Федеральное государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования

ИНСТИТУТ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОТНИКОВ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИОВЕЩАНИЯ

Р.И. БАТЫРШИН

ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ «МИР»: ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА СТРАН СОДРУЖЕСТВА

Москва 2011

ВВЕДЕНИЕ

После распада Советского Союза в 1991 году одной из самых важных проблем на территории бывшего государства стало сохранение, укрепление и развитие единого информационного пространства (ЕИП). В сложившихся условиях значение этой задачи трудно переоценить, поскольку она подразумевает не только широкий информационный обмен на уровне руководства вновь созданных стран, их органов управления, экономических структур, но и сохранение гуманитарных, исторических и культурных связей между народами.

Особая роль информационной политики обусловлена несколькими факторами. Среди них и общие политические задачи стран СНГ, и тесные экономические связи, и важнейшие общественные проблемы, которые государства постсоветского пространства не могут решать автономно, вне деятельного сотрудничества. Существенным является и внешнеполитический фактор. Утвердившись как самостоятельные независимые государства, бывшие союзные республики в своем большинстве по-прежнему образуют устойчивую общность как с точки зрения народов этих государств, так и с точки зрения их внешнеполитических партнеров. Многие события ясно свидетельствуют, что страны-участницы СНГ вынуждены регулярно выступать как единый субъект политических переговоров или экономических отношений. В разных сферах деятельности такое положение вещей нашло свое конституированное выражение. В 1992 году создана Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ), тогда же сформирован Электроэнергетический Совет СНГ, несколько позднее возникло Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС). Множество межгосударственных организаций работают в сфере культуры, науки, образования. Деятельность этих объединений (среди них много общественных) направлена на восстановление и развитие интеграционных связей, а также на решение острых

проблем, появившихся после распада СССР.

Наиболее наглядно возникшие трудности отразились на информационной сфере. Связи между бывшими республиками СССР – языковые, культурные, этнические, экономические, геополитические – существенно осложнились в результате радикальных политических преобразований и перешли в иное культурное качество. Вместе с тем необходимость поддержания таких связей была очевидной. Они обеспечивали и большую конкурентоспособность отдельных (теперь уже самостоятельных) государств и способствовали укреплению их суверенитетов.

Несмотря на усиливающиеся временами расхождения между бывшими советскими республиками, иногда перерастающие в прямые конфликты, актуальность создания и последующего поддержания гуманитарного и экономического единства в определенных аспектах государственной политики стран СНГ не вызывает сомнений. Напряженные отношения России с Грузией, Молдовой, Украиной, странами Балтии не отменяют наличия широкой сферы общих интересов и многолетней традиции взаимодействия в разных областях жизни.

I. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА СТРАН СОТРУЖЕСТВА

Создание единого информационного пространства – сложнейший интегративный процесс. Полное единение всех его субъектов и ресурсов – это труднодостижимый идеал, приближение к которому может быть целенаправленным, последовательным и достаточно длительным. Соединить эти разрозненные элементы возможно только благодаря целенаправленным действиям всех участников. Таким образом, информационное пространство имеет ярко выраженный социальный аспект и может трактоваться как сфера отношений людей и их общностей вокруг информационных потоков.

Попытки дать определение понятию «информационное пространство» предпринимались неоднократно. Мы предлагаем следующую дефиницию: *информационное пространство – это исторически сформировавшаяся, наделенная правовыми гарантиями и средствами связи, обеспечивающая наибольшую меру доступности для потребителя форма скоординированных и структурированных, территориально близких и удаленных информационных ресурсов, аккумулирующих результаты коммуникационной деятельности людей.*

В России термин «информационное пространство» стал использоваться в 1992 г. в связи с необходимостью сохранения тиражей печатных СМИ. В 1993–1994 гг. понятие «информационное пространство» и идея его сохранения выступили уже в качестве весомого аргумента специалистов по информатизации в пользу развития информационно-коммуникационных технологий в стране. В «Концепции формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов» понятие «информационное пространство» включает в себя «совокупности баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей».

Существование в мире быстрых социальных изменений, перемены в образе жизни сами по себе являются причиной роста объема информации, которая необходима для ориентирования в действительности. Современный человек, сознающий себя как гражданин мира, испытывает потребность в построении образа глобального мира. Решая эту задачу, помимо личного опыта необходимо руководствоваться опытом других людей, а также информацией, которую предлагают СМИ. В телекоммуникации центральным звеном является телевизионное сообщение, которое содержит информацию,

позволяющую зрителю реконструировать образ автора, телекоммуникатора. Современное телевидение обладает огромными возможностями для сохранения и передачи жизненно важных для общества сведений, включая ценности духовной культуры, ее традиции. Поэтому как будущее всего общества, так и каждого человека в отдельности в значительной степени зависит от того, какие образцы социального поведения пропагандируют телеканалы.

Надо подчеркнуть, что среди всех СМИ именно телевидение оказывает наибольшее воздействие на аудиторию. Это обусловлено не только его охватом, но и основными свойствами. За ТВ, в отличие от газет или интернета, не надо платить (символическая плата за коллективную антенну не воспринимается как плата за ТВ), это делает его еще и самым доступным СМИ. По данным опросов, 90% людей узнают о новостях по телевидению. Изначально телевидение декларировалось как составная часть духовной культуры общества, поэтому, как справедливо заметил один из теоретиков телевидения в статье с характерным названием «Два телевидения две культуры», оно стало «важнейшим фактором общественного бытия человека, регулярно передающим ему самую разнообразную информацию, дополняющую его непосредственный опыт, помогающую ему в его познавательной деятельности, влияющую на его мировоззрение и образ жизни»[1].

Отражая на экране те или иные события, телевидение создает особую медиареальность (то есть псевдореальность, существующую параллельно, «ложную окружающую среду» – термин У. Липпмана), заметно отличающуюся от действительности. При этом зрители, зачастую не имея возможности проверить сообщения электронных СМИ, вынуждены доверять им, принимая телевизионную реальность за подлинную.

На постсоветской территории все вопросы телевизионного вещания значительно актуализовались, когда стало ясно, что информационное про-

---

[1] Ефимов Э. Два телевидения две культуры//Телевидепие вчера, сегодня, завтра.- М.: ВЫП.1. 1981. С.54

странство СССР распадается гораздо быстрее, чем можно было ожидать. Сложившаяся тогда ситуация позволяет определенно констатировать: «Новая геополитическая обстановка на территории бывшего СССР привела не просто к децентрализации – к почти полной дезинтеграции системы советского телевидения».[1] Установленные десятилетиями связи были утрачены, а новые не возникали. Даже очевидная политическая и экономическая разобщенность бывших советских республик ощущалась не столь остро, как разобщенность медийная и общественно-коммуникационная. В конце концов возникла ситуация, при которой жители Грузии больше знали о событиях во Франции, чем о событиях в России или других странах, с которыми еще недавно составляли нерасторжимое единство. По данным социологов, в телепрограммах стран бывшего СССР новости и аналитические материалы, касающиеся так или иначе бывших союзных республик, занимали в период с 1991 по 1994 годы от 2 до 5 % общего объема соответствующего вещания[2]. В первые годы после распада СССР попытки сформировать новое медиапространство либо не предпринимались вовсе, либо наталкивались на непреодолимые идеологические и технологические препятствия.

В начале процессов суверенизации был выдвинут ряд идей по практическому сохранению ЕИП. Например, в учредительных документах Российской государственной телерадиокомпании «Останкино», существовавшей с 1991 по 1995 годы, значится, что она должна стать «каналом межнационального общения» и даже информационным ресурсом Союза Независимых Государств (СНГ). Однако республики, ставшие самостоятельными государствами, не захотели поддержать концепцию, согласно которой национальное телевидение должно выступать ретранслятором продукции, созданной в Москве.

---

[1] Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. 2-ое изд., перераб. и доп. М.: Аспект-пресс, 2004. С. 48

[2] Фомичева И. Д. (III) Российская аудитория СМИ: поведение на фоне глобальных тенденций// СМИ в меняющейся России. Коллективная монография. М.: Аспект-Пресс, 2010. С. 87 - 89

Таким образом, можно констатировать, что ни одной работоспособной программы сохранения ЕИП не существовало. Инфраструктура была руинирована и в прежнем виде не подлежала восстановлению. Корпункты печатных и электронных изданий закрывались один за другим, к середине 1990-х годов их практически не осталось. Так, известно, что штат региональных (республиканских) корреспондентов Центрального телевидения составлял в разные годы от 150 до 900 человек, к 1995 году в федеральных телекомпаниях осталось не более 50 журналистов в бывших советских республиках. Причем в большинстве они работали в славяноязычных странах – Украине и Белоруссии. В других регионах было в лучшем случае по одному штатному корреспонденту российских компаний. Чаще всего один человек обслуживал несколько государств и одновременно несколько телекомпаний.

Еще более красноречив пример общесоюзной газеты «Известия», которая к 1990 году имела корпункты не только в республиканских центрах (столицах союзных республик), но и во многих областных и даже районных центрах. Например, в Грузии работали 4 корпункта, в Таджикистане – 4, в Казахстане – 6. В 1998 году, к моменту очередной смены владельца газеты, в ее штате не осталось ни одного корреспондента, работающего на постсоветском пространстве[1].

Аналогичные обстоятельства сложились и в редакциях других авторитетных и широко распространенных прежде изданий («Комсомольская правда», «Аргументы и факты» и др.) Единственным российским периодическим органом печати, регулярно освещавшим жизнь постсоветского пространства в 1990-е годы, была «Независимая газета», выпускавшая соответствующее тематическое приложение. Однако и там проблемы освещались в основном с точки зрения общей конфликтологии, следить за политической, экономической и культурной повседневностью бывших республик СССР

[1] Шкодин М. В. Система средств массовой информации. М., 2002. С. 36 - 42

редакция не имела возможности.[1]

Тем более не имели такой возможности печатные и электронные средства более мелких государств. Скажем, прибалтийские республики, изначально ориентированные на Запад, вообще отказались от информационных связей с бывшими советскими республиками. По данным Международного института прессы, в средствах массовой информации Эстонии, Латвии и Литвы можно обнаружить только информацию из России, Украины и Белоруссии.[2] О происходящем в других постсоветских государствах там не пишут и не рассказывают. А в случаях крайней необходимости пользуются информационными продуктами европейских коллег.

Безусловно, такому положению дел способствовали многие факторы. В частности, и межнациональные, и межкультурные и межрелигиозные конфликты, развивавшиеся на постсоветских пространствах. По-видимому, из соображений идеологической безопасности обретшие независимость государства считали нужным ограничивать поступление информации из бывших братских республик и в конце концов добились ее почти полного отсутствия. Но разрыв информационных связей, в сущности, не только выступал индикатором конфликтного процесса, но и его стимулятором, что рано или поздно должно было отразиться на экономической и политической сферах. И это же стало оказывать негативное влияние на становление и развитие суверенитетов, поскольку они начали приобретать черты герметичности и провинциальности. Очевидным образом все это противоречило и мировым тенденциям, затрудняя полноценную интеграцию новых государств в

---

[1] Стровский Д. Л. История отечественной журналистики новейшего периода. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1998.С. 45 – 52, 116 - 119

[2] Руцкая С. С. Профессиональная карьера тележурналистов: проблемы творческого кризиса (зарубежный и отечественный опыт). - Автореферат... дисс. канд. фил наук
Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. 2-ое изд., перераб. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2004. С. 87 - 90

систему разнообразных общемировых связей.[1]

Центробежные тенденции, к сожалению, затронули не только политическую и экономическую сферы, но и механизмы социокультурного взаимодействия, хотя сама логика развития независимых государств диктовала иной выбор – сохранить единое медиальное и информационное пространство как залог повышения конкурентоспособности новых стран на огромной евроазиатской территории. Необходимо признать, что соображения "политической целесообразности" возобладали над интеграционной логикой.

