалях и конкурсах. Специально для них проводят тренинги такие профессионалы как Нина Зверева и Александр Сладков.

Любая телекомпания это живой организм, который должен постоянно быть в движении, чтобы жить. Вливание свежих сил и изменения необходимы раз в год, иначе настанет творческая стагнация. В 2008 году к этому подошел и «Новый век». Еще один заметный период для компании начался с приходом нового генерального директора Сергея Белозерова. Он работал на телекомпании с 2004 года в должности финансового директора. Встав у руля компании он определил для себя два важнейших направления - повышение качества контента и кадровая политика.

К тому времени у телекомпании сохранялись долговые обязательства перед сетевым партнером, но уже значительно меньшие. Государственной телекомпании сложнее конкурировать на рекламном рынке по нескольким причинам: во-первых, зачастую интересы учредителей идут вразрез с интересами рынка. Например, приходится производить мало рейтинговые программы, которые освещают деятельность местных органов власти. Во-вторых,

человеческий фактор. В отличие от коммерческого предприятия, где заработная плата зависит от того насколько сам работник сможет ее увеличить, привлечь рекламу, спонсоров, работники телекомпании «Новый век» получают зарплату из бюджета, от этого и мотивация к работе другая, что отражается на качестве конечного продукта.

Технический охват аудитории телеканалом составлял уже порядка 90% всего населения области. Но это, так называемая, случайная аудитория, необходимо было расширить именно свою аудиторию, тех, кто целенаправленно смотрит «Новый век». Для этого канал должен существенно отличаться от других, иметь свой формат, стать узнаваемым, превратиться в определенный бренд. Параллельно с наращиванием технических и творческих возможностей руководство телекомпании берется за создание имиджа телекомпании.

Об этой идее рассказывает Сергей Белозеров: «Зачастую зритель смотрит региональное ТВ и даже не понимает что это за канал, все телевидение для него одинаковое – тамбовское. На этом фоне хотелось самоиндефикации, чтобы у нас был свой зритель». Новым требованием стало максимальное использование стендапов в сюжетах. Для создания собственного бренда разработали новый логотип, выпустили сувенирную продукцию, календари с изображением ведущих телекомпании, использовали наружную рекламу. С ростом популярности росла и ответственность журналистов за их продукт, появилась мотивация для работы над собой, саморазвития. К тому же начало этому уже было положено, благодаря проекту «Тамбовская квартира». Эти передачи смотрели, их обсуждали на улице, особенно в районах. Появились новые проекты «Гараж», «Личное дело», развлекательная программа «Бред спит», а затем «Сыграем в ящик», тележурнал «Женская среда», «Доживем до понедельника» и криминальная хроника в программе «Тревожная кнопка».

Интересен проект «Дорожная карта» это своеобразное продолжение проекта «Отражение». Выпуски программы «Дорожная карта» посвящены истории Тамбова и области. Среди тем, например, история усадьбы Загряжских-Строгановых, как связано имя супруги Пушкина Натальи Гончаровой со

Знаменкой, сколько храмов было на Соборной площади Тамбова, кем были первые поселенцы на территории Кузьмино-Гати, и где должен был изначально стоять Тамбов. Автор и ведущая программы Ирина Фролова. Передача длится в среднем 13-15 минут.

Одним из самых успешных и, в тоже время, сложных стал проект «В наших силах». Это программа о людях, попавших в сложную жизненную ситуацию, о детях, нуждающихся в срочной медицинской помощи, которым в силах помочь хоть немногим каждый из нас, и эта помощь будет самой важной и неоценимой. Журналисты не просто рассказывают о ребенке, но и обязательно каждый раз возвращаются к нему, чтобы рассказать как благодаря помощи телезрителей и всех неравнодушных людей, ребенок возвращается к нормальной жизни. Другая постоянная тема - сюжеты о детях из детских домов, которые ищут семью.

В сюжетах, объединенных одним названием «Истории», рассказывается о жизни многодетных семей, об интернатах, о благотворительных организациях и как любой телезритель может оказать посильную помощь. Интересен проект «Нарисуй мечту», который идет также в рамках программы «В наших силах». Дети рассказывают о своей мечте и рисуют ее. Потом находят тех, кто хотел бы помочь ребенку реализовать мечту или приблизится к ней. Например, пятиклассник Алексей в одной из программ рассказал, что мечтает стать пожарным и нарисовал пожарный автомобиль. На просьбу познакомиться Алексея с этой трудной, но очень важной профессией откликнулись пожарные части №1 Главного Управления МЧС по Тамбовской области. Следующая программа была о том, как для Алексея провели экскурсию по пожарной части, познакомили с оборудованием и дали примерить специальный костюм спасателя.

В конечном счете, кампании удалось создать свой имидж и значительно увеличить аудиторию постоянных зрителей. Всегда соблюдалось главное кредо телекомпании: «Люди должны получать оперативную, достоверную и полную информацию о событиях, напрямую затрагивающих их интересы». ТВ-проекты телекомпании не раз получали призовые места на региональных и общероссийских конкурсах. В 2009 году ТК «Новый век» стала победителем

телевизионного конкурса «ТЭФИ – Регион» в номинации «Телевизионный дизайн». В соответствии с общей концепцией вещания программное наполнение телеканала «Новый век» ориентировано на информацию для жителей областного центра и отдаленных уголков региона.

Телеканал предложил на суд зрителей широкий спектр собственных программ: от информационных, информационно-аналитических до развлекательных. Развлекательные программы «Нового Века» достаточно разносторонни, учитывают вкусы и интересы жителей региона. За счет кардинального обновления контента, грамотного управления финансовыми потоками, телекомпания удалось завоевать своего зрителя, найти свою нишу на рекламном рынке и выйти на самоокупаемость. К концу первого десятилетия нового века ОТРК «Тамбовская губерния» стала крупным, динамично развивающимся областным телеканалом, с сетью филиалов по всей Тамбовской области.

В 2009 году творческая группа журналистов ТК «Новый век» взялись за создание документального фильма под названием «Контрудар по Цепелину», режиссером которого выступила Ирина Прокудина. Исторический фильм предполагал большое количество реконструкции, и немалого финансирования. На удивление местные рекламодатели с энтузиазмом откликнулись на финансирование документального фильма. Фильм был снят. Его повезли на ТЭФИ, но на конкурс выставить не успели по срокам. Однако члены жюри его посмотрели и оценили очень высоко. Затем он прошел в эфире федерального канала «Звезда». Полученный опыт послужил отправной точкой для дальнейшего творческого роста, как самих журналистов, так и регионального телевидения, показав безграничные возможности профессионального совершенствования вне зависимости от географического положения. С ростом информационных технологий программы, передачи и фильмы высокого уровня стало возможно создавать не только в Москве, качественный продукт можно создавать и в регионах. Тенденции, связанные с усилением роли собственного контента и созданием качественного программного продукта, прослеживаются в

деятельности телекомпании «Новый век». ТК «Новый век» (ГУ ОТРК «Тамбовская губерния»), появившись гораздо позже остальных телекомпаний, раньше столкнулась с необходимостью поиска новых форм развития. Во многих городах региональные компании стремятся стать самостоятельными, создавать свой уникальный контент. Для поддержки таких инициатив, обмена опытом, творческими и техническими ресурсами создаются синдикаты.

Так в 2005 году при поддержке «Первого канала» и по инициативе региональных вещателей был создан Национальный Телевизионный Синдикат, который является контент-агрегатором разноформатного программного продукта региональным телекомпаниям для организации собственного вещания.

Ассоциации телевещателей и телепроизводителей Красноярского края «Енисей ТВ» в 2012 году активно продвигали интернет-платформу «Баррикады» для обмена телевизионным контентом между регионами.

В Тамбове тоже пытались осуществить подобный проект – интернет-платформа «Мир регионального контента», созданный инициативной группой тамбовских журналистов. Посредством этого ресурса региональные телекомпании предполагали возможность обмениваться уникальными телепродуктами: фильмами, ток-шоу, реалити-шоу, созданными в регионах. А также налаживать творческие и коммуникативные связи. Цели проекта «Мир регионального контента»: демонстрация профессиональных возможностей региональных телевизионных производителей; формирование профильной базы данных (люди, аппаратура, локации) для участия в проектах; преодоление стереотипа «региональное качество»; защита авторских прав региональных производителей; общение региональных профессионалов. Проект предполагал сотрудничество между всеми тележурналистами регионов, где каждый, независимо от места проживания может работать и развиваться. Благодаря современным средствам связи и обмена информации можно с легкостью получать уникальное видео из самого отдаленного уголка России, записывать интереснейшие интервью с местными жителями и делать качественный совместный продукт.

Конечно, на пути к такому полноценному сотрудничеству и работе существует много преград. Вот что на этот счет говорил бывший руководитель ТК «Новый век» Сергей Белозеров: «В первую очередь предвзятое отношение столичных журналистов к регионам. Например, создаваемые региональными компаниями фильмы, передачи федеральные каналы, не считают достойными оплаты. Под оплатой подразумевалось, то что их покажут по федеральному каналу. Из-за этого многие журналисты не берутся за такие проекты. Отношения внутри сообщества, разделенного на центр и периферию, тормозит развитие журналистики. Тем не менее, возвращаясь к вопросу о будущем регионального телевидения, предпосылки взаимовыгодной работы центрального и регионального ТВ все же есть». Проект продолжения не получил. Но дал почву для развития в последующие годы новой тенденции, о которой будет сказано далее.

Конечно, становление нового телеканала такого высокого уровня за столь короткий срок не могло обойтись без административного ресурса и мощного финансирования. В том числе и поэтому в регионе стали характерны разговоры об ангажированности СМИ и отсутствии свободы слова. По данным опроса ведущих журналистов Тамбова, проведенного автором работы в 2009 году, многие из них подтверждают, что СМИ во многом ангажированы, однако тут же высказывают мнение, что современные тенденции таковы, что в будущем именно пресс-службы администраций и управления по связям с общественностью будут полностью формировать повестку дня и давать информационные поводы.

Новый телеканал создавался администрацией области, чтобы, в том числе, стать посредником между органами власти и общественностью, освещать общественно-политическую жизнь области, поднимать важные социальные проблемы и объяснять тамбовчанам политику администрации области. ТК «Новый век» справился с этой задачей, сумев завоевать не только внимание аудитории, но и неподдельный интерес к творческим начинаниям и новинкам. Таким образом, получив мощный административный телересурс, администрация

области вовремя реагирует на острые социальные недовольства и умело перемещает акценты с одной темы на другую, более удобную.

Эти тенденции трудно отнести как к негативным, так и позитивным, скорее это связано с общемировыми и российскими тенденциями усиления роли административных ресурсов, колебания основ гражданского общества, размывания роли профессиональной журналистики. Органы местного самоуправления научились эффективно налаживать работу со средствами массовой информации в регионах, это часть работы в области PR-технологий в политике. Для официальных средств массовой информации сближение с пресс-службами также закономерный этап эволюции. «Рекламизация» и «медиатизация» политики определенная тенденция современного общества, в связи с этим трансформации, происходящие в журналистике, требуют дальнейшего изучения и осмысления. СМИ поставляют гражданам наибольшее количество информации, касающейся политики, воздействуя при этом на конкретные оценки и действия в политической сфере.

Итак, новый век в истории тамбовского телевидения ознаменовался кризисом в материальном и творческом плане, проникновением власти в журналистскую среду. Однако, развитие новых технических возможностей позволило разнообразить творчество журналистов, дало возможность создавать новые проекты, фильмы, что способствовало усилению роли контента в конкуренции телеканалов и подсказало варианты дальнейшего развития. В данный промежуток времени развитие тамбовской тележурналистики шло медленно, сказывались сложности с финансированием. На фоне отсутствия ярких политических баталий снизился и интерес зрителей к подобному контенту, на телеканалах появляются познавательные и краеведческие передачи, передачи, рассказывающие об интересных и успешных людях города и области. В региональной тележурналистике наметились тенденции к постепенному уходу от скандалов и «жареных» фактов к рассказу об общечеловеческих ценностях и акценту на местную светскую жизнь.

Отсчет этого периода удобнее всего проводить с началом вещания нового прогубернаторского канала «Новый век» в 2003 году. И хотя остальные телекомпании продолжали существовать на информационном пространстве региона, для многих лучшие времена прошли. Сказывались сложности с финансированием, творческий кризис - отсутствия видимых целей, заметное сворачивание свобод в журналистике, снижение роли телевидения в политической и общественной жизни региона, сложности конкуренции с мощным областным телересурсом «Нового века». Последнюю границу данного периода хотелось бы датировать 2009 годом. Именно в конце этого года была принята целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы». Изменения начались не сразу, конечно же. Но разговоры об исчезновении регионального телевидения зазвучали во весь голос.

ГЛАВА 4 ЧЕТВЕРТЫЙ ПЕРИОД (2010 – 2015 ГГ.): СОВРЕМЕННЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

4.1 Второе десятилетие XXI века в телевизионной журналистике: процессы дигитализации и конвергенции в регионе

Четвертый этап развития регионального телевидения начинает отсчет с 2010 года. Но не все компании смогли преодолеть регрессивные тенденции первого десятилетия, выйти на новый уровень, найти новые формы выживания.

15 октября 2012 года была признана банкротом и закрылась телекомпания «Полис». Причину краха некогда известнейшей и популярнейшей телекомпании многие участники событий связывают с плохим менеджментом и постоянной сменой руководства. Работникам часто задерживали или совсем не платили зарплату. Новых руководителей назначали со стороны, и они порой не имели опыта руководства телекомпанией [Карасев, 2012: URL].

ТК «Олимп» все чаще стала на время приостанавливать свое вещание, сокращала штат, но все же оставалась в строю. Здесь в едином потоке выпуска новостей выходила программа «Ничего личного». Это беседа в студии с гостями. Программа «Фабрика грез», посвященная новостям Голливуда, главным кинопремьерам, личным историям звезд, самым ярким событиям в мире развлечений. Видеоряд состоял из видеороликов из интернета.

Подстегнуло телекомпании к решению различных творческих и технологических проблем перспектива перехода на цифровое вещание. Об этом в стране заговорили в конце 2009 года, когда правительством была принята целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы». Главный вопрос этих лет – что будет с региональным телевидением? Новый формат передачи сигнала позволяет федеральным каналам иметь прямой доступ к аудитории по всей стране, минуя посредников - региональные телекомпании. В связи с этим потребность в региональных каналах, как

посредников, сетевых партнеров, отпадет. Местным телекомпаниям необходимо найти какие-то иные пути выхода на аудитории или закрыться.

В поисках возможностей дальнейшего существования каналы делают ставки на:

- Интернет-вещание. Телекомпании активно развивают свои сайты, создают информационные агентства, выпускают актуальные передачи на сайте в прямом эфире, выпуски новостей строят на анализе информации с сайта телекомпании.

- Усиление роли контента. Некоторые телекомпании усиливают программное вещание, создаются телевизионные синдикаты для обмена телевизионным контентом между регионами, чтобы существовать как самостоятельный телеканал, возможно в системе кабельного вещания.