Надо отметить, что это осознавалось как острая проблема и в практическом, и в теоретическом плане. В те годы в российской науке о медиа стали широко, но, пожалуй, несколько поверхностно обсуждаться теории известного канадского исследователя социально-общественных отношений и масс-медиа Маршалла Маклюэна (1911-1980), который, в частности, утверждал, что «технологические коммуникации являются своеобразным продолжением сознания человека». Особенно это касается электронных средств коммуникации и массовой информации. По Маклюэну, электронно-коммуникационные сети создают поле одновременности событий, так называемую глобальную деревню, жители которой осознают некую целостность общества. Маклюэн рассматривал электронную медиасистему как всеобщую коммуникационную сеть, «нервную систему» человечества. «Электронная галактика» влечет «ретрибализацию» существующих обществ и на новой технологической основе воспроизводит «первобытное единство коллективного сознания», превращая нашу планету в единую «глобальную деревню», где не будет индивидуализма и национализма, отчуждения, агрессивности и военных конфликтов. Грядущая всемирная цивилизация, – пророчил М. Маклюэн, – будет обществом «гармоничной коммуникации» и «образного мышления», являющихся непременным условием формирования

[1] Луман Н. Реальность масс-медиа. М., 2005. С. 175 - 200

высших культур.[1]

Если принять метафору Маклюэна, следует признать, что ситуация, сложившаяся в информационном пространстве бывшего СССР, противоречила самой естественной структуре общественных отношений и не могла долго сохраняться. Здесь, правда, необходимо указать, что гипотезы Маклюэна были несколько скорректированы рядом исследователей. Так, социолог М.Кастельс предположил, что мы «живем не в глобальной деревне, но в построенных по заказу коттеджах, производящихся глобально, а распределяемых локально» (2). А российский исследователь В.Л.Цвик заметил, что «теоретическое обоснование превращения современного мира посредством ТВ в «глобальную деревню», столь блестяще осуществленное апологетом электронной эры М. Маклюэном, сколь бы советские философы и искусствоведы ни полемизировали с ним, и прямо, и косвенно работало на теорию слияния, интернационализации, понятую неглубоко и односторонне». Несмотря на декларированную общность советского интернационального пространства, в повседневной практике государства накапливались противоречия, и это в конце концов сказалось и на работе средств массовой информации. «Телевизионное вещание изначально создавалось в СССР как многонациональный институт – самая массовая трибуна общественного мнения всех наций и народностей многонациональной страны».[2] После того, как страны не стало, не стало и порожденного ею института. Однако, несомненно, остались актуальными многие общественные, культурные, политические и экономические факторы, которые ранее определяли единство страны. Перед теоретиками и практиками общественного устройства возникла задача организовать систему взаимодействия этих факторов с целью придания эффективности новой геополитической модели, в которую сложи-

---

[1] Маклюен М. (I) Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., Жуковский, 2003. С.76 –89
Архангельская И. Б. Герберт Маршалл Маклюэн: От исследования литературы к теории массмедиа. М.: Изд-во МГУ, 2007. С. 24 - 37
[2] Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М.: ЮНИТИ, 2009. С. 75 – 78; 82 - 94

лись бывшие республики СССР. Информационная и медиальная разобщенность очевидным образом противоречила этой задаче. Без налаженного информационного обмена она оказывалась нерешаемой.

«В каком случае информобмен полезен и необходим? Очевидно, в том случае, если информация, созданная в одном месте, представляет интерес (в том числе прагматический) для тех, кто находится в ином регионе». Проблема эта не только не утратила своего значения после распада СССР, но еще более актуализовалась в постсоветском обществе, где роль ЦТ, а точнее интегрированной телепрограммы как средства межнационального общения, предопределено было выполнять Первому каналу. «И вряд ли у многострадального останкинского телеканала было бы столько трудностей, если бы проблемы обмена телевизионной информацией удалось своевременно отработать».[1]

Впрочем, поиск новых форм информационного обмена начался давно, едва ли не сразу после подписания Беловежских документов. Во всяком случае, уже 9 октября 1992 года в Бишкеке главами государств Содружества было подписано Соглашение о сотрудничестве в области информации[2]. В этом документе, в частности, была подчеркнута важность «обеспечения широкого и свободного распространения и обмена информацией, включая создание общих информационных структур, с целью поиска и изучения новых направлений сотрудничества в области информации». Участники соглашения заявляли, что рассматривают «свободу распространения и свободу доступа граждан к информации в качестве условия и инструмента укрепления взаимного доверия и стремятся в духе партнерства развивать общее информационное пространство, придерживаясь принципа невмешательства во внутренние дела друг друга». Специально в ст. 5 Соглашения был оговорен

---

[1] Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М.: ЮНИТИ, 2009. С. 201 - 203

[2] Концепция государственной информационной политики. М., 1999. С. 38 - 40

принципиальный вопрос: «Стороны не будут препятствовать доступу к официальным, общественным и другим источникам информации, а также распространению приобретенной на законных основаниях информации представителями средств массовой информации каждой из Сторон». Было задекларировано, что «Стороны будут содействовать всем формам сотрудничества между различными средствами массовой информации своих стран для обеспечения широкого и свободного распространения и обмена информацией, включая создание общих информационных структур». Принципиально важным кажется и включение в документ особо болезненного вопроса, связанного с возможностью национальной и религиозной самоидентификацией граждан и общественных объединений. Стороны соглашения заявили, что будут обеспечивать представителям национальных, этнических, религиозных и языковых меньшинств возможность распространять информацию на родном языке, иметь к ней доступ и обмениваться ею.

Несколько позднее, 24 сентября 1993 года, на заседании Совета глав правительств СНГ было подписано еще одно соглашение на эту же тему – Об информационном обеспечении многосторонних соглашений. В нем был поставлен вопрос о создании системы информационного обмена между государствами СНГ с соответствующей технической, программной и организационной совместимостью сетей связи и информационных систем, определен порядок получения и использования информации, создания банков данных, каналов связи, систем защиты и стандартов распространения информации.

Следующим важным шагом к созданию благоприятного информационного климата в СНГ стало утверждение 18 ноября 1996 года Концепции формирования информационного пространства СНГ. Ее также одобрил Совет глав правительств СНГ. Концепция определила необходимые условия для реализации комплекса мероприятий по дальнейшему развитию межгосударственного информационного обмена на принципах независимости,

взаимовыгодности, использования международных стандартов при создании и развитии систем телекоммуникаций и каналов межгосударственного общения, широкого применения техники и технологий государств-участников СНГ, межгосударственного лицензирования и унификации программных и информационных услуг и ресурсов. (Хотя авторы концепции специально оговаривают, что она носит не нормативный, а рекомендательный характер).

В документе специально подчеркнуто, что одной из важнейших проблем формирования информационного пространства государств- участников СНГ является обеспечение каждым из них собственной информационной безопасности и защиты своего информационного суверенитета. Для своевременного и эффективного решения этих вопросов каждая страна осуществляет своевременный мониторинг «противоречий» в информационной политике и угроз своему информационному суверенитету. Актуальность именно такой постановки вопроса, по мнению авторов концепции, связано с тем, что «возникновение транснациональных экономических структур, информационных и телекоммуникационных систем свидетельствует о переходе от индустриальной к информационной ориентации развития экономики и общества». Глобальные системы связывают мир в единое целое и делают все государства информационно взаимозависимыми, заставляя проявлять максимум внимания к качеству информационного взаимодействия в различных сферах жизнедеятельности общества.

Однако здесь существуют закономерности общие для всех государств Содружества и специфические для каждого. Причина этих особенностей кроется в том, что «не все элементы информационного пространства, как и общественные структуры отдельных государств, находятся в одно и то же время на одной и той же стадии развития». То есть процесс развития стран, входящих в СНГ, не является линейным, и скорости вхождения каждого из государств в мировое информационное пространство могут быть различны.

II. РУССКИЙ ЯЗЫК – ЯЗЫК МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Наиболее трудной новая информационная ситуация оказалась для Российской Федерации. Будучи официальной преемницей СССР, Россия иногда воспринималась в бывших советских республиках в качестве пропагандистского объекта отторжения. Это проявлялось в информационной и медиальной сферах, в некоторых странах такая позиция получила даже законодательное выражение. Но чаще всего речь идет о сознательном и планомерном информационном сдерживании. До последнего времени российская политическая и экономическая ситуация во многих странах СНГ (тем более в трех странах Балтии) представлялась медиааудитории подчеркнуто тенденциозно и однобоко. Даже в самых дружественных России государствах СНГ в средствах массовой информации, как правило, не была представлена официальная точка зрения руководства РФ по тем или иным освещаемым вопросам. Информация зачастую подавлялась комментариями, и аудитория не могла объективно судить о фактической стороне событий. В ряде случаев позиция Российского государства представала в эфире и на газетных страницах стран СНГ в откровенно искаженном виде. Притом, что Россия на протяжении всех этих лет оставалась на пространстве СНГ и сопредельных государств единственным источником транснационального теле- и радиовещания, ей отнюдь не всегда удавалось донести до аудитории свою позицию по актуальным для нее вопросам. Кроме того, в ряде стран СНГ были предприняты попытки ограничения российского вещания либо с помощью квотирования, либо другими, неформальными, способами. Несмотря на то, что российские средства массовой информации (по всем корректным международным замерам) остаются наиболее востребованными в бывших советских республиках, их активность на местах всячески пытаются сдерживать. И в целом ряде случаев, по мнению руководителей российского государства, это существенно противоречит политическим, экономи-

ческим и культурным интересам Российской Федерации.[1]

Причины такого положения дел заключаются не только в поведении государств-партнеров, но и в стратегии самой Российской Федерации. Исследователи не раз отмечали, что Россия практически не проводит информационную политику на просторах СНГ, ограничиваясь ретрансляцией программ российского телевидения и радиовещания. Переломным моментом здесь, по-видимому, можно назвать конец 2004 года, когда после «оранжевой революции» на Украине некоторые российские комментаторы утверждали, что «Россия решила фактически отказаться от интеграционной активности на постсоветском пространстве, сделав лицом своей политики жесткий прагматизм нового "сырьевого национализма". Некоторые наблюдатели более взвешенно отмечали тогда же, что Россия ведет себя на постсоветском информационном поле «крайне неагрессивно». Это объясняется отсутствием продуманной политики в этой сфере и невозможностью быстро сориентироваться в новых обстоятельствах. «Старая политика оказалась провальной, что выражается ныне в не самом лучшем отношении к прошлым взаимоотношениям с Россией и русскими»[2]. В качестве выхода из ситуации предлагался ряд инициатив: «Возможно, что надо развивать сеть информационных агентств и каналов со значительной степенью самостоятельности редакционной политики, чтобы каждое издание могло самостоятельно нащупывать ход к потребителю». Однако предпочтение было отдано более системным решениям и более широким концепциям.

В середине 2000-х указом Президента РФ В.В. Путина был учрежден фонд "Русский мир", целями которого были заявлены: популяризация русского языка и поддержка программ изучения русского языка в Российской Федерации и ближнем зарубежье, а также регулирование и продвижение внешней информационной политики России.

---

[1] Концепция государственной информационной политики. М., 1999. С. 4 - 27
[2] Щедровицкий Г. П. Избранные труды. М., 1995. С. 23

В документах фонда можно найти уточненное понятия "Русский мир" – это не только русские, не только россияне, не только наши соотечественники в странах ближнего и дальнего зарубежья, эмигранты, выходцы из России и их потомки. «Это ещё и иностранные граждане, говорящие на русском языке, изучающие или преподающие его, все те, кто интересуется Россией, кого волнует ее будущее». В те же годы были выдвинуты и другие концепции информационного и идеологического взаимодействия со странами-партнерами по СНГ. В целом можно сказать, что если прежде интеграционная идея России на пространстве бывшего СССР базировалась на ностальгии по "нашему общему недавнему прошлому", то теперь Россия совершает попытку более широкой интеграции и ищет для нее иные теоретические основания и реальные организационные формы.[1] Важным, если не ключевым фактором интеграции, разумеется, является русский язык. На постсоветском пространстве официально ситуация с русским языком выглядит так:

Страна	Государственный язык	Статус русского языка	Закон о статусе русского языка
Азербайджан	**азербайджанский**	**язык межнационального общения**	**Законодательно не регламентируется**
Армения	**армянский**	**язык национального меньшинства**	**Законодательно не регламентируется**
Белоруссия	**белорусский, русский**	**государственный язык**	**Референдум 1995 года**
Грузия	**грузинский**	**язык национального меньшинства**	**Законодательно не регламентируется**
Казахстан	**казахский**	**официальный язык**	**Конституция, 30 августа 1995 г.**
Киргизия	**киргизский**	**официальный язык, язык межнационального общения**	**Конституция, февраль 2003 г.**

[1] Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. М., 1999

Здравомыслов А. Г. (I) Фундаментальные проблемы социологии конфликта и динамика массового сознания // Социологические исследования. М.: Наука, 1993, № 8

Латвия	**латвийский**	**иностранный**	**Законодательно не регламентируется**
Литва	**литовский**	**язык национального меньшинства**	**Законодательно не регламентируется**
Молдавия	**молдавский**	**официальный язык, язык межнационального общения**	**Законодательно не регламентируется**
Таджикистан	**таджикский**	**язык межнационального общения**	**Конституция**
Туркмения	**туркменский**	**язык межнационального общения**	**Конституция и Закон о языке 1990 г.**
Узбекистан	**узбекский**	**язык национального меньшинства**	**Законодательно не регламентируется**
Украина	**украинский**	**язык национального меньшинства**	**Закон о ратификации Европейской Хартии, июнь 2003**
Эстония	**эстонский**	**язык национального меньшинства**	**Законодательно не регламентируется**
Россия	**русский**	**государственный язык**	**Конституция РФ**

Отношение властей стран-членов СНГ к русскому языку является одной из самых болезненных проблем в "мирном разводе" бывших советских республик. Сокращение объемов изучения русского языка в школах и ВУЗах Содружества, в теле- и радиовещании и другие факты, по мнению политолога Михаила Висенса, «давно используются левыми силами в России как предлог для давления на правительство и его критики. Но положение русского языка в бывших советских республиках действительно ухудшается, что может иметь довольно неприятные последствия как для России, так и для самих стран СНГ»[1].