Самый простой путь для многих компаний - это интернет-вещание и продвижение своего сайта. Некоторые эксперты справедливо полагают, что региональное телевидение в России может пережить «второе рождение» за счет интернета. По мнению президента Национальной ассоциации телерадиовещателей Эдуарда Сагалаева, чтобы остаться на рынке, телекомпании должны выбрать правильную стратегию развития.

Понятие интернет-вещание включает в себя передачу по сети интернет видео- и аудиоинформации. Вещание может осуществляться в потоке, что является неким подобием прямого эфира в эфирном, кабельном и спутниковом телевидении. Кроме того, вещание может осуществляться по запросу, что можно условно сравнить с просмотром записанной ранее программы. Зачастую в интернете используется сочетание двух видов вещания – в потоке и по запросу. Кроме этого, многие сайты используют телевизионное и радиийное интернет-вещание вместе с публикацией текстовых и фотоматериалов, что является продуктом конвергенции. Подобные сайты обозначаются как интернет-каналы. Таким образом, интернет-канал - это интернет-СМИ, которое распространяет массовую информацию посредством интернет-вещания, используя аудиовизуальные средства. Традиционный (эфирный) интернет-канал – интернет-канал, дублирующий или модифицирующий свое вещание в интернете.

Независимый (сетевой) интернет-канал – интернет-канал, который вещает только в интернете, не имеющие эфирного аналога.

К последним относятся такие каналы как Ural1 – первое челябинское Интернет-телевидение Ural1 (2010-2016гг.) - медиаресурс, который состоит преимущественно из видеоконтента. В этом его ключевое отличие от всех других сетевых СМИ Южного Урала, которые делают упор на текстовые и фотоматериалы. Уникальный контент производится силами редакции Ural1, на местном материале. Транслировал информационные, аналитические, «полезные» потребительские, развлекательные программы. Часть программ выходила в прямом эфире.

Piter.TV — Первое информационное интернет-телевидение Петербурга. Контент составляют главные новости дня, свежие городские новости, уникальные видео. Piter.TV входит в состав мультимедийного холдинга «РАГРАД-Видео», в числе таких проектов, как деловое телевидение Delovoe.TV, музыкальный интернет-портал Fuzz-Magazine.ru и др.

СВИК-ТВ - Свободный Воронежский Интернет-Канал показывает самые свежие новости Воронежа и Воронежской области, интересные видеосюжеты и фоторепортажи. Освещает политическую, экономическую, культурную и спортивную жизнь региона.

Сегмент интернет-телевидения в России довольно перспективный. Об этом свидетельствуют результаты аналитических исследований. Так по данным компании JSon&Partners, российский рынок интернет-телевидения являлся в 2011 году одним из крупнейших в мире по количеству пользователей. Его опережают лишь США и Германия, в последней аудитория интернет-ТВ составляла около 47 млн. человек. В середине 2011 года в России насчитывался 41 млн пользователей интернет-телевидения. Аналитики полагают, что Россия же в ближайшем будущем сможет опередить по этому показателю Германию [Региональное ТВ отправили в сеть: URL].

Интернет-телевидение развивается вместе с развитием инфраструктуры интернета. И хотя в этот период еще оставался ряд технических и финансовых

сложностей, развитие этого медиасегмента шло семимильными шагами. Для регионов, конечно же, сложно продавать небольшую по сравнению с телевизором, сегментированную аудиторию. Да и ставка на региональную тематику в данном случае значительно ограничивает возможности заработка.

Как замечает А. М. Шестерина, регионализация интернет-вещания выглядит парадоксальной. Ведь интернет предоставляет широкий доступ к аудитории всего мира, зачем ограничивать свой контент освещением событий жизни города? [Шестерина, 2014: 234]. Возможно, в дальнейшем интернет-телеканалы станут более популярными и расширят свою тематику.

Существует и другая точка зрения на совместное будущее телевидения и интернета. По словам профессора, зав. каф. периодической печати Уральского университета им. Б.Н. Ельцина Владимира Олешко интернет не вытеснит полностью телевидение. Для региональных каналов это скорее одна из возможностей. «Ведь Интернет, электронные масс-медиа, цифровые возможности мобильной связи расширяют информационный кругозор современного человека. А от субъектов, формирующих и передающих этот контент, требуют, в условиях все возрастающей конкуренции в борьбе за аудиторию, высочайшего профессионализма и искусства устанавливать диалоговые отношения с аудиторией. Причем не только с точки зрения оперативности работы. Как показывает практика последнего времени, высочайший авторитет аудитории имеют именно те СМИ, которые сумели фактор эксклюзивности подаваемой информации постоянно подтверждать умелым подбором экспертов, высочайшего уровня аналитикой и выполнением всегда востребованной читателями функцией обоснованного прогноза развития событий» [Олешко, 2013: 27].

Интернет-телеканала в его полном значении в Тамбове нет. Но, одним из примеров развития телевидения в интернете является телекомпания «ВДВ», которая полностью сосредоточилась на интернет-ресурсе «В Тамбове.ру» («vtambove.ru»). Интернет-сайт насыщен актуальными новостями о событиях в городе, большим количеством фотоиллюстраций, имеются видеоподборки со специалистами и телевизионные спецрепортажи. Новости разделены на

тематические рубрики: главные, общество, происшествия, политика, бизнес, интернет, эксклюзивно «В Тамбове.ру», свободное время, спорт, авто, недвижимость, здоровье, наука, безумный мир, в мире, новости компаний. Здесь можно найти сообщения не только региональной тематики, но и общемировые. Сайт сочетает в себе новостной поток, объявления частного характера, афиши мероприятий и событий города, справочную информацию.

Выпуск новостей ТК «ВДВ» на аналоговом телевидении является ярким отражением процесса конвергенции в медиа – он построен на чтении и просмотре веб-ресурса «В Тамбове.ру». Ведущая рассказывает о заметных событиях дня, зачитывая их с сайта «В Тамбове.ру», а также делает анонс самых интересных материалов сайта. Девиз программы «Отражение города в сети Интернет».

Сайт проводит различные конкурсы для своих посетителей: среди подарков приглашительные на культурно-развлекательные мероприятия города, посещение дельфинария, зоопарка, кино и т.д.

Телерадиокомпания ВГТРК также широко продвигает свой сайт «vestitambov.ru», стремясь сделать его самым полным источником новостей, здесь же выкладываются телевизионные сюжеты журналистов ВГТРК. Новости на сайте разделены по рубрикам. Раздел «Главное» включает в себя наиболее значимые события, произошедшие за последние несколько часов. Другие рубрики: «Власть», «Экономика», «Спорт», «Общество», «Культура», «Происшествия», «Преступление и наказание», «Айда к нам» и «ГТРК Тамбов». Последняя включает в себя материалы, связанные непосредственно с телерадиокомпанией - собственные передачи, анонсы и тому подобное. Также есть отдельная рубрика «Внимание! Розыск», в которой публикуются объявления о поиске тех или иных людей. На сайте можно слушать радио онлайн.

На сайте также можно найти все выпуски программ, вышедших на тамбовском телевидении, и материалы, которые были в новостных эфирах. Для выпусков таких телепередач, как «Вести Тамбов», «Вести Спорт», «Дежурная часть», «Культура» и «События недели» отведена отдельная категория –

«Программы». Есть здесь и архив программ радиоканала «Радио России – Тамбов» [Алешин: URL].

Интересен проект - программа «Рабочий полдень», которая выходила в прямом эфире на сайте телекомпании. В программе поднимались самые различные темы от культуры до последних политических событий из жизни региона. Ведущий общается с одним или двумя гостями в студии. Студия оформлена в сдержанных серо-голубых тонах, отвечая классическим канонам студии новостей. Передача длилась 40-50 минут. В течение этого времени гости не только разговаривают, но и могут просматривать видеосюжеты по теме беседы, фотографии и даже исполнять песни. Короткие отрывки этой программы затем выходят на аналоговом телевидении в эфире «ГТРК Тамбов» и адаптированная версия в эфире «Радио России. Тамбов».

Например, в одной из программ участвовали такие гости как заслуженный учитель России, краевед, почетный ветеран 2-й гвардейской Армии, лауреат премии им. З.Космодемьянской Ольга Завадская. Она рассказывала о своей жизни, о работе в школе, руководстве музеем памяти 2-й Гвардейской армии. С гостем программы генеральным директором кинокомпании «Родина», кандидатом технических наук, доктором экономических наук Ириной Мисановой разговор шел о кинодокументалистике в России и за рубежом. На Западе традиция кинодокументалистики не прерывалась. Она развивалась, обретала разнообразные формы. В России в начале 90-х годов вместе с социально-политическими переменами, разрушилась центральная студия документальных фильмов, некоторое время государство не поддерживало выпуск новых документальных фильмов. Ирина Мисанова рассказывает о том, с какими сегодня сталкивается сложностями документальное кино на пути к своему зрителю.

Еще одними гостями эфира стали участники Каннского кинофестиваля из Тамбова Максим Мещеряков и Карина Кантсо. С ними также шел разговор о кино. Пара сняла десятиминутный фильм «И тигры стали львами», который был представлен во внеконкурсной программе Каннского кинофестиваля во Франции. Героями программ также становились актриса Мичуринского драматического

театра, ведущий мастер сцены, заслуженная артистка РФ Виктория Дзидзан, дирижер, член Союзов театральных и концертных деятелей, лауреат международных конкурсов Сергей Кисс, лауреат международных конкурсов, актер, режиссер, оперный певец Георгий Дмитриев.

В программе поднимались также и важные общественно-политические темы: о реализации стратегии импортозамещения и развития предпринимательской деятельности шла речь с уполномоченным по защите прав предпринимателей в Тамбовской области Михаилом Козельцевым. Коррупционные схемы в системе госзакупок обсуждали с региональным руководителем проекта Общероссийского народного фронта «За честные закупки» Александром Зимнуховым. В октябре 2015 года Тамбов посетил член Общественной палаты РФ, продюсер, известный многим в прошлом как капитан команды КВН РУДН Сангаджи Тарбаев. В Общественной палате РФ Сангаджи Тарбаев руководит комиссией по поддержке молодежных инициатив и в рамках проекта «Диалог с прокурором» ведет в регионах и субъектах РФ мониторинг молодежных социальных проблем. Прибыв для участия в проекте «Диалог с прокурором», он стал гостем эфира «Рабочий полдень». Программа получилась очень содержательной, круг вопросов был широк: безработица в молодежной среде, алкоголизация, доступность спортивных секций и клубов для подростков из малообеспеченных семей, значение истории в патриотическом воспитании подрастающего поколения и т.д. Несмотря на большой разброс тем, все они касались молодежной политики, и в целом вышло очень органично.

Эти программы пользовались особым вниманием пользователей интернета. Программа «Рабочий полдень» - яркий пример тенденции усиления интернет-вещания региональными телекомпаниями. Таким образом, многие проекты тамбовских телевизионщиков нашли свою аудиторию в интернете.

Телекомпания «Новый век» также обзавелась своим сайтом. В 2014 году он уже был достаточно хорошо насыщен новостями, имел различные разделы. Посетители сайта принимают участие в обсуждении программ и новостей, оставляют комментарии, общаются между собой.

Видеосюжеты на сайте сопровождаются текстовой расшифровкой, чтобы люди имели возможность не только просматривать их, но и читать новостной текст. Это связано не только с особенностью восприятия информации каждого конкретного посетителя сайта, но и с техническим аспектом – не всегда есть возможность загрузить и посмотреть видеосюжет (это может быть связано со слабым сигналом сети на мобильных устройствах, либо запретом на просмотр видео или отсутствие необходимых «плагинов» на стационарном персональном компьютере). Видеоряд авторских программ размещаются с такой же опцией.

Например, передача «Объект внимания» размещается с текстовой расшифровкой наиболее актуального, по мнению редакторов портала, отрывка. Генеральный директор и инициатор создания сайта телекомпании Сергей Белозеров (2007-2016 гг.) считает, что такой подход создает определенную цитируемость в других СМИ, потому что многие люди, которые занимаются агрегацией новостей не всегда смотрят видео и не расшифровывают то, что там говорится, а если им дать готовую расшифровку, то они с радостью возьмут ее и перепечатают в своих СМИ. Таким образом, запускается процесс цитирования портала ТК «Новый век» [Мирошник: URL].

Более сложный и затратный вариант развития для региональных телекомпаний это создание своего полноценного канала с большой долей собственного программного продукта в системе кабельного или спутникового вещания. Однако это требует не малых вложений и навыков создания полноценного контента. В эти годы только одна телекомпания в регионе демонстрировала тенденции усиления контента и превращения в полноценный телеканал, это ТК «Новый век» ОТРК Тамбовская губерния. С 2013 по 2015 годы здесь выходило порядка 10 программ различной направленности.

В год 70-летия Великой Победы телекомпания запустила проект «Дорогами победы». Программа выходила три раза в месяц в среднем по 13-15 минут, в ней рассказывалось о различных сторонах этой войны: как удалось отстоять город на Волге? Какое самое крупное танковое сражение в истории войны открыло для Красной Армии дорогу к победе? Какова роль Тамбовщины в одной из самых

страшных и масштабных войн в истории человечества? В программе использовались элементы кинохроники, воспоминания ветеранов, архивные материалы и комментарии историков.

Интересна телевизионная программа «Объект внимания», ведущий программы авторитетный политолог, доктор политических наук, Владимир Пеньков. Программа записывается в студии, в которой создан интерьер гостиной с мягкими уютными креслами и небольшим чайным столиком. В среднем программа длится 50 минут. Тематика программ различна, гостями становились депутаты ГосДумы, чиновники разных уровней, и общественные деятели. Программа схожа с программой «Рабочий полдень» на ГТРК Тамбов.

Еще один интересный проект – программа духовно-нравственного содержания «Ступени». В передаче освещаются важные события жизни православной церкви в Тамбовской области, истории жизни православных деятелей. Ведущий программы Сергей Нишуков рассуждает на такие темы как: в чем заключается миссия России до скончания века? Кого мы чествуем в лице священника? Почему грех гордыни опаснее всех грехов? и т.д.

И это лишь часть тех программ, которые выходили в 2015-2016 годах, а много еще не менее интересных завершенных проектов, архив которых доступен на сайте телекомпании «Новый век».

По сути это единственная телекомпания в регионе, выпускающая такое количество авторских тематических программ. На ГТРК Тамбов выходят только выпуски новостей, некоторые объединены тематический: Вести-Культура, Вести-Спорт, Вести-Экономика и т.д.

И сейчас ТК «Новый век» (ген. директор с 2016 Оксана Муравьева) активно наращивает собственный программный контент.

Хочется отметить еще один немаловажный факт – все программы телерадиокомпании «Тамбовская губерния» телеканала «Новый век» выполняют важную культурно-образовательную, просветительскую миссию. Это искренний разговор о жизни, без скандалов, интриг и «грязного белья». Можно сделать вывод, что только государственные телекомпании сегодня имеют финансовые

возможности, для того, чтобы выпускать качественную, просветительскую продукцию, делать достойный информационный продукт, а не гнаться только за рейтингами.

В целом, надо констатировать, что на телеканалах Тамбовской области больше в этот период преобладает новостной формат, но меняется форма подачи материала, активно осваиваются информационные технологии и возможности интернета.

Все вышеназванное позволяет прийти к выводам, что истории тамбовского регионального телевидения соответствуют четыре периода развития: первый – с 1987 по 1991 года становление самостоятельного вещания в регионе. Второй – с 1992 по 2003, расцвет регионального телевидения, «золотой век». Третий с 2003 по 2009, время застоя и финансовой нестабильности. Четвертый с 2010 года по 2015, характеризуется появлением новых форм и приемов вещания, усилением роли интернета и началом перехода на цифровое вещание.

4.2 Проблемы развития и перспективы телевизионных средств массовой информации в регионе

Процессы укрупнения телекомпаний, объединения ресурсов, усиление роли собственного вещания и качества программного продукта, появление творческих синдикатов и других объединений региональных вещателей все это новые возможности развития для регионального телевидения. Несмотря на поиск новых форм и вариантов развития, вопрос, что будет с региональным телевидением, остается открытым.

Все это осознают и на высшем уровне. 25 февраля 2014 года Правительственная комиссия по развитию телерадиовещания приняла решение о целесообразности продолжения эфирного наземного телевидения в аналоговом формате до 2018 года включительно. В Правительство РФ был внесен проект корректировки федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы», который учитывает продление

периода аналогового вещания, а также упорядочивает очередность ввода в эксплуатацию объектов сети второго мультиплекса до 2019 года. До 2018 года включительно предполагается вещание пакета каналов РТРС-2 в городах с населением, превышающим 50 тыс. жителей.

С 1 января 2015 года вступил в силу закон, который запрещает платным кабельным и спутниковым каналам размещать рекламу. А это значит, что могли закрыться многие полновещательные региональные каналы, которые выходят через «кабель» или спутник. Также в сложном положении оказываются те каналы, которые после отключения эфирного вещания, могли бы перейти на кабельное или спутниковое полновещание. Однако в феврале 2015 года президент России Владимир Путин подписал закон о возврате рекламы на платные телеканалы, доля российского контента на которых составляет не менее 75 процентов. Иностранские инвестиции в продукцию канала для признания ее «национальной», согласно закону, не должны превышать 50 процентов. Таким образом, если неэфирный телеканал заинтересован в том, чтобы иметь средства для существования и развития, ему требуется обеспечить себя содержанием полностью отечественного производства. Директор телерадиовещательной компании «Башкортостан» Галим Якупов поддержал инициативу, так как это, по его мнению, позволит обеспечить развитие качественной российской телевизионной продукции. «У значительной части региональных каналов превалирует отечественный контент. А если и есть иностранный контент, то в процентном соотношении его не так много, и телеканалы смогут отказаться от него ради возможности транслировать рекламу. Также возвращение рекламы на кабельные телеканалы будет способствовать развитию малого и среднего бизнеса, который продвигает свои услуги в основном с помощью местных СМИ» [Каналам разрешают крутить рекламу: URL].

Кроме чисто технических и финансовых проблем, регионы переживают и другие сложные процессы изменения информационного пространства, связанные с определением своей роли и миссии между обществом и властью. Так как СМИ стали во многом зависимы от дотаций бюджета, они не могут открыто указывать

власти на ее недостатки. А региональная власть продолжает вести политику «мягкого» давления на СМИ.

Получается, что региональное телевидение вынуждено балансировать между тем, чтобы полноценно отвечать на запросы зрителей: поднимать важные общественные проблемы, добиваться их решения, выполнять роль общественного контроля за властью, - и не опорочить власть, а по возможности представить ее в выгодном свете. Известный журналист, ныне тренер, Нина Зверева в своей книге «Школа регионального тележурналиста» отмечает, что задача журналиста состоит в том, чтобы доставлять людям правдивую информацию, которая помогала бы ориентироваться в жизни, достигать успеха и т.д. [Зверева, 2009: 2]. Однако, «правдивая информация» все чаще становится завуалирована в угоду чужих интересов. Данный функциональный дисбаланс, профессиональная дезориентация в рамках целеполагания, отсутствие конкуренции, приводит к недоверию со стороны зрителей (они обращаются к другим источникам информации) и падению уровня профессионализма нового поколения журналистских кадров, у которых нет стимула к самосовершенствованию.

Часто журналисты не используют предоставленные возможности для того, чтобы докопаться до сути вещей, подготовить аналитический материал, заинтересовать зрителя. В ходе брифинга или пресс-конференции не задается ни одного вопроса, специалисты пресс-службы вынуждены сами брать на себя роль журналистов. А порой вопросы журналистов просто не компетентны, они заданы людям, в чью сферу деятельности они не входят. В то время как представители старшего поколения журналистов говорят, что задавать вопрос можно любой, только грамотно и тактично.

В журналистской среде ходит шутка о том, как журналистка попросила представиться губернатора. Во многом, это говорит о не компетенции молодых журналистов, их безучастности к серьезным проблемам. За 2010 – 2015 годы в СМИ произошло значительное обновление кадров. На тамбовские телеканалы пришло большое количество молодых журналистов. В них изначально заложена

самоцензура и самоограничения, доходит до того, что представителям власти не задают вообще никаких вопросов.

В январе 2015 года по инициативе Главы города Алексея Кондратьева в Тамбове впервые прошла городская журналистская конференция «Муниципалитет глазами СМИ», посвященная Дню российской печати. Это был большой открытый диалог власти со СМИ в поисках наилучшего варианта взаимодействия. Опытом по взаимодействию журналистов и местной власти с коллегами поделился заместитель директора ГТРК «Тамбов» Константин Денисов. Он отметил тот факт, что власть и в Тамбове, и в области открыта для сотрудничества со СМИ: «Мы постоянно ищем новые формы нашего взаимодействия, чтобы донести информацию до жителей региона. Безусловно, хорошо, когда ее излагает журналист, но более эффективный вариант, когда она звучит из уст первых лиц» [Насонова, 2015: 2]. Он же отметил, что власть тоже имеет право быть понятой. Для этого журналист должен правильно доносить информацию, а не «культивировать сплетни». Итогом встречи представителей власти и журналистов стало принятие резолюции, в которой рекомендовалось «принять меры к повышению осведомленности журналистов о правовых основах местного самоуправления, а муниципальных служащих – об основных положениях федерального закона «О средствах массовой информации» путем самообразования или участия в обучающих семинарах».

Современную журналистику можно сравнить с залом суда, где журналист - адвокат, который должен отвечать за свои слова, даже задавая вопрос. Ведь у власти в этот момент, как у обвиняемого, презумпция невиновности. Грамотно заданный вопрос с приведенными фактами, а не голословно, не будет оскорбительным. Другое дело, что сами журналисты не обладают необходимыми знаниями тех или иных социальных проблем, чтобы вести с властью разговор на равных. Молодое поколение больше привлекает стать ведущим развлекательного шоу о звездах, музыкальной программы, тревел-журналистики и т.д.

В 2008-2015 годах администрация Тамбовской области вела достаточно открытую политику по отношению к журналистам и СМИ. Каждую неделю

устраивались брифинги или пресс-конференции чиновников по тем или иным актуальным темам. Официальный сайт администрации области еженедельно публиковал отчеты о совещаниях и важных решениях, оперативно размещал информацию о прошедших событиях. Работал официальный сайт губернатора Тамбовской области, куда поступали жалобы и предложения от жителей, которые не проходили незамеченными. Зачастую обращения граждан по особо злободневным проблемам, напрямую без посредников, становились поводом для проведения совещаний с руководителями подразделений, курирующими тот или иной вопрос. Таким образом, решались многие проблемы жителей области. Это говорит о том, что функция общественного контроля, которая традиционно принадлежала СМИ, теперь переходит к другим структурам.

Такое положение дел свойственно многим региональным телекомпаниям. Так политический обозреватель Дагестана Ильман Алипулатов пишет, «слишком сильное влияние государства на средства массовой информации, особенно региональные и муниципальные, приводит к тому, что информационное поле формируется в искаженном виде, а это значит, что зачастую не соответствует реальной действительности. Работники печатных и электронных СМИ очень часто вынуждены писать и говорить то, что им заказывают их хозяева – либо непосредственно властные структуры. А это значит, что на этом этапе развития нашего общества, в этих условиях деятельность СМИ осуществляется в рамках интереса финансирующих их сторон» [Алипулатов, 2014: 268].

В статье, посвященной анализу положения дел в региональных печатных и электронных средствах массовой информации, социолог И. Ухов, считает, что власти, стараясь максимально «стабилизировать» (в меру своего понимания) общественно-политическое поле своей области, края или республики, перегибают палку и низводят прессу «до уровня какого-то информационно-пропагандистского листка» [Ухов, 2015: URL]. Ключевой проблемой такого подхода к прессе социолог называет то, что многие региональные ведомства – комитеты по информационной политике или департаменты внутренней политики администраций губернаторов – работают в жесткой, ригидной бюрократической

манере. «Есть план информсопровождения и некий аналог полицейских «галок». То есть важно число, а не качество, «от региональных СМИ требуются бодрые анонсы каждого взмаха царственной губернаторской руки, в духе пресловутых «сводок с полей»». И никого не волнует на самом деле то, что эти бесчисленные материалы «в духе тотального «одобрямса»» не интересны даже их создателям. Главное – факт публикации и засчитанная «галка». Государственные контракты на освещение деятельности исполнительной и законодательной власти распределяются исключительно в контексте транслирования полного и незамутненного реальностью позитива, причем только в контексте работы администрации. Тем самым региональные СМИ превращаются в «медийных болванчиков, мерно покачивающих головками в такт присылаемым из аппарата главы региона пресс-релизам и анонсам». По стране есть много историй, связанных со скандалами вокруг распределения государственных субсидий. В основном возражения возникают оттого, что госконтракты достаются в преобладающей степени государственным же СМИ. Однако следует различать господдержку и формирование ручной, бездумно перепечатающей любые пресс-релизы и вообще материалы пресс-служб губернатора прессы».

И. Ухов считает, что такая ситуация в конечном счете приведет к краху. Когда будет нужна реальная общественная мобилизация – а средства массовой информации играют тут ключевую роль – региональной прессе никто не будет верить, что бумерангом ударит по той самой социально-политической стабильности, продвигаемой властями. Чтобы люди доверяли журналистам, а региональная пресса стала играть достойную роль в местной общественно-политической жизни – нужно дать возможность СМИ независимо и объективно освещать события в своих регионах.

На сегодняшний день можно уверенно говорить что, наступил новый эволюционный этап в российской журналистике. На первом этапе журналистика была средством воспитания масс, контролирующим органом, который следил за надлежащим исполнением обязанностей тех или иных лиц. В пореформенный период 1990-х годов журналистика была многоликой, но все еще важным

посредником между властью и народом, тогда еще журналисты сами пытались разобраться в новых реалиях и все-таки добиться правосудия. В первые десятилетия нового века журналистика становится просто средством информирования. Никакой проблемный репортаж теперь не грозит недобросовестному чиновнику лишением поста, а сюжет о плохих дорогах не заставит их отремонтировать. Официально цензуры в нашей стране нет, но созданы косвенные механизмы для ее осуществления: подписан ряд законов, которые при желании можно применить к журналистам и блогерам. Так в декабре 2013 президент подписал закон о призывах к сепаратизму. Закон вводит ответственность за публичные, в том числе в СМИ, призывы к сепаратизму. В июле 2014 года в него были внесены поправки, ужесточающие ответственность. Максимальный срок тюремного заключения составляет пять лет. Такой срок возможен, если призыв озвучен с экрана телевизора, через газету или в интернете.

Случаи притеснения журналистов нередки. В январе 2014 операторы связи отключают «Дождь». В рамках исторической программы «Дилетанты» редакция телеканала «Дождь» провела опрос на тему блокады Ленинграда во время Великой Отечественной войны. Вопрос звучал так: «Нужно ли было сдать Ленинград, чтобы спасти тысячи жизней?» Опрос вызвал возмущение общественности, телеканал извинился и удалил его со своего сайта. Крупные операторы кабельных и спутниковых сетей – «Акадо», «НТВ-Плюс», «ЭР-телеком», «Билайн», «Ростелеком», «Триколор ТВ» - без решения суда отключили канал от вещания. Роскомнадзор не нашел в опросе нарушений закона, отправил профилактическое письмо, а предупреждения не вынес. Не нашла признаков экстремизма в опросе «Дождя» и Генпрокуратура. Крупные операторы вещание телеканала не восстановили.

В марте 2014 уволен главный редактор Lenta.ru. Причины увольнения не названы, а формальным основанием для этого решения стало полученное Lenta.ru в тот же день предупреждение за экстремизм от Роскомнадзора. Предупреждение было вынесено за один из материалов, в котором давалась гиперссылка на

интервью с главой украинской националистической организации «Правый сектор» Дмитрием Ярошем.

В августе 2014 несколько СМИ, в том числе Slon.ru и Русская служба Би-би-си, получили уведомление от Роскомнадзора. Надзорное ведомство нашло в интервью с художником Артемом Лоскутовым о «Марше за федерализацию Сибири» нарушение вступившего в силу 1 февраля 2014 года закона об информации, в котором оговаривается наказание за публикацию призывов к массовым беспорядкам и экстремистской деятельности.

Все вышеназванные законы и приведенные примеры являются общероссийскими, но они в той же мере относятся и к региональным СМИ. Конечно, мы в большей степени знаем о притеснении крупных игроков информационного рынка, в регионах сделать внушение «непонятливому» журналисту еще проще. И это не становится достоянием общественности.

В совокупности с финансовыми проблемами региональных компаний, их зависимости от властных структур, все это превращает журналистику в отрасль развлечения и информирования, полностью стирая значение «четвертая власть». Однако, выигравших от этого нет. Ведь в современный период развития российского общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора как социальная активность личности. А в формировании этой активности важную роль играют средства массовой информации. И они должны быть, скорее, средством контроля, если не народа за властью, то хотя бы власти за собой же.

За всеми разговорами о бюджетах, власти, политике не стоит забывать, что главная причина ажиотажа вокруг телевидения в том, что это единственное глобальное средство массового влияния на людей. О возможностях телевидения написано немало научных трудов, каждый в своей степени доказывает безграничные возможности как положительного, так и отрицательного влияния медиа. Так, например, М.В. Ахвледиани в своей диссертации «Телевидение в системе военно-патриотического воспитания» приводит эксперимент, который провел сам ученый. Небольшой группе людей был предложен просмотр

материалов, содержащих кадры жестокости и записанных на видеокассету. Материалы подбирались из художественных фильмов и информационных сюжетов, которые телезрители имели возможность просматривать с 9 часов утра до 21 часа. Группе были розданы карточки с предложенными вариантами эмоций, которые возникают при просмотре подобных материалов. Эмоции фиксировались по времени просмотра. Как показали результаты исследований, в первые минуты просмотра большую часть участников эксперимента «охватывал ужас», в последующем возникало желание прекратить просмотр, а затем появлялось привыкание. По почти единодушному мнению участников эксперимента, систематическое получение подобной информации с экранов телевизоров порождает жестокость [Ахвледиани, 2002: 98].