Идеология формирует базовые принципы языковой политики государства, реализация которой имеет непосредственное отношение к каждому представителю языкового коллектива и к формированию языкового сознания общества в целом. Такая деликатная проблема, как развитие языка титульной нации и естественное вытеснение русского языка в бывших совет-

[1] Висенс Михаил. Русский язык в странах СНГ. // polit.ru. 12/03/2000

ских республиках, становится предметом политических баталий. «К сожалению, в большинстве случаев пока не удается найти баланс между государственным и русским языком, который обеспечивал бы развитие как местной культуры, так и связей между странами Содружества»[1].

Тем не менее, по утверждению исследователей, русский язык был и остается одним из самых важных языков мира. Он стоит на третьем месте по распространенности после китайского и английского. Не все новые страны принимают официально русский язык: кто-то называет его официальным государственным языком, как Киргизия, а кто-то категорически отказывается от русского языка не только как от государственного, но и официального. Но факт остается фактом: называют государственным и официальным, не называют – сегодня большая часть населения стран СНГ говорит на русском языке, и нет другого языка, который бы объединял представителей разных национальностей в их ежедневной жизни.

Таким образом, язык оказывается средством, с помощью которого государство воздействует на общество. Значит ли это, что государство вправе распоряжаться этим средством по своему усмотрению? Да, язык предоставляет равное право пользоваться безграничными возможностями своей системы всем без исключения носителям, и для него (языка) не существует никакой социальной иерархии или предпочтений внутри языкового коллектива. Такая позиция позволяет считать государство некой персонифицированной частью языкового коллектива, отличающейся от всех прочих носителей языка наличием властных полномочий, направленных на социум и на язык. Взаимодействие общества и языка обеспечивает функционирование последнего и стимулирует языковые изменения, а это для языка благо, так как без изменений нет развития. «Речевая деятельность социума – энергия

[1] Висенс Михаил. Русский язык в странах СНГ. // polit.ru. 12/03/2000

языка, не подлежащая какой-либо регуляции»[1].

Президент фонда "Наследие Евразии" Елена Яценко в статье «Нужен ли русский язык в СНГ?» отмечает, что русский язык относится к числу важнейших ресурсов, оставленных Российской империей и советским периодом в наследие новым независимым государствам. «Ценность этого наследия, – пишет автор, – трудно переоценить: для его накопления в свое время, не говоря уже об экономических затратах, потребовались колоссальные усилия политического, научного, социального и культурного характера»[2]. В русский язык (как институт) были вложены огромные средства, и его наследниками являются все жители новых независимых государств.

Фонд «Наследие Евразии» на протяжении нескольких лет проводил кабинетные и полевые исследования в 14 новых независимых государствах: Азербайджане, Армении, Белоруссии, Грузии, Казахстане, Киргизии, Латвии, Литве, Молдавии, Таджикистане, Туркмении, Узбекистане, Украине и Эстонии. А в октябре – ноябре 2007 года международное агентство «Евразийский монитор» провело опрос общественного мнения на тему «Положение русского языка в странах СНГ и Балтии». Результаты этих исследований были представлены в Москве на международной конференции в фонде «Русский мир».

Выяснилось, что на всей постсоветской территории продолжает давать о себе знать имперское советское наследие как со стороны России по отношению к новым суверенным государствам, так и самих этих государств по отношению к России.

Далеко не всегда страхи перед Российской Федерацией обоснованы, нередко элиты новых независимых государств создают и поддерживают немотивированные мифы в отношении России, преследуя свои собственные политические цели. Ностальгия, старые обиды и идеологические клише об-

---

[1] Наумов В. В. Государство и язык: формулы власти и безвластия. – М.: КомКнига; 2010
[2] Яценко Елена. Нужен ли русский язык в СНГ // rian.ru 04/03/2008

разуют гремучую смесь, которая препятствует трезвому взгляду на действительно актуальные проблемы. Это не только отрицательно сказывается на отношениях между государствами, но и отражается на состоянии русского языка.

В законодательстве подавляющего большинства новых независимых государств русскому языку не присвоен статус государственного или официального языка, в отношении его применения и развития не установлена система правовых гарантий. Наиболее четко и последовательно в этом вопросе выступают Беларусь, признавшая его государственным, и Киргизия, которая считает русский официальным языком. В итоге в большинстве новых независимых государств наблюдается значительное сокращение числа русских школ, центров русского языка и культуры, русскоязычных СМИ, электронных и печатных. Даже те страны, которые в 90-е годы прошлого века по законодательной инерции советского периода присваивали русскому статус «языка межнационального общения», в настоящее время соответствующие положения из нормативно-правовых актов либо уже исключили, либо реализуют программы, направленные на защиту собственного государственного языка. Наиболее неблагоприятная политика по отношению к русскому языку проводится в странах Балтии и Закавказья.

Общение на русском характерно для подавляющего большинства населения новых независимых государств. Однако уровень знания русского языка и его распространенность существенно различаются.

Беларусь (77%), Украина (65%) и Казахстан (63%) – это страны, где приблизительно две трети населения свободно владеют русским. Там русский язык является либо доминирующим (Беларусь), либо столь же распространенным как и титульный. Причем на Украине, несмотря на то, что русским языком пользуется значительная доля населения, у молодежи сравнительно низкий уровень владения языком, и в перспективе русский будет терять свои позиции. Наблюдается сужение основных сфер общения на рус-

ском языке, что приводит к нежеланию его изучать.

В Киргизии, Латвии, Молдавии и Эстонии, несмотря на доминирование языка титульной национальности, достаточно большая доля населения использует русский язык в общении. Согласно сообщениям российской прессы и замерам социологических служб, языковые проблемы русскоязычного населения наиболее остро стоят в Молдавии. Там регулярно проводятся инспекции по выявлению чиновников, ведущих делопроизводство не на государственном языке. Пользоваться исключительно молдавским обязаны руководители всех органов власти. В 2010 году здесь было принято решение прекратить набор студентов на отделения русского языка и литературы (а также украинского языка и литературы) в ВУЗы республики. Число учеников в русских школах упало до 20%, тогда как русский язык родной более чем для одной трети населения. Представители русской общины Молдавии считают, что правительство "предлагает русскоязычным гражданам жесткий выбор: ассимиляция или эмиграция". При этом мало что делается для помощи в изучении молдавского языка: не хватает учителей, не организованы бесплатные курсы для взрослых. Наблюдатели констатируют активное вытеснение русского языка из всех областей общественной и культурной жизни. Даже реклама должна распространяться только на молдавском языке.

Армения, Азербайджан, Грузия, Таджикистан и Литва находятся на периферии русскоязычного пространства новых независимых государств. Здесь свободно владеет русским языком не более трети населения (в Литве – только пятая часть), он редко используется в основных сферах общения.

Проблема развития русского языка в Азербайджане является предметом дипломатических переговоров между сторонами. Их результаты отражаются в межгосударственных соглашениях и договорах. Особое значение в нормативном закреплении достигнутых соглашений имеет «Московская декларация Российской Федерации и Азербайджанской Республики», которая была подписана «исходя из традиционных устремлений российского и

азербайджанского народов к взаимному сближению» президентами Азербайджанской Республики И. Алиевым и Российской Федерации В. Путиным в Москве 6 февраля 2004 года. Этот документ значителен тем, что в нем нашли отражение отношения Азербайджана и России к вопросам сотрудничества в сфере культуры, в том числе в сфере развития национальных языков.

В моноэтнической Армении, по замерам лингвистов, примерно 30% речевых актов в официальной сфере проходят на русском языке. Обращение на русском в госучреждениях не воспринимается большинством чиновников как нарушение закона о государственном языке. Образованное население Армении двуязычно, поэтому чаще руководствуется существом дела, а не положениями закона.

В сфере русскоязычного образования в настоящее время не имеет явных проблем лишь Белоруссия, где русский доминирует в средних и высших учебных заведениях. В остальных странах положение более сложное. В Армении, Таджикистане и Узбекистане проблема с обучением на русском языке стоит наиболее остро: там практически нет русских школ и классов. Одновременно в этих странах ярко выражена потребность в изучении русского языка.

Власти Армении стараются найти некий компромисс между всемерным развитием армянского языка и необходимостью сохранить изучение и использование русского. После провозглашения независимости республики здесь были закрыты почти все русские школы, которые составляли тогда примерно треть всех школ. Однако, находясь в более или менее враждебном окружении, Армения крайне заинтересована в хороших отношениях с Россией. Поэтому правительство Армении одобрило концепцию "Русский язык в системе образования и общественно-культурной жизни Республики Армения". Стремление к тесному сотрудничеству с Россией во всех областях вынуждает Армению исправлять ошибки прошлых лет. В Ереване официально открыт российско-армянский (славянский) государственный университет.

Его деятельность должна обеспечиваться армянской и российской сторонами на паритетных началах. Армения предоставила здание и обеспечивает социальные выплаты, а Россия – финансирование (зарплату преподавателей и стипендии студентов). Учиться в университете могут граждане России и Армении. Обучение ведется на русском языке с углубленным изучением армянского. Выпускники университета получат два диплома – российский и армянский.

В Киргизии существует серьезный запрос на изучение русского языка, и там расширяется возможность получать образование на русском. В Казахстане, наоборот, – резкое сокращение количества обучающихся на русском, но пока есть баланс между потребностью и возможностью получать образование на русском языке. В Азербайджане большая часть жителей не считает нужным расширять изучение русского языка в школах, так как проводимая образовательная политика устраивает население.

В странах Балтии наиболее остро проблема получения образования на русском языке стоит в Литве. В Эстонии и Латвии количество мест в школах с обучением на русском языке приблизительно соотносится с долей населения, свободно владеющего русским языком.

В Грузии, Молдавии и Украине вопросы изучения русского языка находятся в сфере общественно-политических дискуссий. Население высказывает диаметрально противоположные оценки государственной политики в отношении русского языка. При этом особенно проблематично получение образования на русском языке на Украине.

Интересны мотивации изучения русского языка. Отмечается, что во всех странах русский язык востребован как средство общения с русскоязычными согражданами на работе и в быту, это свидетельствует о сохранении и значимости русскоязычной среды в новых независимых государствах. Около половины их жителей заявляют, что «знание русского языка в жизни пригодится». При этом русский язык продолжает нести гуманитарную

функцию: он необходим для чтения литературы на русском языке, в том числе профессиональной, что отражает его значимость как транслятора художественных, научных и специальных знаний.

Большинство национальных сайтов в странах СНГ и Балтии имеет русскоязычную версию, что свидетельствует о востребованности русского языка пользователями в новых независимых государствах. Для их жителей интернет-пространство является коммуникативной площадкой, а также средством получения информации. Это в принципе позволяет использовать интернет-ресурсы для создания образовательной среды и приобщения пользователей, особенно молодежи, к русской культуре.

Подавляющая часть жителей постсоветского пространства смотрит телеканалы на русском языке – впереди Беларусь (89% населения делают это регулярно), затем Таджикистан (76%) и Казахстан (75%). Однако часть населения не имеет доступа к русскоязычным СМИ: телевизор не принимает каналы на русском языке либо российские телеканалы доступны только на кабельном телевидении; в продаже недостаточно прессы на русском (Литва, Грузия, Азербайджан).

Ситуация в Таджикистане несколько изменилась после официального визита в Москву президента Республики Таджикистан Э. Рахмона в октябре 2009 года. В ходе встречи с президентом РФ Д. Медведевым был подчеркнут приоритетный характер сотрудничества в гуманитарной сфере, развития контактов между организациями, деятелями культуры и искусства, исследовательскими центрами, учебными заведениями, средствами массовой информации. Э. Рахмон и Д.Медведев поддержали идею изучения русского языка в Республике Таджикистан и таджикского языка в Российской Федерации и подготовку соответствующих кадров для преподавания этих языков в образовательных учреждениях.

Совершенно естественно, что литературу и прессу на русском языке чаще всего читают там, где лучше знают русский язык: в Беларуси, Казах-

стане и на Украине.

В Казахстане (как и во всех республиках Центральной Азии) сокращается объем применения русского языка в образовании и общественной жизни. Естественный, казалось бы, приоритет отдается казахскому языку. В то же время следует напомнить, что более половины населения Казахстана – так называемые русскоязычные. Президент Нурсултан Назарбаев очень гордится достижениями республики в области межэтнических отношений. На декабрьской (1999 года) сессии Ассамблеи народов Казахстана он говорил, что республика "сумела найти необходимые пути конструктивного диалога между 130 народами и национальностями страны, обеспечить их мирное сосуществование в рамках унитарного государства, содействовать развитию их языков и этнической культуры".

Тем не менее одним из главных мотивов русскоязычной эмиграции из Казахстана и других азиатских республик является как раз ущемление прав в области языка. В Туркмении закрыта последняя школа, финансировавшаяся российскими властями. В ней обучались 300 детей российских военных, дипломатов и простых граждан республики. Ее закрытие объясняется выводом оперативной группы Федеральной погранслужбы России из Туркменистана. Есть опасения, что Россия потеряет российский островок образования и культуры в Туркмении. К тому же прекращена передача выпусков новостей и других специальных передач на русском языке на туркменском радио и телевидении.