Исследователь Н. И. Дворецкая в своей работе «Региональное ТВ как фактор духовно-нравственного воспитания личности» считает, что сегодня такое мощное средство массовой коммуникации как телевидение в формировании нравственной культуры играет скорее отрицательную, чем положительную роль. Поток негативной информации с центральных каналов угнетающим образом воздействуют на психику человека. Информация не должна оставлять у человека чувства подавленности и безысходности [Дворецкая, 2004: 67]. А вот региональные каналы, которые могли бы противостоять негативными тенденциям, никто не расценивает как важный духовный ресурс.

В истории отечественного телевидения есть много телепрограмм, благодаря которым у советских людей было развито чувство патриотизма. Яркий пример тому период семидесятых годов. В телепублицистике 70-х годов много внимания уделялось показу человека труда и основы жизни производства. Тема «простого человека» была и останется важной в патриотическом воспитании, пишет М.В. Ахвледиани. В конце 90-х годов эта тема перестала быть модной. Уровень жизни основной части населения России в целом упал, и СМИ предпочитают рассказывать аудитории о «звездах» эстрады и кино, об известных политических и общественных деятелях, реже – об удачливых бизнесменах. Региональное

телевидение в этом плане сохранило верность теме «простого человека», считает исследователь.

Н.Н. Алпеева, раскрывая тему социокультурной роли регионального ТВ, продолжает мысль: «От того, как выполняют свою социокультурную роль региональные студии телевидения, которым доверяют и прислушиваются в народе, зависит социокультурное наполнение информационного пространства страны, а, следовательно, и сохранение самобытности российского народа» [Алпеева, 2003: 208].

В своей работе автор доказала, что региональное телевидение ориентируется на отражение преимущественно жизнеутверждающих, положительных ценностей. Выполнение региональным телевидением социокультурной роли позволяет ему влиять на формирование единого социокультурного пространства, обеспечивать самостояние российского народа, быть его моральной опорой и поддержкой. Во многом именно от регионального телевидения зависит, какими идеями будет руководствоваться социум, какие идеалы будут положены в его основу. В условиях экспансии западной культуры роль хранителя российских ценностей обязывает региональное телевидение подняться на новый качественный уровень – мировоззренческий. Сознательный выбор форм и методов работы позволит проводить целенаправленную пропаганду тех или иных ценностей, что, в конечном итоге, будет способствовать формированию установки на них.

Анализ программ тамбовских телеканалов доказывает выводы различных ученых. Контент регионального телевидения в основном составляют новости. Их анализ показывает, что в центре внимания любого сюжета жизнь и история обычного горожанина, нашего соседа, знакомого. В среднем три из пяти новостных сюжета в выпуске посвящены патриотической тематике или культурным событиям региона. Пользуются популярностью на региональном ТВ беседы с интересными людьми Тамбова: артистами, общественными деятелями, руководителями. Такие передачи есть в архиве каждой телекомпании: «Ничего

личного» на ТК Олимп, «Личное дело» на ТК Новый век», к данной тематике можно отнести и программу «Рабочий полдень» на ГТРК Тамбов.

Все это еще раз подтверждает важность существования регионального телевидения и необходимость проведения качественной продуманной политики по отношению к региональным электронным медиа.

Поэтому сегодня очень остро стоит вопрос о новых принципах функционирования региональных телекомпаний. Насколько независимыми должны быть СМИ? Независимыми от кого и от чего? Каких законов придерживаться и кто должен следить за исполнением этих законов? Какая модель позволит СМИ не зависеть от власти, рекламы, спонсоров, политиков?

Как сказал в 1985 году президент Франции Ф. Миттеран, «проблема в том, чтобы суметь организовать эту свободу» [Шарончикова, 2011: 90]. И, кстати, во Франции на сегодняшний момент действует смешанная модель телевидения, оно финансируется за счет абонентской платы и рекламы. Контролирующим органом выступает Высший аудиовизуальный совет. Во Франции существуют квоты на показ и производство национальной телепродукции (благодаря им рынок Франции является наиболее защищенным извне), специальный протекционизм в области культуры. Все каналы обязаны показывать 50% французских программ. Каждый регион во Франции имеет свою региональную редакцию и множество местных редакций, готовящих местные информационные программы. 24 региональные станции и около сорока местных редакций, которые готовят ежедневно 7-минутную информационную программу, которая дополняет региональные новости.

Абонентская плата за телевидение существует и в Чехии. Там считают, что если народ хочет получать независимую информацию – он должен финансировать СМИ напрямую [Рудомиллов: URL]. Сейчас каждый гражданин Швейцарии платит раз в год определенную сумму, которая идет на финансирование теле- и радио программ, распространяемых по каналам швейцарской общественной теле- и радиокompании SRG SSR, производственным подразделением которой является и портал SWI Swissinfo. Эта сумма рассматривается в качестве прямого

демократического участия народа в формировании медийной политики общества [Кайзер: URL].

В России сейчас действует смешанная система финансирования: государственные дотации и реклама, однако она не отвечает сложившимся запросам времени, несовершенна по отношению к региональным телекомпаниям. Многие исследователи сегодня предлагают различные варианты усовершенствования и изменения данной системы.

Так, над проблемой экономической стабильности и независимости региональных телекомпаний работал исследователь А.Х. Сухов. В своей работе «Совершенствование механизма социально-экономического управления структурой вещания региональных телекомпаний» [Сухов, 2004: 178] он приходит к выводам, что введение абонентской платы за показ программ, а также внедрение практики лицензионных платежей будет способствовать росту конкурентоспособности отечественных региональных телекомпаний. В свою очередь повышение конкурентоспособности региональных телекомпаний позволит создавать культурно-просветительские программы, ориентироваться на гуманистические, общечеловеческие ценности, проблемы регионов. При этом стоимость услуги определяется в исследовании на уровне, доступном для всех слоев населения. Деятельность региональных телекомпаний, таким образом, представляется возможным полностью или частично финансировать за счет взносов от абонентской платы, что приведет к рационализации методики планирования и совершенствования структуры эфирного времени и деятельности региональных телекомпаний. При этом с целью увеличения финансовой эффективности деятельности региональных телекомпаний с учетом специфики развития рыночных отношений в Российской Федерации при введении абонентской платы следует учитывать программную стратегию, позволяющую планировать доходы от показа программ, а также способствующую совершенствованию структуры вещания региональных телекомпаний.

Н. Н. Алпеева говорит, что для того чтобы усилить роль местного телевидения в социокультурном процессе, необходимо: на уровне местных

органов власти (и государства в целом) осуществлять четко продуманную социокультурную политику, заключающуюся в охране культурного наследия, содействии развитию национальной культуры. Законодательной и исполнительной власти целесообразно принять законы и подзаконные акты о поддержке средств массовой информации с введением специальных статей, посвященных поддержке и развитию данного направления информационной деятельности [Алпеева, 2003: 169].

Н.И. Дворецкая замечает: «Нужен долговременный государственный документ, дающий ориентиры средствам массовой информации в этом направлении. Необходимо лицензирование программ, контроль за миссией СМИ в этическом, эстетическом и нравственном воспитании патриотов государства. Нужны такие государственные документы как закон о нравственности, другие нормативные акты, разработанные с учетом обобщения опыта региональных СМИ и дающие государственную поддержку СМИ в сфере духовно-нравственного воспитания личности, от которого зависит социально-политическое благополучие общества в настоящем и особенно в будущем» [Дворецкая, 2004: 104].

Исследователь В. В. Егоров предлагает следующие направления государственной политики в сфере СМИ: «Решающее значение международных соглашений и договоров при определении функций и конкретных задач ТРК по сравнению с законами России. Противодействие государства сращиванию капитала, созданию монополии финансовых, а также криминальных групп в области СМИ. Государственная поддержка развития и разнообразия телерадиокомпаний, основанных на коллективной, акционерной и частной формах собственности (особое внимание обращается на формирование региональной системы СМИ, наиболее полно отражающей интересы и запросы населения). Последовательная разработка государством правовых норм деятельности ТРК и их сотрудников, создание системы правовых норм, имеющих силу, как на территории Федерации, так и в отдельных регионах, поддержка тенденции к саморегулированию деятельности ТРК и повышению действенности

положений кодекса вещания, утвержденного в каждой ТРК. Невмешательство в программную деятельность ТРК, запрет какой бы то ни было предварительной цензуры. Вместе с тем государство, его органы в центре и на местах не только вправе, но и обязаны разрабатывать и осуществлять меры по распространению культурных и духовных ценностей, ограждению телерадиоаудитории от крайностей и ангажированности вещания, обеспечивать свободу информации и слова в демократической России» [Егоров, 2004: 194].

Однако, как пишет В. М. Ершов, у нас в стране практически не возможно создание общественного контроля за СМИ в силу неразвитости гражданского общества, также мало возможным представляется введение налога за просмотр телевизионных программ, как в некоторых других странах, потому что сложившийся менталитет россиян, привыкших к бесплатному ТВ, затруднит возможность сбора такого налога. Ершов считает, что в поиске моделей общественного вещания можно использовать упоминавшийся не раз опыт Нидерландов.

Система вещания в Нидерландах основана на обеспечении равного доступа к эфиру основных политических и культурных групп, при этом все нидерландское общество поделено на четыре общественно-политические группы. Но это не просто политические партии, это группы, объединенные по религиозным, культурным взглядам, социальным потребностям. Возможно ли такое деление в России, учитывая ее географические и национальные особенности?

Ученый А. Г. Стариков в своей работе «Масс-медиа современной России» приходит к выводам, что «для изменения положения необходимо, в первую очередь, нормальное цивилизованное законодательство о СМИ, полноправные наблюдательные (не попечительские) советы, которые способны заставить журналистов, владельцев газет обеспечить в своих изданиях многообразие мнений, полное и точное освещение событий, заставит, в ряду других факторов, работать в интересах личности, общества, государства. В противном случае манипулирующие общественным мнением силы, будут и далее разрушать политические основы государства» [Стариков, 2013: 105].

Обобщенное исследование истории тамбовского телевидения в контексте общественно-политических процессов происходящих в регионе, выделение схожих фактов с историей центрального телевидения, а также тенденций развития медиа индустрии присущих многим другим регионам позволяет прийти к определенным выводам.

На протяжении всей истории России последние четверти двадцатого начала двадцать первого веков региональное телевидение играло неоспоримо важную роль, являясь частью политических и социальных трансформаций общества, а также важным элементом морально-нравственного воспитания российского человека. Однако, современное состояние российской региональной медиасистемы характеризуется кризисными явлениями: финансовая слабость, зависимость от властных структур, снижение качества продукции, утрата важной социальной, просветительской функции.

Обобщение результатов исследований многих теоретиков и практиков медиа-индустрии в части совершенствования модели функционирования СМИ и в частности телевидения, позволяет сделать следующие выводы:

Система СМИ, в том числе и в региональной составляющей, нуждается в новой законодательной базе. Необходимо сохранить региональное телевидение и вывести на качественно новый уровень. Для этого необходимо решить главный вопрос – финансирование. Система субсидирования не прозрачна, система распределения грантов не совершенна, а введение абонентской платы несвоевременно. К тому же, по мнению автора, полное отстранение государства от регулирования СМИ не должно быть, т.к. СМИ важный элемент национальной безопасности страны.

Изучение истории тамбовского регионального телевидения, его роли в социально-политических событиях области на фоне общероссийских тенденции изменения медийного пространства позволило прийти к выводам о важности и значимости регионального телевидения в контексте исторического развития России, помогло выявить основные проблемы современной медиа индустрии и

спрогнозировать негативные последствия данной политики, а также предложить рекомендации по изменению сложившегося положения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Телевидение как массовый источник средств информации получило широкое распространение в 1950-е годы XX века. Наряду с развитием Центрального телевидения в различных республиках Советского Союза и крупных областных центрах появляется местное вещание, которое рассказывает о жизни конкретной территории. При этом именно региональное телевидение становится тем социокультурным феноменом, который создает определенные ценности и духовные образцы поведения в обществе.

Анализ развития телевидения в Тамбовском регионе необходим с точки зрения выработки основных подходов к исследованию общих тенденций развития регионального телевидения и его дальнейших перспектив. Это, на наш взгляд, будет способствовать преодолению кризисных явлений в отечественном телевидении и системы СМИ в целом. С этой целью в работе были не только определены этапы становления Тамбовского телевидения, но и проанализировано взаимовлияние телевидения и социальной и культурной сферы жизнедеятельности региона, а также раскрыты возможные пути дальнейшей трансформации местного телевидения в Тамбовской области.

Проведенный обширный анализ трудов по теории и истории отечественной журналистики, архивных документов, публикаций и официальных документов на основе проблемно-исторического метода позволил сделать следующие выводы:

1) развитие регионального телевидения Тамбовской области тесно связано с экономическими, политическими и культурными процессами, происходившими в стране. На начальном отрезке исторического пути некоторые из них: политические, технические и административные факторы, тормозили это развитие;

2) для каждого периода становления Тамбовского телевидения определены общие тенденции, отражающие трансформацию данного вида СМИ;

3) определены проблемы и направления развития в условиях изменения типологической системы регионального телевидения;

4) тамбовское телевидение является особым элементом социокультурного пространства региона в конце XX - начале XIX века, в связи с чем, необходимо выработать механизмы поддержки телевизионных проектов, имеющих общественную значимость.

В первой главе «Первый период развития регионального телевидения в Тамбовской области (1987-1991 гг.)» проведен анализ начального периода развития телевизионной индустрии в России, выявлены ее особенности и функции в общественной жизни страны. Региональное телевидение начинает развиваться в 1950-х годах XX века, при этом региональные телестудии возникали, как правило, хаотично, на энтузиазме отдельных журналистов. Укрепление материально-технической базы в 1960-70-х гг. позволяет региональным телестудиям занять свою нишу в информационном пространстве конкретных территорий.

В конце 1980-х гг. на телевидение большое влияние оказали политические преобразования в стране, усиление политической пропаганды и критика существующей власти. При этом центральное телевидение все чаще использует в своем вещании программы и передачи региональных телекомпаний, что становится фактором формирования местного телевидения, т.к. только у него есть наиболее широкие возможности для отражения реальной действительности в том или ином регионе. Качественно новым стимулом к развитию телевидения, в том числе и регионального, послужил принятый в 1991 году Закон РФ «О средствах массовой информации», приведший к децентрализации телевидения, росту общего числа местных СМИ, усилению их самостоятельности и различий. Так, существенные отличия характеризуют производство контента региональным телевидением, материально-техническое оснащение телестудий, взаимоотношения с местной властью, особенности потребителей информации, и, следовательно, специфику оказываемого влияния на социальные процессы данной территории.

Во второй главе «Второй период (1992-2003 гг.) тамбовского телевидения. Формирование региональной структуры» проанализировано активное развитие

телевизионной коммуникации в период с 1991 по 2003 гг. Региональное телевидение как самостоятельная отрасль стала складываться в начале 90-ых годов прошлого века, когда обрело финансовую и техническую независимость. Данный период характеризуется типологическим разнообразием региональных телекомпаний, апробированием различных бизнес-моделей, появлением самобытных, новаторских творческих проектов. При этом для регионального телевидения характерно сочетание административно-территориального, демографического и национального факторов, возможность непосредственного включения в социальные процессы, происходящие в данной территориальной общности.

В 1992 году впервые в эфир выходит Тамбовская государственная телерадиокомпания, что становится решающим для тамбовской телевизионной журналистики. Появляются первые программы о жизни тамбовчан: общественно-политическая программа «Выбор», историко-краеведческая «Родные пенаты», «Храмы земли тамбовской», «Село: времена года», «Облик» и другие. Общественно-политические преобразования повлекли за собой рост «свободы слова», что привело к увеличению количества телеканалов и появлению таких телерадиокомпаний и телестудий, как «Полис», «Олимп», «Полет», «ВДВ», «Оникс», «Пичаево», «Кристалл». Они различались степенью лояльности к власти, направлением производимого контента. Помимо развлекательно-познавательных программ на местном телевидении достаточное внимание уделяется острым социальным вопросам, освещение которых в СМИ позволяет оказывать заметное влияние на решение той или иной проблемы города, региона.

В 1995-1998 году работа Тамбовской государственной телерадиокомпании отмечается творческими успехами, созданием массы авторских программ, социальных сюжетов, фильмов и очерков: «Музыкальное рандеву», «Эпицентр» и др. Но несмотря на творческий взлет, телерадиокомпания все-таки находилась в стадии становления, поэтому постоянно испытывала финансовые трудности. В 1999 году впервые на региональном телевидении появляется совершенно новая информационная программа «День города», в которой совмещены

информационный блок, опрос тамбовчан на улицах, беседа на актуальную тему с компетентным специалистом и телефонный интерактивный опрос. В конце 90-х годов также увеличивается число новостных программ, например, «Будни» на ТК Полис, «Новости» на Тамбовской государственной телерадиокомпании, «День города» на ТК ВДВ, «Город» на ТК Олимп, каждая из которых имеет собственную концепцию и формат подачи информации.

Развитие регионального телевидения в этот период отмечено и появлением аналитических программ, которые, помимо информирования населения, предлагали зрителям анализ ситуации. Одна из таких программ, «Регион-68» телекомпании «Полис», в ноябре 2003 года завоевывает «ТЭФИ-Регион» в номинации «Публицистические программы».

Творческая активность телевизионных журналистов проявлялась и в том, что в 2002 году по инициативе Управлению полиграфии и СМИ Тамбовской области впервые был проведен областной конкурс телевизионных и радиопрограмм «Хрустальный улей». Целью данного начинания явилось как повышение профессионального уровня сотрудников СМИ, так и развитие единого информационного пространства области.

В начале 2000-ых годов на фоне сложного финансового состояния СМИ в регионе проявилась еще одна проблема – информационный вакуум, выразившийся в недостаточном территориальном охвате вещания. При этом подаваемая в эфир информация о жизни области и районов была разрозненной, и бурная политическая, экономическая и социальная жизнь областного центра практически не освещалась в отдаленных районах.

Следующий этап в развитии Тамбовского телевидения охарактеризован в третьей главе «Третий период (2003-2009 гг.) как новый этап в истории регионального телевидения». Усиление политизированности и ангажированности телевидения, творческая стагнация меняют вектор движения региональных СМИ. Так, реорганизация Тамбовской государственной телерадиокомпании в 2004 году путем присоединения к Всероссийской гостелерадиокомпании на правах филиала привела к профессионально-творческому кризису. В это время намечается и новая

тенденция развития регионального телевидения: появление «прогубернаторских» телеканалов, т.е. телеканалов учрежденных местной властью. Таковым в Тамбове стал канал «Новый век». Телеканал получил возможность быстро развиваться, как в творческом, так и в материальном плане, за счет административного бюджета. На фоне этого усилились обвинения СМИ в ангажированности и зависимости от властных структур. Характерной проблемой для телеканалов, которые появляются значительно позже остальных, является то, что им сложнее найти свой имидж и свою аудиторию. Поэтому для таких телекомпаний гораздо важнее создавать уникальные проекты, которые позволят завоевать внимание зрителей. Одним из подобных проектов явилась программа под названием «Очень важная персона», в которой ведущий и гость в студии обсуждали важные социально-политические вопросы, касающиеся всего государства, но с позиций региона. Также впервые в истории областного телевидения была осуществлена съемка театральных спектаклей, организовано телевизионное экстрим-шоу «Правила успеха». При этом уникальность проекта «Правила успеха» заключалась и в том, что съемки принципиально проводились на Тамбовщине, чтобы еще раз показать зрителю красоту родной земли, дать новый толчок их патриотическим чувствам. Компании удалось создать «свое лицо», значительно увеличив аудиторию постоянных зрителей, следуя принципу подачи оперативной, достоверной и полной информации о событиях, напрямую затрагивающих их интересы.

С ростом информационных технологий программы, передачи и фильмы высокого уровня стало возможно производить не только в Москве, качественный продукт можно создавать и в регионах. При этом для поддержки творческих инициатив, обмена опытом и техническими ресурсами создаются синдикаты. Например, в 2005 году при поддержке «Первого канала» и по инициативе региональных вещателей был создан Национальный Телевизионный Синдикат, который является контент-агрегатором разноформатного программного продукта региональным телекомпаниям для организации собственного вещания.

Эти направления связаны с общемировыми и российскими тенденциями усиления роли административных ресурсов, падением основ гражданского

общества, размыванием роли профессиональной журналистики. «Рекламизация» и «медиатизация» политики привело и к трансформациям в журналистике, которые также требуют дальнейшего изучения и осмысления.

В четвертой главе «Четвертый период (2010 – 2015 гг.): современные достижения и направления развития» освещен период 2010-2015 гг. Процессы конвергенции и развитие цифровых технологий ведет к кардинальным переменам в медиакоммуникации. В это время на развитие местных СМИ оказывают влияние изменения вкусов и взглядов зрителей, усиление требований к формату и содержанию телевизионных программ, а также принятие целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы». Региональное телевидение в данных условиях вынуждено искать новые пути выхода на аудитории или закрываться.

Среди возможных направлений дальнейшего существования региональные телеканалы активно привлекают сеть Интернет. Телекомпании развивают свои сайты, создают информационные агентства, выпускают передачи на сайте в прямом эфире. Так, Тамбовская телекомпания «ВДВ» полностью сосредоточилась на интернет-ресурсе, который насыщен актуальными новостями о событиях в городе, большим количеством фото- и видеоиллюстраций. При этом сайт телекомпании сочетает в себе новостной поток, объявления частного характера, афиши различных мероприятий и событий города, а также справочную информацию.

Однако взаимодействие регионального телевидения и интернета может идти в двух направлениях: интернет предоставляет возможность широкого доступа к аудитории всего мира, не ограничивая подаваемую в эфир информацию определенной территорией, что снижает роль местных СМИ. С другой стороны, для региональных каналов интернет - это скорее одна из возможностей профессионального роста в условиях возрастающей конкуренции.

Наряду с возможностями в данной главе рассмотрены и некоторые трудности, которые стоят перед региональным телевидением на современном этапе развития. Так, с учетом того, что функция общественного контроля, которая

традиционно принадлежала СМИ, переходит к другим структурам, местное телевидение теряет свою значимость в вопросах, требующих активного внимания со стороны социума. Также можно отметить снижение общего профессионализма в журналистике, стимулов к самосовершенствованию журналиста, отсутствие стремления заинтересовать зрителя, подготовить серьезный аналитический материал.

Региональное телевидение стремится к отражению жизнеутверждающих, положительных ценностей. Поэтому в условиях усиливающегося потока негативной информации с центральных каналов, экспансии западной культуры именно местное телевидение могло бы стать важным духовным ресурсом развития страны, формирования национального мировоззрения. Это подтверждается анализом новостных программ тамбовских телеканалов. Так, в центре внимания любого сюжета - жизнь и история обычного горожанина, три из пяти сюжета в выпуске новостей посвящены патриотической тематике, культурным событиям региона. Достаточно популярны на региональном телевидении и беседы с интересными людьми: артистами, общественными деятелями, руководителями Тамбова, например, «Ничего личного» на ТК «Олимп», «Личное дело» на ТК «Новый век», «Рабочий полдень» на ГТРК Тамбов.

Все это подтверждает важность регионального телевидения и необходимость осуществления продуманной политики по отношению к нему, разработка правовых норм деятельности региональных телерадиокомпаний, поддержка тенденции к саморегулированию и повышению действенности положений кодекса вещания, утвержденного в каждой телерадиокомпании. Такие меры будут способствовать распространению культурных и духовных ценностей, ограждению телерадиоаудитории от крайностей и ангажированности вещания, обеспечению свободы информации и слова.

Таким образом, исследование истории тамбовского телевидения было проведено в контексте общественно-политических процессов, происходящих в

регионе, что позволило выделить общие тенденции регионального и центрального телевидения.

Кризисные явления регионального телевидения: финансовая слабость, зависимость от властных структур, снижение качества продукции, утрата важной социальной, просветительской функции – свидетельствует о важности сохранения регионального вещания и вывода его на качественно новый уровень. Для этого необходимо решить главный вопрос – финансирование, в котором возможно сочетание как государственного субсидирования, так и частных инвестиций.

Вместе с тем немаловажно обратить внимание и на профессиональные требования к работе регионального тележурналиста как ключевого звена в местном телевидении. С одной точки зрения, требования к журналисту местного телевидения мало чем отличаются от требований к журналисту федерального телеканала: руководствоваться тем, что интересно местной аудитории, уметь работать в кадре, писать закадровый текст, находить темы и героя, быть объективным, грамотно говорить. Однако, региональный журналист должен хорошо представлять жизнь и проблемы своего региона, менталитет своей аудитории, а события жизни региона должны волновать его больше, чем события в стране и за рубежом. С другой, региональный тележурналист должен быть многофункционален, т.к. технические возможности оборудования студий, как правило, ограничены.

Следовательно, региональные тамбовские телеканалы имеют свою специфику развития и характерные черты, что проявляется в особенностях освещения социально-политической, экономической, культурной жизни региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**I**

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д.Аакер. - М.: ИД Гребенникова, 2003. - 340 с.
2. Акопов, А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, проблемы / А.И. Акопов. - М., 2002 г. - 368 с.
3. Аршанский, В.С. Тамбовская словолитня: Тамбовская типографии «Пролетарский светоч». Основана в 1787 г. / Ред.-сост. В.С. Аршанский. - Тамбов: ИД «Мичуринск», 2017. - 165 с.
4. Багиров, Э.Г. Очерки теории телевидения / Э.Г. Багиров. - М.: Искусство, 1978. - 151 с.
5. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г.П.Бакулев. - М., 2010. - 176 с.
6. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика / Е. А. Баранова. – Москва: ЮРАЙТ, 2014. – 269 с.
7. Бережная, М. А. Телевизионный журналист. Основы творческой деятельности / М.А. Бережная. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 215 с.
8. Беспалова, А.Г., История мировой журналистики / А.Г.Беспалова, Е.А.Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько // - Москва – Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. - 331 с.
9. Бобров, А. А. Путь к профессионализму / А.А.Бобров. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 337 с.
10. Борецкий, Р.А. Беседы об истории телевидения / Р.А. Борецкий. - М.: Икар, 2011. - 178 с.
11. Борецкий, Р.А. Журналист ТВ: за кадром и в кадре / Р.А. Борецкий, Г.В. Кузнецов. - М., 1990. – 152 с.
12. Борецкий, Р.А. Телевидение на перепутье / Р.А. Борецкий. - М., 1998. – 259 с.

13. Вакурова, Н.В. Типология жанров современной экранной продукции / Н.В. Вакурова, Л.И.Московкин - М., 1998. - 62 с.
14. Вартанова, Е.Л. Национальные модели информационного общества / под ред. Е.Л. Вартановой - М.: ВК, 2005. - 371 с.
15. Вартанова, Е.Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя / Е.Л. Вартанова. - М.: МедиаМир, 2015. - 136 с.
16. Вартанова, Е.Л. Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад / под общ. ред. Е.Л.Вартановой, В.П.Коломийца. - М., 2017. - 115 с.
17. Вартанова, Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы / Е.Л. Вартанова. - М., Медиа Мир, 2009. - 487 с.
18. Видная, О.Е. Журналистское мастерство / О.Е.Видная, Е.А.Зверева, С.А.Серова и др. - Тамбов, 2013. - 91 с.
19. Видная, О.Е. Журналисты и журналистика Тамбовского края : монография / О.Е.Видная, Ю.Э.Михеев. - Тамбов: ИД ТГУ им. Г. Р. Державина, 2009. - 52 с.
20. Вырковский, А.В. Региональное телевидение России на пороге цифровой эпохи : монография / А.В. Вырковский, М.И. Макеенко. - М., 2014. - 144 с.
21. Гааг, Н.А. Радиодраматургия: радиотеатр в системе жанров радио / Н.А. Гааг. - Воронеж, 2017. – 242 с.
22. Гаджиев, К. С. Геополитические горизонты России. Контуры нового миропорядка / К.С. Гаджиев. - М.: Экономика, 2007. - 752 с.
23. Гаспарян, В.В. Работа радиожурналиста (технология творчества) / В.В. Гаспарян. - М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. - 37 с.
24. Гегелова, Н. С. Культурная миссия телевидения: монография / Н.С. Гегелова. - М.: РУДН, 2011. - 263 с.

25. Голядкин, Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения / Н.А. Голядкин. 3-е изд., испр. - М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. - 191 с.
26. Грабельников, А.А., Организация информационного производства на телевидении / А.А. Грабельников, И.И. Волкова, Н.С. Гегелова. - М.: РУДН, 2008. - 250 с.
27. Гринберг, Т.Э. Политические технологии. PR и реклама / Т.Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 280 с.
28. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ / С.М.Гуревич – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
29. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. - М.: КДУ, 2009. – 296 с.
30. Делицын, Л.Л. Количественные модели распространения нововведений в сфере информационных и телекоммуникационных технологий / Л.Л. Делицын. - М.: МГУКИ, 2009. – 107 с.
31. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов : монография / И.М.Дзялошинский. - М., АПК и ППРО, 2013. - 479с.
32. Егоров, В.В. Телевидение. Страницы истории / В.В.Егоров. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 202 с.
33. Егоров, В.В. Телевидение: теория и практика / В.В. Егоров. - М, 1997. - 80 с.
34. Ермилов, А.Е. Живой репортаж: Профессиональные советы тележурналисту / А. Е. Ермилов. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 112 с.
35. Ершов, Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития / Ю.М. Ершов. – М.: Издательство Московского университета, 2012. - 340 с.
36. Журналистика электронных сетей. Сборник научных работ. Выпуск №1 / отв. ред. проф. Акопов А.И. - Воронеж, 2007. – 253 с.
37. Журналистика электронных сетей. Сборник научных работ. Выпуск №2 / отв. ред. проф. Акопов А.И., - Воронеж, 2008. – 253 с.