Результаты ряда социологических исследований показали, что за последние 10 лет подавляющее большинство жителей бывшего СССР ни разу не бывали в России. При этом чаще всех в Россию приезжают из Беларуси и Азербайджана, а реже всего – Литвы и Грузии. Основная цель поездок в Россию – посещение родственников и друзей. Исключением являются Таджикистан, Киргизия и Молдавия, здесь преобладает трудовая миграция. Для стран Балтии значимой целью визитов в Россию является туризм.

Отношение России к языковым проблемам населения Прибалтики часто называют предвзятым и даже имперским. Однако латвийский комитет по правам человека распространил заявление, в котором указывает, что принятие закона о государственном языке открывает возможность для нового этапа дискриминации 44% жителей государства.

Вместе с тем подавляющее большинство населения новых независимых государств не собирается переезжать в Россию на постоянное место жительства и не желает этого для своих детей (что косвенно объясняет отсутствие желания давать детям образование на русском языке). Миграционные настроения проявляют в большей степени жители Киргизии, Молдавии и Таджикистана.

Проблема функционирования русского языка в странах СНГ рассматривалась в ходе ряда научных и политических форумов. На каждом из них особое внимание уделялось языковой стратегии национальных средств массовой информации.

С целью конституировать в медиапространстве интеграционные устремления России по ее инициативе был создан Межгосударственный фонд гуманитарного сотрудничества СНГ (МФГС).

Договор о создании фонда был подписан 25 мая 2006 года в Душанбе. Документ скреплен подписями высоких правительственных чиновников Армении, Беларуси, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Российской Федерации, Республики Таджикистан, Республики Узбекистан.

Президент России Дмитрий Медведев подписал Федеральный закон "О ратификации Соглашения между Правительством Российской Федерации и Межгосударственным фондом гуманитарного сотрудничества государств-участников Содружества Независимых Государств об условиях его пребывания на территории Российской Федерации", принятый Государственной Думой 18 декабря и одобренный Советом Федерации 25 декабря 2009 года.

Соглашение направлено на создание надлежащих условий для деятельности Межгосударственного фонда гуманитарного сотрудничества государств-участников Содружества Независимых Государств на территории Российской Федерации, принимая во внимание, что местом нахождения фонда является Москва.

Непосредственно вопросам информационной политики стран Содружества посвящена Статья 5 Договора, в которой одной из целей фонда названо способствование формированию общего информационного пространства СНГ и определены меры для реализации этой задачи. В частности, речь идет о сотрудничестве в сфере информации и информационных технологий; дальнейшем развитии взаимодействия в области теле- и радиовещания, в том числе с учетом потенциала Межгосударственной телерадиокомпании "Мир"; проведении совместных мероприятий, включая тематические фестивали, телефорумы, интернет-форумы; укреплении взаимодействия средств массовой информации стран СНГ в целях формирования в мировом сообществе объективного и полного представления о социально-политической, экономической и культурной жизни Содружества. Декларировалось создание с учетом национального законодательства условий для деятельности средств массовой информации любой из сторон Договора на территории любой из стран Содружества. Отмечалась необходимость создания общих для стран СНГ спутниковых сегментов для вещания на основе частотно-орбитального ресурса, ранее выделенного СССР. А также развитие совместных информационных ресурсов в сетях коллективного доступа, включая создание интернет-порталов СНГ и органов его управления.

Все проекты фонда так или иначе находят отражение в новостных, аналитических или обзорных программах телевидения. Однако особая роль в этой деятельности принадлежит МГТРК «Мир», которая уделяет внимание буквально каждой инициативе фонда, в то время как другие средства массовой информации подходят к этому избирательно и не откликаются на

целый ряд специфических профильных событий, связанных с сотрудничеством в рамках СНГ.

III. МЕЖНАЦИОНАЛЬНАЯ ТЕЛЕКОМПАНИЯ «МИР»: ИСТОРИЯ, ИДЕОЛОГИЯ, КОНЦЕПЦИЯ ВЕЩАНИЯ

1. Организационные особенности, тематическая направленность и жанровое разнообразие

20 марта 1992 года в Киеве главы восьми государств СНГ – Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Республики Кыргызстан, Республики Молдова, Российской Федерации, Республики Таджикистан и Республики Узбекистан – приняли решение о создании международной вещательной компании. Полное наименование – Межгосударственная телекомпания «Мир» – утверждено 1 апреля 1993 года в г. Душанбе на первом заседании межгосударственного совета телекомпании.

На первом этапе – 1993-1996 годы[1] – развитие вещания компании пошло по пути размещения своих программ и передач на каналах телерадиовещательных организаций государств-учредителей. По мнению одного из исследователей, в этом «состояла одна из стратегических ошибок» первого руководства МТРК «Мир»[2]. Телевизионное вещание шло на частоте российского канала ОРТ и в целом не превышало 1-1,5 часов в день.

В начале 1997 года руководство ОРТ пошло на то, чтобы запретить транслировать программы МТРК «Мир», мотивируя это невысоким профессиональным уровнем сотрудников телеканала, низким качеством телевизионных продуктов и отсутствием потенциала для совершенствования. Однако после нескольких судебных процессов, связанных с нарушением договора, ОРТ было вынуждено возобновить на своих частотах вещание телекана-

---

[1] Бут И. В. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир» на информационном пространстве стран СНГ: цели, концепция, особенности программной политики. Автореферат дисс. какнд. фил. наук. М., 2006. С. 11

[2] Там же. С. 12

ла «Мир». Таким образом, компания вроде бы отстояла свое право, но по сути ее российское вещание с этого момента ограничива-лось одной только информационно-аналитической программой «Вместе», которая шла в самое неудобное дневное время и длилась всего 45 минут. Через два года ее хронометраж, несмотря на растущие даже в таких неблагоприятных условиях рейтинги, был уменьшен до 26-30 минут.

17 января 1997 года (вскоре после прекращения выпуска полуторачасовой программы «Мира» на ОРТ) Совет глав правительств стран-участников СНГ принял решение «О неотложных мерах по развитию Межгосударственной телекомпании «Мир». Представители компании обратились ко всем государствам-учредителям с просьбой выделить на территориях этих государств частоты, необходимые для многофункциональной телерадиовещательной спутниковой системы «Мир», а также предоставить МТРК на лицензионной основе возможность использования и развития телекоммуникационных сетей всех видов.

Однако регулярное полномасштабное телевизионное вещание в странах СНГ началось с 1 сентября 2003 года. Всего за один год объем вещания МТРК «Мир» достиг 18 часов в сутки. Это было уже сопоставимо со среднестатистическим объемом трансляции российского телеканала федерального уровня.

С этого же момента начала формироваться техническая база вещательного цикла МТРК «Мир», уникальной особенностью которой является спутниковая система, включающая 12 наземных станций. Три из них находятся на территории Российской Федерации (Москва, Санкт-Петербург, Владикавказ), восемь – в столицах и крупных городах стран СНГ (Минск, Кишинев, Ереван, Баку, Астана, Алма-Ата, Бишкек, Душанбе), одна – в столице Грузии – Тбилиси. В Москве МТРК «Мир» располагает телевизионно-техническим комплексом. С 2003 года программы МТРК «Мир» стали доступны зрителям, имеющим параболические спутниковые антенны.

«Мир» стал располагать свои информационные и аналитические программы на государственных телевизионных и радиоканалах стран Содружества, в том числе и в России. Общий хронометраж таких программ составлял примерно 120 часов в год. «Мир» транслировал свои программы и по кабельным сетям через местных операторов более чем в ста городах России (в некоторых из них стало вестись эфирное вещание), а также в ряде городов Украины и стран Балтии. С окончательным переходом на полномасштабный формат телевизионного вещания и расширением зоны охвата территории к концу 2004 года зрительская аудитория «Мира» достигла примерно 20 млн. человек, в середине 2005 более 30 млн. человек, а к середине 2006 года – 35 млн. человек.

Большое внимание руководство канала уделяло уровню профессиональной подготовки сотрудников и корреспондентов МТРК. Причем кадры компании в Москве, где расположена штаб-квартира, и в ее филиалах заметно различались. В журналистских материалах, подготовленных в филиалах, часто не хватало профессионализма. В Москве же в условиях очевидной конкуренции и устоявшихся корпоративных стандартов уровень подготовки материалов был намного выше. В середине 2000-х годов в филиалах МТРК еще работали корреспонденты, которые плохо владели русским языком, и их материалы по этой причине приходилось браковать. Нередко редакция сталкивалась с трудностями при выборе тем и сюжетов с точки зрения их актуальности для всего пространства СНГ и постсоветского мира.

Проблема взаимоотношений национальных культур с глобальным пространством на рубеже столетий обострилась. В XXI в. интеграционные процессы, несомненно, получат дальнейшее развитие, они уже охватывают не только экономику, политику, науку, но и культуру. Потомкам предстоит выработать надежные средства защиты своих национальных культур и языков, так как появится соблазн отбросить все «национальные атрибуты» ради решения всеобщих задач (угроза экологической катастрофы и природных

катаклизмов, установление контроля за новыми технологиями, развитие которых может привести к непредсказуемым результатам).

Телевидение – один из важнейших инструментов глобализационных процессов. Оно наряду с интернетом является неотъемлемой частью механизма превращения планеты в «глобальную деревню». Одновременно телевидение, особенно национальное, несет невосполнимые потери в сфере репродукции на экране традиционных культур.

Исследователи утверждают, что глобализация началась в 1990-е гг. и представляет собой победу либерализма в глобальном масштабе. Страны и народы, не желающие оставаться на обочине исторического развития, стремятся к сотрудничеству, тем самым участвуя в процессах интеграции, модернизации и глобализации. Иного пути приобщиться к достижениям мировой науки и культуры нет. Альтернативой может быть только самоизоляция, но это абсолютно тупиковый путь, в том числе на территории бывшего Советского Союза.

Основатели Евросоюза мечтали о том, чтобы Европа стала единым организмом, социумом без границ. Вместе с тем глобализация не означает отказа от национальной идентичности. Несмотря на стремление к экономической и политической интеграции, народы не хотят забывать свой язык и культуру, лишаться самостоятельности, терять своё своеобразие. Глобализация часто сопровождается процессами ассимиляции, которой одни народы (такие, как мордва) подвержены сильнее, другие меньше, сохраняя свою самобытность – все зависит от специфики того или иного региона. Однако необходимо признать, что в XX веке в ряде мест ассимиляция приобрела угрожающий характер. По заключению английских исследователей, к концу XXI века исчезнет около 40% языков.

Причины вымирания языков практически везде одинаковы. Главная из них – это неспособность традиционной культуры противостоять натиску современной, распространяемой через радиоприемник, экран телевизора и

интернет. Вместе с тем нельзя абсолютизировать деструктивную роль радио и телевидения, не учитывать серьезного влияния, оказанного этими каналами массовой информации на распространение достижений высокой культуры в Советском Союзе и приобщение к этому самых широких слоев населения.

На развитие МТРК «Мир» существенное влияние оказали два документа: Решение Совета глав правительств СНГ о повышении эффективности работы Межгосударственной телерадиокомпании «Мир» (23 мая 2008 года), а также Решение Совета глав правительств СНГ о переводе материальной базы МТРК «Мир», её филиалов и представительств на новые цифровые и мультимедийные технологии от 14 ноября 2008 года. В Решениях получили одобрение кардинальные меры по перестройке всей работы МТРК «Мир» и её переходу на качественно новый уровень вещания.

МТРК «Мир» ведёт круглосуточное телевизионное вещание на территории всех стран СНГ (за исключением Туркменистана), а также Балтии с охватом аудитории свыше 50 млн. человек. В России через операторов эфирного и кабельного вещания программы «Мира» смотрят почти в 900 городах и населённых пунктах. Решён вопрос о его широком вхождении в кабельные сети Москвы и других крупнейших городов РФ. Телеканал «Мир» – в базовом пакете программ, транслируемых НТВ+, «Радуга ТВ», «Триколор ТВ». Ведётся вещание в режиме online в интернет-телевидении. Зона непосредственного спутникового вещания МТРК «Мир» охватывает территорию от Атлантики до Тихого океана. Осуществляется вещание для жителей стран Центральной Азии, Урала и Сибири с учётом поясного времени (сдвиг +3 часа относительно московского времени).

Идёт процесс превращение телеканала в действенный инструмент информационной политики по укреплению позитивного имиджа каждого из государств СНГ и Содружества в целом. В этих целях более чем в два раза увеличен объём информационного вещания. Первостепенное значение при-

даётся информированию населения стран СНГ о важнейших событиях политической, социально-экономической и культурной жизни в государствах Содружества.