38. Засурский, И.И. Масс-медиа Второй Республики / И.И. Засурский. М.: Изд-во МГУ. – 1999. - 270 с.
39. Засурский, Я. Н. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 259 с.
40. Засурский, Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика. 1990-2007 / Я.Н. Засурский. - М., 2007. - 560 с.
41. Засурский, Я.Н. Качественная пресса в медийных структурах / Я.Н. Засурский. - М.: Икар, 2015. - 334 с.
42. Засурский, Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России / Я.Н. Засурский. - М.: Аспект-пресс, 2002. - 303 с.
43. Зверева, Е.А. Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте: монография / Е.А. Зверева. – Воронеж: Кварта, 2017. - 202 с.
44. Зверева, Н.В. Школа регионального тележурналиста. / Н.В.Зверева. - Нижний Новгород: Издательский дом Минакова, 2009. – 272 с.
45. Землянова, Л.М. Коммуникативистика и средства информации / Л.М. Землянова. - М., 2014. – 416 с.
46. Иванов, А.И. Основы телевизионной и радиожурналистики / А.И.Иванов, Т.Е.Самотойлова. - Тамбов, 2015. - 225 с.
47. Ильченко, С.Н. Современные аудиовизуальные СМИ: Новые жанры и формы вещания / С.Н. Ильченко. - СПб.: Роза мира, 2006. - 140 с.
48. Ильченко, С.Н. Телевидение в эпоху интернета / С. Н.Ильченко, О. А.Окнер. – СПб., 2005. – 106 с.
49. Ильченко, С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы / С.Н.Ильченко. - СПб.: ИВЭСЭП, 2008. - 182 с.
50. Качкаева, А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А.Г. Качкаева, И.В. Кирия, К.Г. Коломеец и др. – М., 2010. - 200 с.
51. Ким, М.Н. Основы теории журналистики / М.Н. Ким. - СПб. : Питер, 2013. - 286 с.

52. Кириллова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента / Н.Б. Кириллова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. - 184 с.
53. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. - М. : Академический Проспект, 2005. - 448 с.
54. Кирия, И.В. Зарубежный медиамаркетинг / И.В. Кирия. - М., 2010. - 146 с.
55. Кирия, И.В. Теоретические аспекты мультимедийности в СМИ / И.В. Кирия - М., 2009. - 200 с.
56. Коновалова, О.В. Основы журналистики / О.В. Коновалова. - Ростов н/Д: МарТ, 2005. - 272 с.
57. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики / С.Г. Корконосенко. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 287 с.
58. Корконосенко, С.Г. Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. - М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
59. Корнилов, Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий: монография / Е.А.Корнилов. - Ростов на Дону: Донской издательский дом, 1999. - 224 с.
60. Коробицын, В.И. Социологические исследования ТВ и рекламы / В. И. Коробицын, Е.Н. Юдина. - М.: Изд-во «РИП-холдинг», 2006. – 200 с.
61. Кузнецов, Г.В. Журналист на экране / Г.В.Кузнецов. - М., 1985. – 208 с.
62. Кузнецов, Г.В. Золотые годы отечественного телевидения. 1957-1970 : Очерки по истории отечественного телевидения / Г.В.Кузнецов, Н.Н.Месяцев. - М.: Воскресенье, 1999. - 416 с.
63. Кузнецов, Г.В., Телевизионная журналистика / Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я. Юровский. - М.: Изд-во МГУ, Изд-во Высшая школа, 2002. - 288 с.
64. Кэрролл, В. М. Новости на TV / В.М. Кэрролл. - М., 2000. – 285 с.
65. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. - М.: Аспект-Пресс, 2004. - 240с.
66. Лапина, И.Ю. Научно-популярное телевидение: Драматургия мысли / И.Ю. Лапина. - М.: Аспект Пресс, 2007. - 160 с.

67. Лукина, М.М. Интернет-СМИ: теория, история, практика / Лукина М.М. - М.: Изд-во Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
68. Макеенко, М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии / М.И. Макеенко. - М. : Издательство Московского университета, 2010. - 560 с.
69. Маховская О. Телемания: болезнь или страсть? / О. Маховская. – Москва: Вильямс, 2007. – 322 с.
70. Мисонжников, Б.Я. Журналистика : введение в профессию / Б.Я. Мисонжников, А.Н. Тепляшина. - СПб.: Питер, 2014. - 265 с.
71. Михайлов, С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А.Михайлов. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. - 447 с.
72. Муратов, С.А. ТВ – эволюция нетерпимости / С.А. Марутов. - М. : Логос, 2000. - 240 с.
73. Мясникова, М.А. Телевидение как феномен культуры / М.А. Мясникова. – Екатеринбург, 2017. - 140 с.
74. Мясникова, М.А.Морфологический анализ современного российского телевидения: монография / М.А. Мясникова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. - 320 с.
75. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров. - М., 2010. – 106 с.
76. Овсепян, Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 - начало 90-х годов) / Р.П.Овсепян. - М.: Изд-во МГУ, 1999. - 304 с.
77. Протасов, Л.Г. Тамбовская энциклопедия / Л.Г. Протасов. - Тамбов : Юлис, 2004. - 707 с.
78. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. - М., 1998. - 465 с.
79. Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия / Е.П.Прохоров. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 352 с.
80. Региональная журналистика России / под ред. В.В. Тулупова. Воронеж, 2012. - 204 с.

81. Россия: реформирование властно-управленческой вертикали в контексте проблем социокультурной модернизации регионов : монография / В.А. Шилова, К.Э. Гусейнова, А. В. Тихонов и др.; отв. ред. А. В. Тихонов. – М.: ФНИСЦ РАН, 2017. - 432 с.
82. Саппак, В.С. Телевидение и мы / В.С Саппак. - М., 1988. – 168 с.
83. Сапунов, В.И. Мультимедийное телевидение: технологии, политическая экономия и социокультурный аспект / В. И. Сапунов. – Воронеж: Изд-во ф-та журналистики ВГУ, 2017. – 81 с.
84. Свитич, Л.Г. Профессия: журналист / Л.Г.Свитич. - М.: Либерия, 1996. – 80 с.
85. Свитич, Л.Г., Российский журналист и журналистское образование (социологическое) / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева, под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Издательство «ВК», 2006. – 324 с.
86. Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 51-й науч.-практ.конф. /отв. ред.-сост. С.Г. Корконосенко. - СПб.: 2012. – 249 с.
87. Стариков, А.Г. Масс-медиа современной России / А.Г. Стариков. - Ростов-на Дону: Феникс, 2013. - 250 с.
88. Тертычный, А.А. Логическая культура журналиста / А.А. Тертычный. - М., 2005. - 394 с.
89. Тертычный, А.А. Расследовательская журналистика / А.А. Тертычный. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 384 с.
90. Тулупов, В. В. Техника и технология СМИ. Печать, телевидение, радио, Интернет / В. В. Тулупов, М. И. Цуканова, В. И. Сапунов, А. А. Бобряшов / Под ред. В. В. Тулупова. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2006. – 335 с.
91. Тулупов, В.В. Журналистика, реклама, связи с общественностью / В.В.Тулупов. - Воронеж: Факультет журналистики Воронежского государственного университета, 2010. - 76 с.
92. Тулупов, В.В. Реклама: теория и практика / В.В.Тулупов. - Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011. - 400 с.

93. Тулупов, В.В. Техника и технология СМИ. Печать, телевидение, радио, Интернет / В.В. Тулупов, А.А. Колосов, М.И. Цуканова, В.И. Сапунов, А.А. Бобряшов. - СПб.: Издательство Михайлова В. А. – 2006. – 320 с.
94. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации / Л.Н. Федотова. 4-е изд. - М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2009. – 400 с.
95. Фомичева, И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию / И.Д. Фомичева. - М.: Аспект-Пресс, 2004. – 155 с.
96. Фомичева, И.Д. Социология СМИ / И.Д.Фомичева. - М.: Аспект Пресс, 2007. – 360 с.
97. Хазиев, А.В. Из истории нашей революции: свидетельства участника / А.В. Хазиев. Тамбов, 2015. - 334 с.
98. Хазиев, А.В. История тамбовского государственного телевидения 1992-2008. / А.В. Хазиев. - Тамбов, 2008. – 235 с.
99. Цвик, В.Л. Телевидение: системные характеристики / В.Л.Цвик. - М., 1999. – 286 с.
100. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика / В.Л.Цвик. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 382 с.
101. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд / А.Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 157 с.
102. Шарончикова, Л.В. Радиовещание и телевидение Франции : монография / Л.В.Шарончикова. - М., 2011. - 222 с.
103. Шестерина, А.М. Авторская телепередача / А.М. Шестерина. – Воронеж: Изд-во факультета журналистики Воронеж. гос. ун-та, 2017. - 136 с.
104. Шестерина, А.М. Интерактивная журналистика / А.М. Шестерина. – Воронеж: Изд-во ф-та журналистики ВГУ, 2007. – 50 с.
105. Шестеркина, Л. П., Методика телевизионной журналистики / Л. П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. 224 с.
106. Шестеркина, Л.П. Методика телевизионной журналистики / Л.П. Шестеркина, Т.Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 224 с.

107. Шкондин, М.В. Типология периодической печати / М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская, М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова. - М.: Аспект-Пресс, 2009. - 236 с.

108. Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2011 / Под ред. Е.Л. Вартановой. - М., 2012. - 188 с.

109. Юровский, А.Я. Телевидение - поиски и решения : Очерки истории и теории сов. тележурналистики / А.Я. Юровский. 2-е изд., доп. - М.: Искусство, 1983. - 215 с.

II

110. Алексеев, А.Н. Новая российская газетная пресса: типологическая структура и ее изменения (1988-1997гг.) / А.Н. Алексеев // «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. – 1999. - №1. С.1-18.

111. Алипулатов, И.С. Региональные СМИ. Опыт. Проблемы. Перспективы / И.С. Алипулатов // Молодой ученый. - 2014. - № 21. - С. 267-270.

112. Алипулатов, И. С. Ответственность региональных СМИ / И.С. Алипулатов // Молодой ученый. - 2015. - №4. - С. 446-448.

113. Антипов, О.Н., Организация местного ТВ – дело прибыльное / О.Н.Антипов, А.М.Волов // Техника кино и телевидения. - 1995. - №3. - С. 55.

114. Беспмятнова, Г.Н. Российский телевизионный infotainment: истоки и особенности коммуникации в современном мире / Г.Н. Беспмятова // Материалы Российской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 11-12 мая 2005 / Под ред. проф. В.В. Тулупова. - Воронеж, 2005. - С. 148-150.

115. Веселовский, А.Г. Первые шаги рабселькоровского движения (по материалам тамбовских газет первых лет советской власти) / А.Г. Веселовский // Вестник Череповецкого гос. ун-та, 2013. - № 3. С 65 – 68.

116. Видная, О.Е. Истоки традиций региональной прессы: страницы истории тамбовской журналистики конца XX – начала XXI века / О.Е.Видная // Социально-гуманитарные знания, 2018. - № 8. - С.290-297.

117. Видная, О.Е. Новые медиа как источник информации / О.Е.Видная // Перспективы развития науки и образования. Материалы международной заочной научно-практической конференции, ноябрь 2013. – М., 2013. - С. 106-108.

118. Видная, О.Е. Пресс-служба в регионе: тамбовский опыт / О.Е.Видная // Региональная журналистика: от истории к современности: материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции (заочной), 25 апреля 2013 / М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина», Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2013. - 229 с.

119. Видная, О.Е. Тамбовская журналистика: день вчерашний и день сегодняшний (к 15-летию журналистского образования в Тамбовской области) / О.Е.Видная, А.И.Иванов // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. – Тамбов, 2012. – Вып.3. – С. 361-367.

120. Видная, О.Е. Тамбовская журналистика: день вчерашний и день сегодняшний : приложение к журналу / О.Е. Видная // Вестник Тамбовского университета. Том : Кафедра журналистики. - 1994-2009. - Тамбов, 2009. - 205 с.

121. Видная, О.Е. Телевидение в регионе: к вопросу о перспективах развития / О.Е. Видная // Социально-гуманитарные знания, 2016. - № 9. - С. 300-309.

122. Гарматин, А.А. Интернет-телевидение: характеристики и перспективы / А.А. Гарматин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - Воронеж, 2008. - №2. С. 53-55.

123. Демидова, Т.В. Трансформация модели российских СМИ в 1990-х годах / Т.В. Демидова // Молодой ученый. - 2010. - №5. - Т.2. - С. 241-243.

124. Иванов, А.И. «Говорит Тамбов...» (страницы истории тамбовского радиовещания) / А.И.Иванов// Региональная журналистика: от истории к современности: материалы Третьей Всероссийской научно-практической конференции (заочной), 25 апреля 2014. - М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина». - Тамбов, 2014. - С. 32-39.

125. Ишин, А.В. Журнал «Грядущая культура» Тамбовского пролеткульта: проблема отношения к культурному наследию // Гісторыя журналістыкі: урокі мінулага і практыка сучасных СМІ. - Минск, 2013.- С.113-119.

126. Коломиец, В.П. Медиатизация - социальный тренд / В.П.Коломиец. Философия коммуникативного пространства: расширяя галактику (к 100-летию со дня рождения Герберта Маршалла Маклюэна) : материалы международной междисциплинарной научно-практической конференции, 12 - 14 дек.2011. - М., 2012. - С. 51-56.

127. Мелешко, С.А. Интервью в прямом эфире на региональном телевидении как способ отражения и влияния на общественное мнение зрительской аудитории / С.А. Мелешко // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - 2012. - №1. – с. 210-215.

128. Олешко, В.Ф. До первой бури. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / В.Ф. Олешко // Журналист. - 2013. - №1. - С. 27-38.

129. Перцев, С.С. Особенности Воронежского телевидения в период его становления (50-е годы XX века) / С.С.Перцев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - 2015. - №2. - С. 133-134.

130. Перцев, С.С. Трансформация Воронежского телевидения в 60-е годы 20 века / С.С. Перцев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - 2015. – №4. – С. 139-140.

131. Попова, О.Ю. Роль телевидения в общественно-политической жизни региона на примере Тамбовской области: исторический срез 1970 - 2010 гг.» / О.Ю. Попова // Социально-гуманитарные знания. 2018. - №11.

132. Уразова, С.Л. Современное телевидение в пределах экранной культуры / С.Л. Уразова // Вестник Новосибирского государственного университета. – 2012. С. 24-30.

133. Уразова, С.Л. Медиареальность в контексте социокультурной глобализации / С.Л.Уразова // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия:

История, филология. 2011. Т. 10. Вып. 6. Журналистика / Отв. ред. И. В. Высоцкая. Новосибирск: Изд-во НГУ, 2011. С. 36-41.

134. Цибанова, Н.Н. Классификация основного контента телеканалов по периодичности выхода в эфир / Н.Н. Цибанова // Молодой учёный. - 2014. - №18. - С. 833-837.

135. Чернов, А.В. К вопросу о медиарегионалистике / А.В. Чернов // Региональная журналистика: от истории к современности: мат. третьей Всерос. науч.-практ. конф., 25 апр. 2014 г. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2014. - С. 67-72.