Усилилась гуманитарная направленность телеканала «Мир» – заметное место в сетке вещания занимают общественно и социально значимые передачи с высокой долей культурологических, страноведческих и детских программ. Совместное производство специальных программ ведётся с Межгосударственным фондом гуманитарного сотрудничества. Творческие и технические возможности МТРК «Мир» позволяют создавать качественные и рейтинговые программы различных жанров.

Полностью обновлён бренд телеканала, введён мониторинг определения на постоянной основе рейтинга телеканала. Сотрудничество с компаниями «TSN Gallup Media», ГФК «Русь», «Новак», «TSN Gallup Asia» и «Объединённый индустриальный комитет» позволяет проводить исследование зрительской аудитории телеканала методами пиплметрии и дневниковых панелей.

Осуществляется комплексный план по переводу производства на новые цифровые и мультимедийные технологии, созданию мощного интернет-портала компании. Проводится работа по вещанию в цифровых стандартах DVB-T и мобильного телевидения в стандарте DVB-H.

Радио «Мир» транслируется в пяти государствах (Армения, Беларусь, Кыргызстан, Россия, Латвия) с аудиторией вещания 8,165 млн. человек (с января 2008 г. аудитория слушателей «Мира» выросла в 1,8 раза). Полномасштабное круглосуточное радиовещание осуществляется в Республике Беларусь и в Кыргызской Республике. МТРК «Мир» принимает регулярное участие в конкурсах на получение радиочастот (в конце 2009 года выигран конкурс на получение радиочастоты в Кемерово, в феврале 2010 года – в Оренбурге).

Первоочередными целями формирования концепции МТРК было формулирование основных идеологических задач и построение стратегической перспективы вещания. В качестве ориентиров в этой работе были приняты внешнеполитические приоритеты государств Содружества, определяющие взаимоотношения на постсоветском пространстве. Учредители МТРК «Мир» единодушно согласились считать российскую сторону договора координирующим центром процесса. Значительную роль Российская Федерация сыграла и в выработке законодательных основ новой межгосударственной информационной политики, поскольку первое транснациональное средство массовой информации, естественно, не имело правовых традиций и юридической практики.

Вещательная политика МТРК «Мир» определяется Концепцией вещания телеканала «Мир», проект которой был утвержден 15 сентября 2004 года Советом министров иностранных дел СНГ в г. Астане. Ее разработчики исходили из политических, социально-экономических и культурных реалий, сложившихся на постсоветском пространстве. Вместе с тем, учитывая характер деятельности межнационального средства массовой информации и его ориентированность на политику межгосударственного сотрудничества, МТРК сознательно декларирует ряд политических запретов.

В соответствии с задачами МТРК «Мир» ее вещательная политика исключает как тенденциозность в освещении событий и процессов, так и пренебрежение к явлениям и процессам, происходящем в государствах Содружества и на всем постсоветском пространстве. Своей целью компания ставит содействие формированию информационного пространства нового типа, в котором связующей силой служит взаимная заинтересованность государств в культурном, экономическом и информационном обмене. Не допускаются к эфиру программы, содержащие высказывания или сюжеты, оскорбительные для суверенитета какой-либо страны, для национальных или конфессиональных чувств тех или иных народов либо группы людей. Ис-

ключается и передача программ, которые по своему характеру направлены на подстрекательство к действиям, противоречащим духу внутренних законодательств государств или способных нанести ущерб их безопасности. В кризисных ситуациях в эфир выпускаются только те сюжеты, которые основаны на безусловно подтвержденной информации. Преимущество имеет информация, исходящая из официальных источников.

Программная структура телеканала на разных этапах его существования менялась, но всегда включала ряд обязательных моментов:

– собственные информационные и общественно-политические программы с широким использованием прямого эфира и телемостов с филиалами и представительствами МТРК «Мир»;

– культурно-просветительские программы, целью которых является популяризация национальных культур, традиций и обычаев, произведений искусства, литературы, кинематографа, созданных в странах Содружества;

– социальные программы для молодежной и детской аудитории;

– художественные программы, рассчитанные на широкий интерес зрителей, особенно русскоязычных граждан, проживающих на территории СНГ;

– спортивные передачи и обозрения.

Вещание ведется на русском языке, официальным «рабочим» языке СНГ, объективно выполняющим функции средства межнационального общения на всем постсоветском пространстве.

Важнейшим фактором при определении эфирной политики МТРК является необходимость учитывать разнообразие и многоплановость интересов участников этого масштабного межгосударственного телевизионного проекта. В связи с этим в первоочередном порядке предусматривается присутствие в эфире сообщений и тем, непосредственно связанных с ситуацией в политической, культурной, экономической и других сферах стран Содружества.

В сетке вещания телеканала на разных этапах появлялись программы, подготовленные творческими коллективами национальных филиалов МТРК (репортажи, информационные и аналитические программы), а также покупная продукция, например, художественные фильмы и сериалы.

Примерно к 2005 году окончательно сложились основные принципы, в соответствии с которыми строилась сетка вещания МТРК «Мир». Тогда она представляла собой минимальный в условиях ограниченного эфирного времени набор программ, необходимый для осуществления концепции межгосударственного вещания. Программа «Республика сегодня» была посвящена актуальным проблемам экономической, социальной и политической жизни отдельных стран СНГ. Программа «Специальный репортаж» представляла собой сюжеты, подготовленные на конкретные злободневные темы, сделанные в одной из стран Содружества.

Сегодня эфирная сетка телеканала представляет собой антологию телевизионных жанров, в которой хронометрически преобладает новостная информация. С 15 мая 2009 года телекомпания «Мир» транслирует новостные выпуски ежечасно.

Если ориентироваться на жанровые дефиниции Эверта Денниса, применяемые в мировой медиапрактике, то к признакам новостного жанра следует относить следующие свойства полноценного сообщения:

– конфликтность (событие, вызывающее напряжение или удивление);

– катастрофичность (сообщение о поражениях или разрушениях);

– тенденция сюжета к развитию (как правило, означающая благополучное или даже триумфальное разрешение проблемы);

– возможность оценить или спрогнозировать последствия события и степень его воздействия на общество.

К жанровым характеристикам параллельного ряда относятся: новизна (необычность, неожиданность); эмоциональность (обуславливающая непосредственный интерес к сообщению); значимость (зритель должен пони-

мать, прочему его информируют именно об этом, а не о чем-нибудь другом – новость может быть связана как с общественно значимыми обстоятельствами, так и с событиями жизни какого-либо общественно известного лица). Немаловажным в большинстве случаев является и территориальный (региональный) признак: чем ближе место действия, тем больший интерес оно вызывает.[1] К этому набору новостных критериев могут быть также добавлены: масштабность (степень важности и общественной весомости) и своевременность. Последнее исследователи определяют как критерий, предполагающий «ответ на вопросы: насколько актуальна новость? не будет ли обнародование тех или иных сведений нарушением этики и не принесет ли вред? достаточно ли они созвучны духу времени по стилю изложения и аргументации?»[2] Для задач МТРК «Мир» особое значение имеет именно этический фактор организации и стилистики вещания.

На сегодняшний день сетка вещания такова:

Новости Содружества – информационный выпуск, посвященный текущим событиям в странах СНГ.

Вместе – еженедельный информационно-аналитический журнал, посвященный главным событиям на постсоветском пространстве.

Новости Содружества. Культура – специальный выпуск, посвященный культурной жизни СНГ и общей гуманитарной проблематике.

Акценты – второй информационно-аналитический еженедельный обзор событий, где выделяются главные, на взгляд телекомпании, аспекты разного рода проблем.

Вкусный мир – программа о гастрономических традициях разных народов СНГ.

---

[1] Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М.: Вагриус, 1997. С. 205 - 207
[2] Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М.: ЮНИТИ, 2009. С. 251 - 252

Путеводитель – программа о путешествиях и новых туристических маршрутах на пространстве СНГ.

О чем не принято говорить – программа, посвященная преимущественно вопросам медицины и всему, что «мешает жить».

Общий интерес – ток-шоу обо всем, что объединяет народы – о политике, культуре, экономике с точки зрения консенсусной стратегии.

Миллион вопросов о природе – программа об экологии в широком смысле слова: как науке, политике, среде обитания человека.

Мечтай, действуй, будь! – адресованная молодежи и подросткам программа о профессиональной ориентации, рынке труда, перспективах роста.

Земля и люди – беседы за круглым столом по широкому кругу актуальных вопросов политической, экономической и культурной жизни.

Легко ли быть молодым? – программа о проблемах поколений, их взаимоотношениях, конфликтах и сотрудничестве.

Большой репортаж – крупные журналистские материалы, посвященные так называемым вечным проблемам.

Экспериментаторы – программа для молодых зрителей, которые постигают разные истины и проверяют на практике устоявшиеся мнения.

Диаспоры – программа о гражданах СНГ, которые в силу разных причин живут не там, где родились.

Спорим? – дискуссионный клуб молодежи из стран Содружества, где обсуждаются проблемы из разных сфер жизни.

Всюду жизнь – программа о разнообразных, как правило, неожиданных событиях и формах социализации людей разных поколений и социальных групп.

Здесь был я – подготавливаемая петербургской студией МТРК программа о поездках по разным странам СНГ. Носит познавательный характер.

Секретные материалы – программа о закулисье большой политики и

«тайнах истории».

Союзники – программа о военном сотрудничестве государств СНГ в разные исторические периоды.

Мир спорта – обзор мировых событий спортивной жизни, репортажи и аналитические сюжеты.

Слово за слово – обсуждение в студии актуальных вопросов из разных сфер жизни с участием экспертов, свидетелей событий и тех, кто был в них задействован.

Любимые актеры – телеведущий рассказывает о судьбах актеров театра и кино стран постсоветского мира.

Билет на сегодня – единственная в телеэфирах СНГ сводная афиша культурных событий, происходящих в столичных (и не только) городах.

Тик-так – просветительская программа для самых юных зрителей.

Календарь памятных дат – историческая программа о событиях и людях стран СНГ.

Знаем русский – просветительская программа о языке межнационального общения на территории СНГ и постсоветском пространстве.

Полуночники – беседы в эфире о разном с известными людьми, как правило, из области культуры или науки, которые ведет тележурналист Владимир Молчанов.

Отдельного рассмотрения заслуживает рекламная политика компании как часть ее широкой эфирной политики. Здесь надо отметить, что подбор рекламных материалов осуществляется в соответствии с теми же принципами, что и формирование новостных и аналитических программ.

При формировании сетки вещания телеканал «Мир» придерживается концепции общей направленности, где есть место разнообразным жанрам и тематическим полям. Программа передач включает в себя блоки общественно-политических, развлекательных, познавательных, спортивных и других программ. Вещание ведётся из Москвы на русском языке. Филиалы

в каждой из стран-учредителей МТРК «Мир» производят также программы на своих языках, замещая ими часть московских передач. В сетке вещания, как и на всех ведущих каналах России, преобладает кинопоказ (56,2%), который включает в себя художественные фильмы (24,1%), телесериалы (22,1%), документальные фильмы (8,0%) и мультфильмы (2,0%).

В целом сетка телеканала «Мир» строится примерно по той же логике, что и сетки крупнейших российских телеканалов. В то же время сами ведущие телеканалы придерживаются разных концепций в построении своих сеток вещания. Так, Первый канал делает ставку на развлекательные программы (юмористические передачи, телеигры, викторины, развлекательные ток-шоу) в ущерб общественно-политическому блоку программ – соотношение между ними 27,5% против 15,2% (включая информационные выпуски). НТВ, напротив, имеет наиболее объёмный общественно-политический блок (24,8%), но при этом отказывается от музыкальных программ и гораздо меньше привлекает развлекательные жанры (11,4%). Канал «Россия» традиционно даёт наиболее сбалансированную сетку по разным жанрам, транслируя самые разнообразные типы передач. В этом отношении «Мир» оказывается ближе всего к каналу «Россия». Непременное условие успешного развития телекомпании – ее способность включения своей специфической проблематики в общий информационный и вещательный контекст современного телевидения. Конкурентный потенциал компании существенно повысился благодаря разнообразию жанровой и тематической палитры ее вещательной продукции.

Для координации работы в 2008 году в Москве на заседании Совета руководителей государственных и общественных телерадиоорганизаций государств-участников СНГ был создан специальный Межгосударственный информационный пул.

Инициатива создания пула принадлежит ВГТРК. Задачей проекта является увеличение потока телеинформации о жизни в странах СНГ. Таким

образом многие телеканалы компенсируют отсутствие постоянно действующей корсети на территории других стран.

Согласно договоренности, Межгосударственный информационный пул должен работать на принципах телевизионного информационного обмена. Его участники предоставляют свои сообщения о происходящих в их государствах событиях и фактах для формирования информационного пакета, который смогут получить телерадиокомпании других стран.

Соглашение о создании пула подписали телерадиоорганизации Азербайджана, Армении, Белоруссии, Киргизии, Молдавии, России, Таджикистана, Украины и МТРК «Мир». Позднее в состав Межгосударственного информационного пула СНГ вошел Казахстан, интерес к этой организации проявили также несколько русскоязычных компаний Балтии.