136. Чернов, А.В. Российские медиаисследования: региональная парадигма / А.В. Чернов // Векторы развития медиаисследований в России: тезисы конференции. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2012.- С. 176.

137. Чернов, А.В. Медиарегионалистика как отрасль российских исследований массмедиа. К постановке проблемы // А.В. Чернов // Меди@льманах.- 2014. - №1. С. 10-18.

138. Шевцов, В.В. Губернские ведомости в законодательстве Николая I / В.В.Швецов // Вестник Томского ун-та. - 2008. С. 110-114.

III

139. Алпеева, Н.Н. Социокультурная роль регионального телевидения России: анализ деятельности телекомпаний Западной Сибири : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Алпеева Наталья Николаевна. - Барнаул, 2003. – 208 с.

140. Ахвледиани, М.В. Телевидение в системе военно-патриотического воспитания : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Ахвледиани Мария Викторовна. - М., 2002. - 153 с.

141. Барсукова, О.В. Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Барсукова Ольга Владимировна. - Воронеж, 2012. – 224 с.

142. Вондюкова, Л.А. Роль телевидения в политической жизни общества. дис ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Вондюкова Людмила Александровна. - СПб., 2005. - 162 с.

143. Герасимова, С.А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности // дис. ... канд. культуролог. наук: 24.00.01 / Герасимова Светлана Анатольевна. - СПб., 2000. - 156 с.

144. Гросул, Г.В. Развитие регионального телевидения в информационном пространстве России 1967 – 2008 гг. (на материалах Калмыкии) : дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Гросул Гиляна Владимировна. - Астрахань, 2010. - 176 с.

145. Данилов, А.А. Становление и развитие телевидения в регионах России во второй половине XX - начале XXI вв. (на материалах Марийской, Мордовской и Чувашской республик): дис. ... док. ист. наук: 07.00.02. / Данилов Андрей Анатольевич. – Казань, 2010. – 484 с.

146. Дворецкая, Н.И. Региональное телевидение как фактор духовно-нравственного воспитания личности: Белгородское ТВ. 1993- 2003 годы : дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Дворецкая Надежда Ивановна. - М., 2004. - 128 с.

147. Думчев, А.В. Телевидение Курганской области: 1960-1991 годы : дисс. ... канд. истор. наук: 07.00.02 / Думчев Андрей Викторович.- Челябинск, 2006. - 249 с.

148. Козлова, Л.В. Становление и развитие регионального телевидения во второй половине XX - начале XI вв: на материалах Амурской области : дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Козлова Людмила Викторовна. - Хабаровск, 2006. – 210 с.

149. Кондратенко, А.И. Формирование концепции провинциальной периодической печати (на материалах Орловской региона): автореферат дис. ... док. филол. наук: 10.01.10 / Кондратенко Алексей Иванович. - Воронеж, 2017. - 40 с.

150. Коновалова, О.В. Основные тенденции развития регионального телевидения в современных условиях: на материалах телевидения Юга России : дис... док. филол. наук: 10.01.10 / Коновалова Ольга Васильевна. - М., 1999. - 251 с.

151. Кротова, Л.Г. Основные тенденции развития информационного телевизионного вещания Красноярского края: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Кротова Людмила Георгиевна. – М., 2005 -133 с.

152. Мороз, О.П. Становление и развитие государственного регионального телевидения (на примере ГТРК «Тверь»), дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Мороз Оксана Петровна. - Тверь, 2011. - 251 с.

153. Пилипенко, А.В. Телевидение как средство нейролингвистического программирования, дис. ...канд.социол. наук: 22.00.06 / Пилипенко Андрей Владимирович. – Тамбов, 2004. – 176 с.

154. Пономаренко, С. В. История становления и развития телевидения в Бурятии: 1961-1991 годы: дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Пономаренко Сергей Владимирович.- Улан-Удэ, 2012.- 207 с.

155. Рогозина, И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Автореф. дис. ...докт. филол. наук. / Ирина Владимировна Рогозина. - Барнаул, 2003. – 31 с.

156. Смолеев, А.А. Общественно-политическая жизнь в Тамбовской области (1983-1993) : дис. канд. ист. наук: 07.00.02 / Смолеев Александр Анатольевич. - Тамбов, 2015. - 238 с.

157. Степанова, Н.Ю. Становление и развитие телевидения в Удмуртии в 1956-1985 гг. : автореферат дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Степанова Наталья Юрьевна. – Ижевск, 2009. – 24 с.

158. Сухов, А.Х. Совершенствование механизма социально-экономического управления структурой вещания региональных телекомпаний : дис. ... канд. экном. наук: 08.00.05 / Сухов Алим Хусаинович. - СПб., 2004. - 178 с.

159. Таранова, В.А. Структура и принципы организации регионального вещания: на примере телевидения Сибирского федерального округа.: дисс. ...канд. филол. наук: 10.01.10 / Таранова Василиса Алексеевна. - М., 2012. - 244с.

160. Шестеркина, Л.П. Возникновение и развитие челябинского областного телевидения : 1958-1985 гг. : дисс. ... канд. ист. наук: 07.00.02/ Шестеркина Людмила Петровна. - Челябинск, 2005. - 241 с.

161. Юровский, С.А. Средства массовой информации в системе государственной политики современной России : дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Юровский Сергей Алексеевич. - М., 2001. - 156 с.

VI

162. Алешин, Д.А. Анализ регионального информационного сайта vestitambov.ru [Электронный ресурс] / Д.А. Алешин // Региональная журналистика: от истории к современности : мат. 3-ей Всерос. науч.-практ. конф. - Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/analiz-regionalnogo-informacionnogo-sajta-vestitambov.ru>. (дата обращения: 13.03.2016).

163. Вартанова, Е.Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента [Электронный ресурс] / Е.Л. Вартанова // Медиаскоп. – Электрон. журн. – 2007. – №1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/197>. (дата обращения: 18.04.2016).

164. Видная, О.Е. Глобальные проблемы «маленьких» телекомпаний [Электронный ресурс] / О.Е. Видная, Г.С. Зайцева // Журналистика в современном медиапространстве глобализация, конвергенция, мультимедийность : материалы междунаро. науч.-практ. конф. - Тамбов, 2013. - Режим доступа: http://www.tsutmb.ru/nauka/internetkonferencii/2015zhurnalistika/vidnayu_zaceva.pdf. (дата обращения: 03.06.2016).

165. Видная, О.Е. Традиционные и новые медиа: стратегия и тактика сближения [Электронный ресурс] / О.Е. Видная // Журналистика в современном медиапространстве: глобализация, конвергенция, мультимедийность: материалы Первой Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВПО «Тамб.гос.ун-т им. Г.Р.Державина, Тамбов, 2013. URL: <http://tsutmb.ru/nu/nauka/>. (дата обращения: 23.11.2016).

166. Вырковский, А.В. Российские медиаменеджеры в условиях конвергенции: рабочие процессы, компетенции и личные качества [Электронный ресурс] / А.В. Вырковский // Медиа альманах. – Электрон. журн. – 2015. - №5. – Режим доступа: <http://istina.msu.ru/publications/article/12105121/>. (дата обращения: 06.03.2017).

167. Гарматин, А.А. Интернет-вещание в системе СМИ: особенности и принципы функционирования [Электронный ресурс] / А.А. Гарматин // RELGA. – Электрон. журн. – 2005. - №2. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu->.(дата обращения: 13.03.2017).

168. Дзялошинский, И.М. СМИ и органы местного самоуправления: взаимодействие во имя информационной открытости власти [Электронный ресурс] / И.М. Дзялошинский. - М.: Правозащитный фонд «Комиссия по свободе доступа к информации», 2002. – Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/books/mcu/mcu-00.html>. (дата обращения: 03.03.2016).

169. Дружинин, А.М. Интернет-телевидение в системе политических коммуникаций [Электронный ресурс] / А.М. Дружинин // Век качества. - Электрон. науч. журн. – 2016. - №1. – Режим доступа: <http://www.agequal.ru/pdf/2016/116007.pdf>. (дата обращения: 10.02.2016).

170. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация [Электронный ресурс] / А.А. Калмыков. - Режим доступа: <http://www.ipk.ru/index.php?id=1841>. (дата обращения: 11.02.2017).

171. Карякина, К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента [Электронный ресурс] / К.А. Карякина. - Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/524>. (дата обращения: 05.05.2015).

172. Мирошник, М.А. Концепция интернет-портала региональной телекомпании. Канал «Новый век» [Электронный ресурс] / М.А. Мирошник, А.И. Папушой // Региональная журналистика: от истории к современности : мат. 4-ой Всерос. науч.-практ. конф. - Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/konczepczyia->

internet-portala-regionalnoj-telekompanii.-kanal-%C2%ABnovyj-vek%C2%BB. (дата обращения: 21.03.2017).

173. Попова, О.Ю. Современные тенденции развития регионального телевидения [Электронный ресурс] / О.Ю. Попова // Региональная журналистика: от истории к современности : мат. 4-ой Всерос. науч.-практ. конф. – Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/sovremennyye-tendenczii-razvitiya-regionalnogo-televideniya>. (дата обращения: 15.03.2016).

174. Ухов, И. Региональная журналистика должна выйти из холопского состояния [Электронный ресурс] / И. Ухов // Взгляд. - 2015. - 27 апр. - Режим доступа: <http://vz.ru/opinions/2015/4/27/742229.html>. (дата обращения: 14.09.2016).

175. Шилина, М.Г. Интернет-коммуникации: исследовательские концепции XXI века. К вопросу о формировании категориально-понятийного аппарата [Электронный ресурс] / М.Г. Шилина // Mediascope. - Электрон. журн. – 2008. - №3. – Режим доступа: www.mediascope.ru/node/1081. (дата обращения: 27.03.2015).

V

176. Агарков, А. Закон един. На печать и радио он тоже распространяется / А. Агарков // Тамбовская жизнь. - 1994. - 20 июля.

177. Агукин, А. Нашла коса на камень / А. Агукин // Тамбовская жизнь. - 1992. - 25 апреля.

178. Алешина, Т. Объективно, любопытно, актуально / Т. Алешина // Тамбовский курьер. - 2004. - 18 октября.

179. Алтеев, В. Отныне и повсеместно, сейчас и в любую погоду будет вести передачи Тамбовское телевидение / В. Алтеев // Город на Цне. - 1992. - №51. - 26-31 декабря.

180. Андреева, Э. Завоевали «ТЭФИ» / Э. Андреева // Мир информации. - № 49. -2003. - 9 декабря.

181. Анонсы // Мир информации. - 2004. - 06 июля.

182. Антипов, О.Н., Организация местного ТВ – дело прибыльное / О.Н. Антипов, А.М. Волков // Техника кино и телевидения. – 1995. – №3. – С. 55.
183. Аркадина, О. «Отныне и повсеместно, сейчас и в любую погоду» будет вести передачи Тамбовское телевидение» / О. Аркадина // Город на Цне. - № 51. - 1992.
184. Барсукова, О.В. Говорим «Полис», подразумеваем ТВ 6? / О.В. Барсукова // Мир информации. - № 5.- 2001. - 28 января.
185. Васильева, Л. Мы всегда рядом с вами / Л. Васильева // Город на Цне. - 2002. - 20-26 ноября.
186. Город ждет хороших новостей // Тамбовский курьер. - № 46. – 2004. - 8 ноября.
187. Дом, в котором мы живём // Тамбовский курьер. - 2004. - 15 июня.
188. Дубровкин, В. Показывает Моршанск / В. Дубровкин // Тамбовская жизнь. - 1995. - 05 декабря.
189. Заявление совета Тамбовской государственной телерадиокомпании / Совет Тамбовской государственной телерадиокомпании // Тамбовская жизнь. - № 133. – 1995. - 12 июля.
190. Ивлева, О. Региональные проблемы детей должны решаться городским телевидением / О. Ивлева // Тамбовские известия. - № 18. – 2000. - 2 мая.
191. Ишин, А. Тамбовскому телевидению десять лет / А. Ишин // Новости. - 2002 год. - 11-17 декабря.
192. Кадышева, Н. «Полис»: молодость, напор, интеллект / Н. Кадышева // Город на Цне. - 1998. - 19 августа.
193. Кадышева, Н. Мы всегда рядом с вами / Н. Кадышева // Город на Цне. - 2002. - 20-26 ноября.
194. Кадышева, Н. Удовлетворение любопытства за казенный счет / Н. Кадышева // Город на Цне. – 2002. - 20-26 ноября.
195. Как это было // Тамбовская жизнь. - 2002. - 19 ноября.

196. Карасев, М. Энциклопедия городских проблем / М.Карасев // Тамбовское время. - № 43. - 2001. - 24 октября.
197. Карасев, М. Юрий Панкратов тележурналист ведущий прямого эфира «Субботник» на «ВДВ» / М. Карасев // Тамбовское время. - № 7. – 2000. - 16 февраля.
198. Кей, О. Как делают новости, которые делают нас / О. Кей // Московский комсомолец в Тамбове. - 2000. - 7-14 сентября.
199. Коломийцева, О. Деловое обозрение / О.Коломийцева // Тамбовское время. - 2001. - 31 января.
200. Котов, А. «Олимп» в разгар кризиса»: А. Рассказов / А. Котов // Город на Цне. – 1998. - 23 декабря.
201. Крадинова, Е. Объединение тамбовских СМИ: корпоративное решение персональных интересов / Е. Крадинова // «Новая Тамбовщина». – 2001. – 15 мая.
202. Красовская М. Каждому по газете, радио и телевидению! / М. Красовская // Город на Цне. -№ 6. - 2002. 6-12 марта.
203. Кузнецов, Г.В. Ток-шоу: неизвестный жанр? / Г.В. Кузнецов // Журналист. - 1998. - № 11.
204. Культура Тамбовщины в «Отражении» // Новости. - 2004. - № 22.
205. Лапина, О. Пресса под прессом / О. Лапина // Московский комсомолец в Тамбове. - 2001. - 10-17 мая.
206. Михайлова, Л. День города – 2 / Л. Михайлова // Мир информации. - № 46. – 2003. - 18 ноября.
207. Михайлова, Л. Телевидение в Тамбове есть! / Л. Михайлова, М. Сантылова, Э. Андреева // Мир информации. - № 298. - 2003. - 25 ноября.
208. Муждабаев, А. Антоновка, антоновщина: история, застывшая в кадрах / А. Муждабаев // Тамбовская жизнь. - 1995. - 20 сентября.
209. На телеэкране передачи Воронежа // Тамбовская правда. - № 73. – 1960. - 16 ноября.

210. Назаренко, Б. Трудности роста / Б. Назаренко // Город на Цне. - 1994. - 01 января.
211. Налбандян Б. Тамбовская телевизионная станция перед пуском в эксплуатацию / Б. Налбандян // Тамбовская правда. - 1960. - 23 марта.
212. Налбандян Б. Тамбовская телевизионная станция построена / Б. Налбандян // Тамбовская правда. - 1960. - 15 сентября.
213. Насонова, Е. Тамбов в зеркале СМИ / Е.Насонова // Наш город Тамбов. - 2015. - 3 февраля.
214. Не боги горшки обжигают // Тамбовский курьер. - № 4. - 12-18 сентября.
215. Не забывать о гражданской ответственности : материалы пресс-службы мэра Тамбова // Тамбовская жизнь. - 2003. - 02 декабря.
216. Нечайкина, Л. Телевидение и мы, как это все начиналось / Л. Нечайкина // Согласие. – 1997. - 23 апреля.
217. Новый руководитель Тамбовской телерадиокомпании / Пресс служба администрации области // Тамбовская жизнь. – 1993 - 15 сентября.
218. Олешко, В. До первой бури. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / В. Олешко // Журналист. - 2013. - №1. - С. 27-38.
219. Телепрограмма телеканала «Полис» // Экспресс-репортер. 1993. № 25. - 17 июня.
220. Тишин, А. Открытое письмо главе администрации Тамбовской области Бетину О. И. / А. Тишин, М. Косых, Л. Сквознова, Н. Агапов, Н. Соколова, Р. Мялкина, Е. Провалов, А. Бегинин, В. Леоно // Тамбовская жизнь. - 1995. - 05 июля.
221. Парамонова, Н. Маленькая школа тележурналистики / Н. Парамонова // Тамбовский курьер. - № 45. – 2006. - 3 ноября.
222. Пилипенко, Н. Говорит и показывает Тамбов / Н. Пилипенко // Аргументы и факты - Черноземье. - 2002.

223. Полис: все к лучшему? // Московский комсомолец в Тамбове. - 2000. - 2-9 ноября.
224. Полозов, В. Журналист против чиновника: кто кого? / В. Полозов // Город на Цне. - 2003. - 23 июля.
225. Полозов, В. Ниша для «ВДВ» / В. Полозов // Новая тамбовская газета. - 1995. - 19 мая.
226. Потапов С.: только бы хватило эфира Тамбовское время / С. Потапов // - 2003. - 11 апреля.
227. Потапов, С. Новая тамбовская газета / С. Потапов // Тамбовское время. - 1995. - 19 мая.
228. Потапов, С. Только бы хватило эфира! / С. Потапов // Тамбовское время. - 2003. - 11 апреля.
229. Правдина, О. Губернатор «наехал» на прессу не по адресу / О. Правдина // «МК» в Тамбове. - 2003. - 23-30 апреля.
230. Рогожкин, В. Вы сердитесь... / В. Рогожкин // Наш голос. - № 46. - 1999. - 18 ноября.
231. Рогожкин, В. Надеюсь, что встречу с телезрителями уже в этом году / В. Рогожкин // Тамбовский курьер. - № 15. - 2001. - 2 апреля.
232. Садомцева, М. ТВ: забава или средство / М. Садомцева // Город на Цне. - № 38. - 1993. - 18 сентября.
233. Самойлова О. Новое...Тамбовское...Какое? / О. Самойлова // Наедине. - 2001. - 20 февраля.
234. Самойлова, О. Посмотрим! / О. Самойлова // Наедине. - 2001. - 20 февраля.
235. Самойлова, О. Работа и творчество всегда были на первом месте / О. Самойлова // Наедине. - 2001. - 11 декабря.
236. Саморукова, Н. Тамбовское телевидение сегодня и завтра / Н. Саморукова // Комсомольское знамя. - 1990. - № 23.
237. Самышкин, А. «День города» - народная программа Тамбовское время / А. Самышкин, А. Устинова. - № 46. - 1999. - 17 ноября.

238. Самышкин, А. День города-народная программа / А. Самышкин // Тамбовское время. - 1999. - 17 ноября.
239. Сантылова, М. «Полис» меняет партнера / М. Сантылова // Мир информации. - № 27. – 2004. - 6 июля.
240. Сергеев, В.В. В. Рогожкин: мы планируем выйти на всероссийский рынок / В.В. Сергеев // Тамбовский курьер. – 2000. - 7 февраля.
241. Сергеев, В.В. Особенности телевизионной рекламы / В.В. Сергеев // Тамбовский курьер. - № 56. - 2000. - 11 сентября.
242. СМИ и общество // Регион 68. - № 1. - 2004. - 2 февраля.
243. Сокрушаева, Л. Каждому по газете, радио и телевидению! / Л. Сокрушаева // Город на Цне. - 2002. - 6-12 марта.
244. Ставриецкин, А. ТВ сегодня и завтра / А. Ставриецкин // Тамбовская правда. – 1991. - 19 января.
245. Стаханов, Е. В эфире – телестудия «Кристалл» / Е. Стаханов // Кирсановская газета. - 1993. - 23 марта.
246. Страхов, М. ТВ ВДВ пять лет в эфире / М. Страхов // Тамбовское время. - 2000. - 19 апреля.
247. Строкова, О. Ваше время – с «Новым веком» / О. Строкова // Регион 68. 2006. №7-8. С. 17.
248. Тамбов-медиа // Новая Тамбовщина. - 2001. - 15 мая.
249. Тоже важно // Мир информации. - 2003. - 09 декабря.
250. Фадеева, М. Власть и СМИ: как строятся отношения? / М. Фадеева // Город на Цне, - № 10(604). - 2003- 5-11 марта.
251. Фадеева, М. Председатель и его компания / М. Фадеева // Город на Цне. - № 16. – 1992.
252. Фадеева, М. Что там в прямом эфире / М. Фадеева // Город на Цне. - № 17. - 1992.
253. Чернышова О. Будешь в Моршанске – включай 29-й канал / О. Чернышова // Тамбовская жизнь. – 2001. - 30 марта.

254. Шарообразный, И. Три года в эфире / И. Шарообразный // Полис плюс. - № 50. - 1996. - 10 декабря.

255. Щеглова, Е. Экстрим по-тамбовски / Е. Щеглова // «Московский комсомолец» в Тамбове. - 2006. - 4-11 октября.

256. Юдахина, Г. Цензура имени Калашникова, грустные размышления в юбилейный год / Г. Юдахина // Гала клуб. – 2003. - 15 января.

VI

257. Беднов, С. Любимые народом телегерои часто оказываются иностранцами [Электронный ресурс] / С.Беднов // Труд. - Режим доступа: http://www.trud.ru/article/26-04-2012/275529_ljubimye_narodom_telegeroi_chasto_okazyvajutsja_inostrantsami.html. (дата обращения: 17.09.2015).

258. Бизнес и интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151. (дата обращения: 17.05.2015).

259. Боровенков, А.Е. Видеоблогинг: сетевые коммуникации и сетевые позиции [Электронный ресурс] / А.Е. Боровенков. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/videoblogging-setevye-kommunikatsii-i-kommunikativnye-rozitsii>. (дата обращения: 17.04.2016).

260. Бородина, А. Телелидеры [Электронный ресурс] / А. Бородина // Коммерсант. - 2017. – Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/1916727>. (дата обращения: 15.09.2015).

261. Бутенко, В.В. Вопросы цифрового вещания и особенности регулирования. [Электронный ресурс] / В.В. Бутенко. – Режим доступа: <http://niir.ru/en/v-v-butenko-voprosy-cifrovogo-veshhaniya-i-osobennosti-regulirovaniya/>. (дата обращения: 13.09.2015).

262. Волков, А.И. Роль прессы в становлении демократии в России [Электронный ресурс] / А.И. Волков // РОНЛ.ру : информационно-образовательный портал. - Режим доступа: <https://www.ronl.ru/stati/izdatelskoe-delo-i-poligrafiya/726127/>. (дата обращения: 12.06.2016).

263. Востребованность федеральных и региональных телеканалов (на примере Липецкой области) [Электронный ресурс] // Интернет-издание Pandia.ru. - Режим доступа: <https://pandia.ru/text/77/295/80805-3.php>. (дата обращения: 17.09.2015).

264. Гатов, А. Будущее журналистики [Электронный ресурс] / А. Гатов. – Режим доступа: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/>. (дата обращения: 15.09.2016).

265. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.evartist.narod.ru/text16/025.htm#_ftn2. (дата обращения: 07.02.2015).

266. История кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://istoriya-kino.ru/kinematograf/item/f00/s02/e0002899/index.shtml>. (дата обращения: 04.09.2017).

267. История Пензенского телевидения [Электронный ресурс] // ГТРК «Пенза». – Режим доступа: <http://russia58.tv/istoriya-penzenskogo-televideniya/>. (дата обращения: 14.12.2017).

268. История рязанского телевидения [Электронный ресурс] // Образовательный портал «Знак качества». – Режим доступа: <http://znakka4estva.ru/dokumenty/zhurnalistika-smi/istoriya-ryazanskogo-televideniya/>. (дата обращения: 14.12.2017).

269. Кайзер, А. Народ решит, как финансировать общественные СМИ [Электронный ресурс] / А.Кайзер // Иносми. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20150331/227226382.html>. (дата обращения: 01.08.2016).

270. Каналам разрешают крутить рекламу [Электронный ресурс] // Дни.ру. – Режим доступа: <http://dni.ru/society/2015/1/20/292353.html>. (дата обращения: 23.07.2016).

271. Карасев, М. «Полиса» больше нет? [Электронный ресурс] / М. Карасев // livejournal. - 2012. - Режим доступа: <http://vetumtrud.livejournal.com/719155.html>. (дата обращения: 03.11.2016).

272. Козлова, О.А. Сетевые СМИ вчера и сегодня (обзор литературы по интернет-журналистике [Электронный ресурс] / О.А. Козлова – Режим доступа:

https://researchgate.net/publication/274192874_setevye_smi_vcera_i_segodna_obzor_literatury_po_internet-zurnalistike. (дата обращения: 17.09.2016).

273. Количество пользователей интернета в России [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151(дата обращения: 23.03.2017).

274. Кравежина, Л.Е. Парадигма, тенденции развития и трансформация видеоконтента в традиционном телевидении и в интернете [Электронный ресурс] / Л.Е. Кравежина. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/.../paradigma-tendentsii-razvitiya-i-transformatsii-videokontent>. (дата обращения: 17.02.2016).

275. Медиа блог. Что люди делают с медиа или что медиа делают с людьми?! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://katerinatregub.blogspot.ru/2013/03/blog-post_2873.html. (дата обращения: 02.02.2017).

276. Менеджмент в СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.ru/7_116364_menedzhment-v-smi.html. (дата обращения: 30.01.2016).

277. Мирошниченко, А. Куда ведут человека новые медиа? [Электронный ресурс] / А.Мирошниченко. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu>. (дата обращения: 15.10.2016).

278. Михеева, Л. ИД «Мичуринск»: 10 лет устойчивого развития. 1 октября 2013 [Электронный ресурс] / Л. Михеева. - Режим доступа: www.top68.ru. (дата обращения: 12.02.2016).

279. Национальная энциклопедическая служба России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/termin/blogosfera.html>. (дата обращения: 29.05.2016).

280. Николчев, С. Телевизионный рынок и VIDEO ON DEMAND в России [Электронный ресурс] / С. Николчев. – Режим доступа: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU%20BTV%20and%20VoD%202013%20KVG%20Research%20RU.pdf/b5d281b6-432c-4bf8-bc8e-a3895d2216bb>. (дата обращения: 05.09.2017).

281. Персональный журналист [Электронный ресурс] : электрон. справ. – Режим доступа: http://glosspress.ru/personalniy_jurnalizm.php. (дата обращения: 23.09.2016).

282. Писарев, Е. Как это было [Электронный ресурс] / Е. Писарев. - Режим доступа: http://otambove.ru/sodeystvie/?page_id=200. (дата обращения: 03.07.2016).

283. Региональное ТВ отправили в сеть [Электронный ресурс] // Gomel-Sat. - Режим доступа: <https://gomel-sat.net/10070-regionalnoe-tv-otpravili-v-set.html>. (дата обращения: 01.08.2017).

284. Рудомиллов, И. Налог на телевидение [Электронный ресурс] : блог Ильи Рудомилова / И. Рудомиллов. - Режим доступа: <http://www.podebrady.ru/2014/03/14/tv-poplatek/> (дата обращения: 01.08.2017).

285. Сайт телекомпании «Новый век. Тамбов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vtambov.ru/>. (дата обращения: 04.09.2017).

286. Смирнова, И. Рынок онлайн-видео в России, первый ежегодный отчет: отток телесмотрения в пользу VOD [Электронный ресурс] / И. Смирнова. – Режим доступа: <https://adindex.ru/publication/analytics/100380/2014/02/4/106384.phtml>. (дата обращения: 21.04.2016).

287. Современная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/46910>. (дата обращения: 30.09.2015).

288. Социальные сети в жизни журналиста, обзор [Электронный ресурс] : офиц. сайт «МедиаПрофи». – Режим доступа: http://mediaprofi.org/mastership/journalism/item/3008-social_media_obzor. (дата обращения: 17.02.2017).

289. Тамбовская область в 1930 – 1980-х гг. [Электронный ресурс] : информационная система. - Режим доступа: <http://zadocs.ru/geograf/2771/index.html?page=3>. (дата обращения: 21.08.2015).

290. Телевидение и кино [Электронный ресурс] / Кино: энциклопедический словарь. – Режим доступа: https://cinema.academic.ru/4411/Телевидение_и_кино. (дата обращения: 26.08.2015).

291. Телевидение: Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ozhegov.org/>. (дата обращения: 21.08.2016).

292. Типология форматов российских телеканалов [Электронный ресурс] : электрон. справ. – Режим доступа: <http://pandia.ru/text/78/173/74411-2.php>. (дата обращения: 12.09.2016).

293. Узнай всё [Электронный ресурс] : электрон. справ. – Режим доступа: <https://uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-yuriy-dud.html#contents0>. (дата обращения: 04.09.2017).

294. Яблоновский, Н.Н. Хроника развития телевизионного вещания в Саратове и Саратовской области - 1990 [Электронный ресурс] / Н.Н.Яблонский // Студия документального кино «Саратовтелефильм». - Режим доступа: <http://www.saratovtelevision.com/televidenie/hronikarazvitiya.html>. (дата обращения: 12.02.2016).

VII

295. О внесении изменения в статью 14 Федерального закона «О рекламе» : федер. закон N 5-ФЗ : принят 3 февраля 2015 г. 3 с.

296. Приказ Председателя Государственного комитета Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию // ГАТО. Ф. №Р-3968. Оп.1. Д №298.

297. Приказ Управления по телевидению и радиовещанию Министерства печати и массовой информации РФ №21 от 13 февраля 1992 года // ГАТО. Ф № Р-3968. Оп.1. Д. №991.

298. Распоряжение Главы администрации Тамбовской области №23-р от 15 января 1992 года // ГАТО. Ф № Р-3968. Оп 3. Д.№186.

299. Решение исполнительного комитета Тамбовского областного Совета народных депутатов от 27 сентября 1961 года №739 // ГАТО. Ф. № Р – 3443. Оп.1. Д. №2843. Л.38.

300. Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания // ГАТО. Ф №Р 3968. Оп 1. Д.№990.

301. Тамбовский комитет по телевидению и радиовещанию исполнительного комитета областного Совета депутатов трудящихся // ГАТО. Ф № Р-3968 (ОАФ). Оп.1. Д.298.