Пул задуман как добровольная структура, не имеющая юридического характера. МТРК «Мир» выступает в качестве координатора и технического коммуникатора.

В сущности, это прямой вариант телеобмена: каждая служба информации раз в сутки сбрасывает в корзину пула по одному информационному сюжету и таким образом получает право использовать все остальные, брошенные в корзину другими участниками проекта. То есть за один отданный сюжет телекомпания получает десять. При этом никто не вправе вносить в эти сообщения изменения, искажающие их смысл.

В большинстве стран Содружества находятся филиалы МТРК «Мир» и соответственно спутниковые системы, которые позволяют оперативно поднимать на спутник видеоматериалы и раздавать их всем участникам пула. По сути, выстроенный процесс аналогичен существовавшей когда-то системе Интервидения. К сожалению, за последние 20 лет большая часть каналов Содружества так и не смогла содержать своих корреспондентов и корпункты в других странах. Даже для «Мира», у которого есть 8 филиалов, предпочтительнее брать сюжеты коллег по пулу. Пока обмениваться инфор-

мацией будут только телевизионные службы новостей, в будущем возможно привлечение и радиостанций.

Изначально сюжеты были с уклоном в «паркетную» журналистику, то есть о первых лицах государств-участников СНГ. Затем начали поступать материалы с другой концепцией. Сюжеты стали рассказывать об обычных гражданах, которые, кстати, это отметили в своих отзывах: «Мы живем в разных независимых государствах, представляем разные аудитории, у всех свои интересы. Но нам, людям, которые выросли в большой единой стране, все так же интересно, сколько в Казахстане стоит снять дачу на лето, сколько в Бишкеке стоит килограмм мяса и так далее. Мне интересно знать, как живут люди, с которыми я учился в университете, служил в армии, с которым я работал в стройотряде... И мне отрадно, что пул, покрутившись на роликах «паркета», начал показывать сюжеты о жизни обычных людей. Механизм поменялся, потому что журналисты стали соревноваться. Пул стал, условно говоря, как ВДНХ – выставка достижений телевизионного хозяйства СНГ».

Одним из первых итогов межгосударственного сотрудничества в рамках информационного пула стала серия программ о мероприятиях в странах СНГ, подготовленных к празднованию Дня победы.

2. Телеканал «Мир» на национальных телерынках стран содружества в условиях конкуренции

Еще раз подчеркнем: телеканал «Мир» возник в 1992 году в условиях, когда пришло осознание необходимости формирования единого информационного пространства на постсоветской территории. Целый ряд мировых событий и запросов аудитории делали решение такой задачи безотлагательным. По-видимому, не случайно в том же году был запущен проект «Евроньюс».

Он был создан во время первой войны в Ираке, когда стало очевидным всемирное превосходство телевизионной сети CNN International. Тогда

по инициативе Европейского вещательного союза было предложено ответить на информационные вызовы современности и на потребность упрочения наднациональной самоидентификации народов континента в связи с ростом влияния Европейского союза. В момент создания «Евроньюс» был единственным каналом, вещающем одновременно на нескольких языках. Впервые он вышел в эфир 1 января 1993 года.

Все языковые версии каждого новостного сюжета создаются параллельно, не являясь переводом с какого-то оригинала, они равноценны и не сверяются друг с другом. Такая схема работы позволяет «Евроньюс» при сохранении оперативности подачи информации адаптировать ее к уровню подготовки и интересам конкретной языковой аудитории. При этом все журналистские команды, включая русскую, работают вместе и следуют единой редакционной политике, изложенной в уставе. Круглосуточное вещание «Евроньюс» одинаково во всех охватываемых странах и на всех языках. «Евроньюс» освещает мировые события, актуальные с европейской точки зрения. Экстренная информация оперативно передается в формате прямых включений с мест событий; регулярно обновляемая сводка выходит в эфир каждые полчаса и включает, наряду с сюжетами о ключевых общественно-политических событиях, финансовые новости, спортивную хронику, отчет о деятельности европейских органов власти и прогнозы погоды в Европе и мире. Тематические передачи посвящены культурным событиям, развитию науки и высоких технологий, охране окружающей среды, разнообразным проблемам жителей европейского региона.

Концептуальная близость «Евроньюс» и «Мира» заключается в том, что каналы стремятся объединить разные национальные аудитории. Однако «Евроньюс» остается ярко выраженным информационным ресурсом и не ставит перед собой идеологических задач.

В отличие от другого, также отчасти концептуально родственного «Миру» проекта – Russia Today (2005 год). Это первый российский кругло-

суточный новостной канал на английском языке, ориентированный на глобальную аудиторию. Канал представляет российский взгляд на мировые события и события внутри России. Russia Today вещает, в том числе, и на страны постсоветской агломерации. Новости государств СНГ вписываются на Russia Today в поток мировых новостей и зачастую там теряются, не получают подробного освещения.

Наиболее близок МТРК «Мир» канал Союзного государства Россия-Белоруссия – ТРО (Телевидение ради общества). Этот канал возник в 2007 году и существует как спутниковый. Его создание позволило значительно улучшить информационное сопровождение строительства Союзного государства. Основной составляющей вещания канала являются информационные и информационно-аналитические программы. В программный пакет телеканала также входят публицистические и культурно-познавательные программы, документальные фильмы. Вещание телеканала осуществляется круглосуточно. Сегодня потенциальными зрителями телеканала являются около 20 миллионов жителей Российской Федерации. ТРО отчасти дублирует функции существующего с 2005 года международного спутникового телеканала "Беларусь-ТВ", созданного Национальной государственной телерадиокомпанией Республики Беларусь для зарубежных телезрителей, прежде всего, для русско- и белорус-скоязычных жителей постсоветского пространства, желающих оперативно получать всестороннюю и достоверную информацию о Беларуси.

Существуют в эфире и другие каналы (АзТв, Каспий. Net, Первый Кавказский канал), выполняющие частные интеграционные задачи. Все эти проекты составляют ближайший контекст бытования МТРК «Мир». Однако ни один из них не отменяет необходимости существования канала межнационального общения. В числе приоритетов МТРК «Мир» – универсализм и равноправие участников проекта в информационном пространстве. Немаловажным представляется также и минимизация коммерческой составляющей

вещательной практики.

Понятие «конкурентная среда», как правило, принято рассматривать в рыночном и широком экономическом контексте. Это характерно и для специальной литературы, посвященной проблематике СМИ. Здесь влияние конкурентной среды исследуется в большинстве случаев в связи с рейтинговыми показателями и замерами долей аудитории. Однако объективно существует и другой аспект проблемы, связанный непосредственно с этим понятием. Речь идет о контентном наполнении эфира, не впрямую ориентированном на повышение рейтинговых показателей. Любая проблематика – информационная, культурная, экономическая – существует в широком спектре взаимодействия и взаимовлияния как с родственной ей, так и с существующей в других тематических рядах. То есть конкурировать между собой могут не только разные экономические или политические новости; в известном смысле в конкурентных отношениях находятся между собой и новости из смежных областей или даже областей автономных. Исследуя широкую конкурентную среду, мы в первую очередь обращаем внимание не на математические данные социоопросов и замеров, а на перспективу вовлечение аудитории и элит в сотворчество, побуждение к которому напрямую связано с процессом модернизации СМИ и общества в целом.

«Анализ генезиса и основных положений концепции модернизации, – пишет Е.Л. Вартанова, – подтверждает, что по мере приближения к сегодняшнему дню в самой концепции все большее значение отводится СМИ»[1]. Это объясняется, по-видимому, тем, что модернизационный процесс успешен, только когда он приводит к изменениям в практиках, ценностях, личностных установках людей. Как подчеркивают многие ученые, в процессе модернизации, особенно в условиях обществ с ярко выраженными традициями, ключевым условием успеха является замена устарелых взглядов, при-

[1] СМИ в меняющейся России. Коллективная монография. Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2010. С. 28 - 29

вычек, норм – новыми, современными. Именно с этой точки зрения следует анализировать данные социологических опросов, отражающих те или иные предпочтения телеаудитории и взаимодействие отдельно взятого телеканала с его непосредственным и отдаленным окружением.

Тематика межгосударственной телекомпании «Мир» в нынешнем медиаконтексте уникальна, поскольку не может опираться на конкретные разработки предшественников. Отношения внутри СНГ и – шире – бывших советских республик, сложные связи новых государств между собой, процесс формирования внутригосударственных идеологий, отношение к понятию «суверенитет» и прочие специфические проблемы до сих пор никогда не становились предметом специального, последовательного и в некотором смысле автономного рассмотрения. Из этого следует, что существование МТРК «Мир» в конкурентной среде должно рассматриваться в комплексе новых факторов, которые еще не получили теоретического осмысления в науке о медиа.

На сегодняшний день телеканал «Мир» ведёт круглосуточное телевизионное вещание на территориях 14 стран СНГ и Балтии. Это Азербайджан, Армения, Беларусь, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Узбекистан, Украина, Латвия, Литва, Эстония. Техническое проникновение канала в данных странах (численность населения, имеющего возможность приёма канала) на сентябрь 2009 года составила 45 млн. 230 тыс. чел., в России – 29 млн. 432 тыс. чел. в 776 городах и других населённых пунктах. Возможность принимать канал через спутниковую связь есть и в ряде других стран.

Телевизионный сигнал распространяется с помощью собственной спутниковой системы «Мир» через спутник ABS-1 (LMI-1) в открытом режиме, а также в базовом пакете «НТВ-плюс» и в экспериментальном пакете MPEG-4 спутника «Экспресс-АМ1». В 2008 году началось вещание новой версии канала для жителей стран Центральной Азии, Урала и Сибири с учё-

том поясного времени (сдвиг +3 часа относительно московского времени). Зона непосредственного спутникового вещания канала охватывает территорию от Атлантики до Тихого океана. Однако основным потребителем вещательной продукции телекомпании является аудитория стран СНГ. Именно там существует соответственно и основная конкурентная среда, в которой протекает деятельность телекомпании.

Можно ввести понятие "насыщенность конкурентной среды", которая характеризуется количеством игроков на соответствующем телевизионном рынке. Насыщенность тем выше, чем больше телеканалов в заданной географической зоне. Имеющиеся аудиторные данные позволяют представить место МТРК «Мир» в широком контексте телевизионного вещания на актуальных для анализа территориях и определить основные конкурентные параметры работы телекомпании. Для анализа состава и качества аудитории, а также связанного с этим изучения конкурентной среды релевантными являются два параметра по каждой географической зоне. Это, во-первых, количество измеряемых каналов (мера насыщенности телевизионного рынка) и доля аудитории телеканала «Мир». Из Таблицы 1 видно, что доля аудитории телеканала «Мир» тем меньше, чем более насыщена конкурентная среда в заданной географической зоне. В самом деле, если в Республике Беларусь при замере 17 каналов доля аудитории «Мира» в первом квартале 2010 года составила 2,0%, то в Казахстане при замере 31-го канала доля аудитории «Мира» равнялась 1,2%, в Туле при замере 51-го канала – 0,3%, а в Уфе при замере 86-ти каналов – 0,2%. Следует обратить внимание на то, что здесь нет строгой обратно пропорциональной зависимости – увеличение телеканалов в два раза не означает падение доли аудитории ровно в два раза. Однако наблюдается ясная тенденция: чем более насыщена конкурентная среда, тем меньше доля аудитории телеканала «Мир». Данный результат можно интерпретировать так: чем больше телеканалов вещает в некоторой географической зоне, тем меньше вероятность попадания отдельного зрителя на

каждый из них. Это приводит к эффектам деконцентрации аудитории, сегментации и нишевизации рынка. Доля каждого канала уменьшается.

Таблица 1. Связь между количеством принимаемых каналов и долей аудитории телеканала «МИР» в различных географических зонах в I квартале 2010 г.

	Кол-во принимаемых каналов в системе измерения	Доля аудитории телеканала «Мир», %
Республика Беларусь	17	2,0
Казахстан	31	1,2
Тула	51	0,3
Уфа	86	0,2

Таблица 2 представляет в схематическом виде группы факторов, так или иначе влияющих на величину аудитории телеканала «Мир». В дальнейшем мы ограничимся рассмотрением только группы социальных факторов, выбрав из них следующие:

1. конкурентная среда, её насыщенность, ближайшие конкуренты "Мира";
2. социально-демографические факторы – пол, возраст, уровень образования;
3. типы телепрограмм и обращение зрителей к ним.

Таблица 2. Группы факторов, влияющих на величину аудитории телеканала «Мир»

	Природные и/или технико-технологические факторы	Социальные факторы (в широком смысле)
Внешние факторы	Техническое распространение, проникновение канала; географические особенности, в том числе погодные и др.	Социально-демографические факторы; социокультурные факторы, в том числе распространенность знания русского языка в разных странах зоны вещания; политико-правовые факторы; социально-экономические факторы, в том числе конкурентная среда и др.

Внутренние факторы	Техническое качество производимой телепродукции; качество трансляции сигнала и др.	Составляющие контента телеканала (жанрово-тематическое наполнение, уровень ведущих, оформление и др.); верстка программ и др.

Если мы рассмотрим состав телевизионного рынка на каждой из выделенных территорий с целью выявления ближайшего конкурентного окружения телеканала "Мир", то увидим, что в различных географических зонах ближайшее конкурентное окружение телеканала заметно различается. Для того чтобы составить об этом более предметное представление, выделим два аспекта. Во-первых, состав измеряемых телеканалов, вещающих в каждой географической зоне. Во-вторых, гендерно-возрастную структуру аудитории для каждой интересующей нас географической зоны.

Республика Беларусь. Конкурентная среда на телевизионном рынке в Республике Беларусь включает 17 основных телеканалов. Это (в алфавитном порядке): "БелМузТВ", ВТВ, ЛАД, "Мир", "НТВ Беларусь", ОНТ, "Первый национальный телеканал Беларуси", "РТР Беларусь", СТВ, "ТНТ Минск", "8 канал", "Cinema", "MTV Минск", "TV3 Минск", "TV 1000", "TV 1000 Русское кино", "TV Ray".

По данным замеров аудитории (см. Таблицу 3), характеризующих распределение доли аудитории и квартального охвата перечисленных телеканалов в I квартале 2010 года, видно, что лидерами рынка являются телеканалы ОНТ, "НТВ Беларусь" и "РТР Беларусь", которые в сумме собирают почти половину всей белорусской аудитории. На этом фоне "МИР" с долей аудитории 2,0% занимает срединную позицию (9 место по долевому показателю).

Телевизионный рынок Республики Беларусь отличает высокая концентрация в сравнительно узком гендерно-возрастном сегменте. Из семна-

дцати измеряемых каналов пятнадцать сосредоточены в сегменте, в котором процент женской аудитории лежит в пределах от 53% до 56%, и лишь два канала – "Cinema" и "TV3 Минск" – заметно смещены в сторону большей представленности женской аудитории относительно основной группы. По возрастному показателю наблюдается сходная картина. Шестнадцать каналов расположены в узком возрастном коридоре от 38,5 до 39,5 лет, и лишь канал "TV3 Минск" имеет заметное смещение в более молодой возраст. Вывод: белорусский телевизионный рынок отличает высокий уровень конкуренции. В этом смысле большинство замеряемых белорусских каналов конкурирует с "Миром".

Однако среди этого множества можно выделить ближайших конкурентов "Мира" по гендерно-возрастному признаку. Это восемь каналов: ЛАД, ОНТ, "Первый национальный телеканал Беларуси", "РТР Беларусь", СТВ, "8 канал", "TV 1000" и "TV 1000 Русское кино".

Мы можем констатировать, что при относительно невысокой насыщенности белорусский телевизионный рынок отличает довольно высокая конкурентная концентрация в сравнительно узком гендерно-возрастном коридоре, следствием чего является большое число каналов-конкурентов "Мира" в Республике Беларусь.

Таблица 3. Средняя доля и квартальный охват телеканалов в Республике Беларусь в I квартале 2010 года (среди населения городов численностью от 50 тыс.чел. и более в возрасте от 4 лет и старше)

Место	Телеканал	Средняя доля аудитории, %	Квартальный охват, тыс. чел.	Квартальный охват, %
1	ОНТ	17,4	5318	99,8
2	НТВ Беларусь	16,2	5259	98,7
3	РТР Беларусь	12,6	5319	99,8
4	Первый национальный канал Беларуси	8,8	5315	99,8
5	СТВ	4,3	5296	99,4

6	ЛАД	3,7	5270	98,9
7	ВТВ	3,2	3641	68,4
8	ТНТ Минск	2,5	1177	22,1
9	Мир	2,0	4336	81,4
10	TV 1000 Русское кино	1,9	1787	33,6
11	TV Ray	1,3	1152	21,7
12	8 канал	1,2	2573	48,4
13	TV 1000	0,8	1949	36,6
14	MTV Минск (МТИС)	0,6	1153	21,7
15	БелМуз ТВ	0,4	1475	27,7
16	TV3 Минск	0,4	420	7,9
17	Cinema	0,3	424	8,0

Казахстан. Конкурентная среда на телевизионном рынке Казахстана в целом более насыщена, чем в Республике Беларусь. В Казахстане в системе измерения присутствуют 25 каналов, часть из которых имеет несколько версий, что связано с их распространением в различных сетях. Это увеличивает количество замеряемых вещательных единиц до 31. В список измеряемых каналов входят (в алфавитном порядке): "АЛМАТЫ/ЮСА", "Астана", "ЕЛ АРНА/ХАБАР-2", Казахстан", КТК, "Мир", "МузТВ" (в двух версиях), НТВ (в трёх версиях), НТК, "Первый канал Евразия", РБК, "РЕН ТВ" (в трёх версиях), "РТР Планета/Россия", "СТВ/РАХАТ", ТАН, "ФЕНИКС АРТ", "ХАБАР", "ЭРА ТВ", "31/СТС", "7-й канал", CINEMANIA", HIT TV/SHAHAR", MTV (в двух версиях), "MUZ ZONE", SP TV EUROPE".

По социологическим данным (см. Таблицу 4) видно, что лидерами рынка являются "Первый канал Евразия", КТК и "31/СТС". На этом фоне "Мир" с долей аудитории 1,2% делит 13-14-е место с телеканалом ТАН, опережая последний по величине квартального охвата.

Если проанализировать данные о гендерно-возрастной структуре аудитории, можно убедиться, что в Казахстане, как и в Республике Беларусь,

существует плотное конкурентное ядро, куда входит большинство телеканалов, включая и "Мир". Вместе с тем три канала – НТВ, "РЕН ТВ" и MTV с их версиями, а также канал "HIT TV/SHAHAR" – находятся несколько в стороне от основного ядра каналов.

Отсюда следует, что в пределах ядра каналов наблюдается сильная конкуренция, и в этом смысле у "Мира" свыше десятка соперников. Однако более детальный анализ приводит к заключению, что реальным конкурентом, с точки зрения гендерно-возрастного состава, является только один казахский телеканал "СТВ/РАХАТ", если использовать те же критерии близости, что и в случае Республики Беларусь.

Уже на примере этих двух стран мы можем документально наблюдать как минимум две тенденции: сильное различие как конкурентной среды в целом, так и непосредственного конкурентного окружения телеканала "Мир".

Таблица 4. Средняя доля и квартальный охват телеканалов в Казахстане в I квартале 2010 года (среди населения городов численностью от 100 тыс. чел. и более в возрасте от 6 лет и старше)

Место	Телеканал	Средняя доля аудитории, %	Квартальный охват, тыс. чел.	Квартальный охват, %
1	Первый канал Евразия	36,7	5358	93,6
2	КТК	11,5	5287	92,3
3	31/СТС	9,4	4826	84,3
4	НТК	9,0	4964	86,7
5	Казахстан	5,9	4965	86,7
6	ЕЛ АРНА/ХАБАР-2	4,6	4308	75,2
7	РТР Планета/Россия (АЛМА ТВ)	3,6	2669	46,6
8	Астана	3,2	4789	83,6
9	ХАБАР	3,0	5092	88,9

10	НТВ (АЛМА ТВ)	2,3	1018	17,8
11	СТВ/РАХАТ	1,9	4143	72,3
12	7-й канал	1,8	3872	67,6
13	Мир	1,2	3035	53,0
14	ТАН	1,2	1307	22,8
15	РЕН ТВ (АЛМА ТВ)	1,0	896	15,7
16	НТВ (DIGITAL TV)	1,0	298	5,2
17	HIT TV/SHAHAR	0,7	2875	50,2
18	АЛМАТЫ/ЮСА	0,5	1588	27,7
19	НТВ (ICON TV)	0,5	374	6,5
20	РЕН ТВ (DIGITAL TV)	0,4	274	4,8
21	MUZ ZONE	0,3	4054	70,8
22	MTV (АЛМА ТВ)	0,2	831	14,5
23	РЕН ТВ (ICON TV)	0,1	211	3,7
24	MTV (DIGITAL TV)	0,1	243	4,2

Армения. Конкурентную среду телевизионного столичного рынка Армении можно охарактеризовать как среднюю по насыщенности, если сравнивать её с российским телевизионным рынком. Особенностью здесь является присутствие в эфирном вещании таких российских телеканалов, как "Культура", "Первый канал СНГ", "РТР-Планета". Однако они не занимают лидирующих позиций. Помимо российских каналов в Ереване вещает CNN и русскоязычная версия "Euronews". Крупнейшими игроками рынка являются армянские каналы "Armenia TV", "Shant", H1 и H2. Кабельное и спутниковое телевидение охватывает около 8% Еревана, распространяя около 100 каналов преимущественно российского происхождения.

Ведущие позиции на ереванском рынке занимают армянские телеканалы. Лидер рынка – телеканал "Armenia TV" со среднегодовой долей

22,7%. На второй позиции – телеканал "Shant" (18,4%). Третью строчку занимает канал H1 (13,9%), четвёртую – канал H2 (6,6%).

Среди российских вещателей наибольшую величину доли аудитории имеет "РТР-Планета" (3,3%, 8-е место). "Первый канал СНГ" занимает 17-е место с долей аудитории 1,2%; телеканал "Культура" – 19-е место (доля 1,0%). Интерес также представляет телеканал "Armnews" с долей аудитории 0,5%, на котором значительная часть эфирного времени занята русскоязычной версией "Euronews". В этой системе координат "Мир" делит 20-21-е места с каналом "Armnews" по доле аудитории (0,5%), в то же время немного уступая ему по величине годового охвата. 22-23-е места делят телеканал CNN на английском языке и армянский "Avetis" (доля 0,1%).

Таблица 5. Средняя доля и годовой охват аудитории эфирных телеканалов в Ереване в 2009 году (среди населения в возрасте от 4 лет и старше)

Место	Телеканал	Средняя доля аудитории, %	Квартальный охват, тыс. чел.	Квартальный охват, %
1	Armenia TV	22,7	1082	99.3
2	Shant	18,4	1080	99.1
3	H1	13,9	1078	98,9
4	H2	6,6	1077	98,9
5	TV5	4,9	1075	98,7
6	ATV	3,5	1069	98,1
7	Kentron	3,4	1065	97,7
8	РТР-Планета	3,3	1061	97,3
9	Dar21 МУЗтв	2,5	1059	97,2
10	Shoghakat	2,4	1057	96,9
11	ALM	2,2	1054	96,7
12	Ararat	2,1	1053	96,6
13	Hayreniq	1,9	1053	96,6

14	Erkir Media	1,7	1050	96,4
15	AR	1,7	1050	96,3
16	Yerevan	1,3	1050	96,3
17	Первый канал СНГ	1,2	1043	95,7
18	HAYTV	1,2	1039	95,4
19	КУЛЬТУРА (Россия К)	1,0	1026	94,1
20	Armnews/EURONEWS (рус. версия)	0,5	992	91,0
21	Мир	0,5	960	88,0
22	CNN	0,1	895	82,1
23	Avetis	0,1	486	44,6

Для исследования аудиторных и конкурентных показателей Российской Федерации мы выбрали данные по двум городам разного административного статуса и социального состава. Для нас было принципиально, что оба эти города относятся к культурной страте, обозначаемой в обиходе не вполне терминологически корректным понятием «российская провинция». Важность этого отнесения определяется тем, что именно аудитория нестоличных городов в современной ситуации, во-первых, наименее политически ангажирована, во-вторых, наиболее подвержена давлению социокультурных факторов, то есть представляет собой близкую к идеальной модель для изучения функционирования информационных стратегий. Эта аудитория заведомо критически оценивает содержание информационного потока и заведомо толерантна к устоявшимся его формам.

Тула. Конкурентная среда на телевизионном рынке Тулы выглядит ещё более насыщенной, чем в Казахстане, Республике Беларусь и Армении. В городе довольно высокое проникновение кабельного телевидения, и потому значительная часть населения может принимать 40-50 телеканалов. В течение рассматриваемого периода система измерения телевизионной ауди-

тории в Туле фиксировала, как уже было отмечено выше, аудиторию пятидесяти одного телеканала. Это (в алфавитном порядке): "Бибигон", "ГТРК Тула", "Детский", "Дом кино", "Домашний", ДТВ, "Звезда", "Знание", "Мир", "МузТВ", НТВ, "Первый канал", "Плюс ТВ", "Пятый канал", "РБК ТВ", "Рен-ТВ", "Рен-ТВ Тула", "Россия-1", "Россия-2", "Россия-24", "Россия-К", СТС, "СТС Тула", ТВ Центр", "ТВЦ Тула", "ТВ-3", ТДК, ТНТ, "ТНТ Тула", "Футбол", "2х2", 7ТВ, "Amazing Life", Animal Planet", "BBC World", "Bridge TV", "Discovery Channel", "Euronews", "Eurosport", "Fashion TV", "Hallmark", "Jetix", "Jetix play", MTV, "Music box", "National Geographic Channel", "RU.TV", "Style TV", "Travel Channel", "TV 1000", "TV XXI".

Таблица 6 даёт представление о доле и квартальном охвате аудитории 26-ти телеканалов, вещающих в Туле, в I квартале 2010 года. Наибольшую долю аудитории имеют "Россия-1", "Первый канал" и НТВ, собирающие в сумме чуть более половины всей аудитории. Среди множества измеряемых каналов в течение рассматриваемого периода телеканал "Мир" имел долю аудитории 0,3% и квартальный охват 56,8%, что позволило ему занять 23-е место в списке из 51-го канала.

Социологические исследования показывают, что расположение телеканалов в условном гендерно-возрастном пространстве заметно отличается от ситуаций, которые наблюдались на телевизионных рынках Республики Беларусь, Казахстана и Армении. Отличие состоит в том, что тульская аудитория не столь сильно сконцентрирована, как в двух предыдущих случаях, а более равномерно распределена по условному пространству. Это свидетельство более чёткого позиционирования каналов, понимание того, что необходимо работать на разные целевые аудитории. В то же время и здесь существует ядро, которое состоит из крупнейших каналов. Телеканал "Мир" не входит в их число, а расположен в гендерно-возрастной зоне, для которой характерно смещение в сторону мужской аудитории более молодого возраста по сравнению с ядром.

Если применить те же критерии близости, что и в предыдущих двух случаях, то среди близких конкурентов телеканала «Мир» насчитываются два: телеканалы "Россия-24" и 7ТВ.

Таблица 6. Средняя доля и квартальный охват телеканалов в Туле в I квартале 2010 года (среди населения в возрасте от 4 лет и старше)

Место	Телеканал	Средняя доля аудитории, %	Квартальный охват, тыс. чел.	Квартальный охват, %
1	Россия-1	18,8	477	99,2
2	Первый канал	17,8	476	99,0
3	НТВ	16,3	474	98,7
4	СТС	7,1	473	98,5
5	ТНТ	6,0	463	96,3
6	ТВ Центр	4,8	457	95,1
7	РЕН-ТВ	2,8	360	74,9
8	Пятый канал	2,1	425	88,5
9	2х2	2,1	245	51,1
10	ТВ-3	2,0	378	78,8
11	Россия-2	1,9	306	63,7
12	ДТВ	1,8	396	82,5
13	Россия-К	1,6	388	80,7
14	Домашний	1,6	363	75,5
15	Звезда	1,5	287	59,7
16	MTV	0,6	255	53,1
17	СТС Тула	0,5	455	94,6
18	МузТВ	0,5	301	62,7
19	Твц Тула	0,4	417	86,7
20	7ТВ	0,4	330	68,6
21	Россия-24	0,4	257	53,4

22	ТНТ Тула	0,3	431	89,8
23	Мир	0,3	273	56,8
24	ГТРК Тула	0,2	383	79,7
25	Рен-ТВ Тула	0,1	310	64,6
26	Euronews	0,1	159	33,0

Уфа. Телевизионный рынок Уфы интересен прежде всего тем, что на нём наблюдается максимальная концентрация телеканалов среди рассматриваемых географических зон. В I квартале 2010 года на рынке присутствовало 86 телеканалов, если принять во внимание все основные способы доставки телевизионного сигнала (эфирное, кабельное, спутниковое, IPTV). В алфавитном порядке это: "Беларусь ТВ", "Бибигон", "Боец", БСТ, "Время", "Вся Уфа", "ГТРК Башкортостан", "Детский", "Детский мир", "Дом кино", "Домашний", "Драйв", ДТВ, "Звезда", "Здоровое ТВ", "Знание", "Индия ТВ", "Комедия ТВ", КХЛ, "Мать и дитя", "Мир", "МузТВ", "Музыка первого ", НТВ, О2ТВ, "Охота и рыбалка", "Первый канал", "Про деньги", "Пятый канал", "РБК ТВ", "Рен-ТВ", "Рен-ТВ Уфа", "Ретро", "Россия-1", "Россия-2", "Россия-24", Россия-К", "Русский иллюзион", СТС, "СТС Уфа", "ТВ Центр", ТВ-3, ТДК, "Телекафе", "Телеклуб", "Теленяня", ТНТ, "ТНТ Уфа", "Усадьба", "Шансон ТВ", "Юмор ТВ", 2х2, 7ТВ, "Amazing Life", "Animal Planet", A-ONE, "AXN SCI-FI", "BBC World", "Bridge TV", "Deutsche Welle", "Discovery Channel", "Discovery Science", "Euronews", "Eurosport", "Fashion TV", "Hallmark", "Inter +", "Jetix", MTV, "Music Box", "Music Box Ru", "National Geographic Channel", RTVI, "RU.TV", "Sarafan TV", "Sony Entertainment", "Style TV", "Travel Channel", "TV 1000", "TV 1000 Action", "TV 1000 Русское кино", "TV XXI", "Universal Channel", "Viasat Explorer", "Viasat History", "Viasat Sport".

Информация об аудитории перечисленных телеканалов предоставляется измерителем в разном объёме. Из таблицы 7 видно, что первая тройка

каналов с наибольшим значением доли аудитории та же, что и в Туле, – "Первый канал", "Россия-1", НТВ – с той только разницей, что на верхнюю строчку здесь вышел "Первый канал". Суммарная доля "большой тройки" составила 48,4%, т.е. чуть менее половины всей аудитории. На этом фоне "Мир" занимает 24-ю позицию с долевым показателем, равным 0,2%, и трёхмесячным охватом аудитории, равным 46,9%.

Анализ характеристик аудитории Уфы показывает, что расположение телеканалов в условном гендерно-возрастном пространстве по форме имеет сходство с тульским вариантом. Разница состоит в том, что некоторые каналы (например, "2х2") имеют отличающуюся позицию относительно основного ядра телеканалов. В этой системе отсчёта "Мир" демонстрирует гендерный паритет (50% мужчины и 50% женщины) в отличие от Тулы, где наблюдалось смещение "Мира" в женскую аудиторию.

Видно, что в ближайшем окружении у "Мира" нет жёстких прямых конкурентов по генденрно-возрастному основанию, если применить выбранные критерии близости.

Таблица 7. Средняя доля и квартальный охват телеканалов в Уфе в I квартале 2010 года (среди населения в возрасте от 4 лет и старше)

Место	Телеканал	Средняя доля аудитории, %	Квартальный охват, тыс. чел.	Квартальный охват, %
1	Первый канал	19,9	968	99,0
2	Россия-1	15,4	973	99,5
3	НТВ	13,1	968	99,0
4	ТНТ	7,8	908	92,9
5	СТС	6,7	932	95,3
6	Россия-2	3,6	730	74,7
7	ТВ-3	3,1	838	85,7
8	БСТ	3,0	935	95,6

9	ТВ-Центр	3,0	901	92,2
10	Рен-ТВ	2,9	915	93,6
11	Россия-К	1,8	832	85,1
12	Домашний	1,7	811	83,0
13	ДТВ	1,2	592	60,5
14	Пятый канал	1,0	704	72,0
15	MTV	0,9	554	56,7
16	Звезда	0,7	396	40,5
17	Муз ТВ	0,5	629	64,3
18	7ТВ	0,5	552	56,4
19	Россия-24	0,5	427	43,7
20	СТС Уфа	0,3	873	89,3
21	ТНТ Уфа	0,3	810	82,9
22	2х2	0,3	339	34,7
23	ГТРК Башкортостан	0,2	825	84,4
24	Мир	0,2	459	46,9
25	Рен-ТВ Уфа	0,1	784	80,2
26	Вся Уфа	0,1	553	56,6
27	Euronews	0,1	356	36,4

Итак, проделав анализ конкурентной среды в рассматриваемых зонах, мы можем свести воедино полученные данные. Таблица 8 содержит результаты такой операции. Из неё видно, что в разных географических зонах телеканал "Мир" находится в существенно различающихся конкурентных условиях. Это утверждение справедливо не только для стран, где телевизионные рынки включают в себя непересекающиеся множества игроков, но даже в пределах одной страны – России, где в разных городах наблюдается заметное различие как в составе игроков, так и в их гендерно-возрастном

позиционировании.

В самом деле, если по каждой из двух использованных переменных выделить один и тот же коридор для различных географических зон относительно положения телеканала "Мир" (плюс-минус 0,5% женской аудитории и плюс-минус 0,5 лет для среднего возраста), то мы наблюдаем четыре абсолютно разные картины. Ближайшие конкуренты "Мира" по гендерно-возрастному основанию в Республике Беларусь – ЛАД, ОНТ, "Первый национальный телеканал Беларуси", "РТР Беларусь", СТВ, "8 канал", "TV 1000" и "TV 1000 Русское кино". В Казахстане это всего один конкурент – канал "СТВ/РАХАТ". В Туле это каналы "Россия-24" и 7ТВ, а в Уфе вообще не обнаружено ни одного канала, расположенного вблизи "Мира" согласно выбранным критериям в пределах имеющихся данных.

Таблица 8. Ближайшее конкурентное окружение телеканала «Мир» в различных географических зонах в I квартале 2010 г. на основе гендерно-возрастных данных

	Ближайшие конкуренты
Республика Беларусь	ЛАД, ОНТ, Первый национальный телеканал Беларуси, РТР Беларусь, СТВ, 8 канал, TV 1000, TV 1000 Русское кино
Казахстан	СТВ/РАХАТ
Тула	Россия-24, 7 ТВ, возможно, другие каналы
Уфа	Не обнаружено в пределах имеющихся данных

Из этих данных прежде всего следует, что проблематика телеканала «Мир» входит органической частью в поток медиапроблематики России и стран СНГ. Ни одна широкая аудитория не предстает сосредоточенной на вопросах межгосударственного сотрудничества и повседневной жизни стран-партнеров. Вместе с тем ни одна из аудиторий не демонстрирует и отсутствия интереса к этим проблемам. Как будет показано дальше, в актуальных для МТРК «Мир» аудиториях обнаруживается большой «потенциал

восприятия» (термин Л. Либмана) той проблематической и информационной сферы, которую освещает канал «Мир».

Конкурентная среда, в которой развивается и с которой непрерывно взаимодействует телеканал «Мир», является во многом толерантной к его тематической стратегии. То есть вопросы, на которых акцентирует внимание телеканал, с одной стороны, входят в структуру общего информационного потока, но с другой – остаются специфическим преимуществом, означающим его конкурентоспособность и потенциально высокую востребованность. Конкурентная среда, актуальная для МТРК «Мир», неоднородна, в нее входят развлекательные, аналитические и информационные каналы. Наибольшая доля конкурентов может быть охарактеризована как телеканалы общей направленности. Для МТРК «Мир» это значит, что производственное и контентное развитие необходимо проводить, ориентируясь на максимально широкую аудиторию, внедряя свою специфическую сегментарную проблематику на фоне другой – универсальной и общественно значимой.

Мониторинг зрительских предпочтений

При сравнительно большом техническом покрытии населенных территорий со спутников, передающих сигнал «Мира», т.е. при сравнительно большой потенциальной аудитории, реальная аудитория телеканала меньше. Причина проста – далеко не всё население этих районов имеет доступ к кабельному или напрямую к спутниковому телевидению, а эфирная составляющая вещания «Мира» пока остаётся небольшой.

По оценке экспертов, реальный годовой охват аудитории телеканала «Мир» составил в 2007 году около 8,8 млн. чел., в 2008 году – 11,6 млн. чел, в 2009 год – 18,5 млн. чел.

Расхождение между количеством зрителей, имеющих возможность принимать канал в 2009 году (45,2 млн. чел.) и реально просматривающих его (18,5 млн. чел.) объясняется тем, что в кабельных и спутниковых сетях,

где в основном распространяется «Мир», сложилась высококонкурентная среда, и значительная часть аудитории, обретя широкий выбор, далеко не всегда просматривает все имеющиеся каналы.

Социологические данные позволяют составить представление о том, как реальная аудитория телеканала «Мир» распределялась по странам в III квартале 2009 г. Видно, что почти три четверти составляют российские телезрители (73,6%), около десятой части приходится на Казахстан (9,9%), 8,1% – на Республику Беларусь и на все остальные страны – 8,3% аудитории.

Таблица 9. Распределение реальной аудитории телеканала «Мир» по странам в III квартале 2009 года

Страны	Квартальный охват, млн. чел.	в % от общего квартального охвата телеканал «Мир»
Российская Федерация	13,252	73,6%
Казахстан	1,788	9,9%
Республика Беларусь	1,457	8,1%
Другие страны	1,510 (оценочно)	8,4%
Всего	17,997	100,0%

Итак, портрет аудитории телеканала «Мир» для зоны его вещания в целом выглядит следующим образом: почти на три четверти российские зрители, чаще женщины, чем мужчины, чаще лица до 40 лет, большей частью русскоязычные. Это подтверждается и анализом рейтинговых замеров по разным регионам вещания МТРК «Мир».

Казахстан. Замеры телевизионной аудитории в Казахстане ведёт единственный в стране измеритель – «TNS Gallup Media Asia», филиал российской компании «TNS-Россия». Выборка включает в себя 1890 жителей в возрасте от 6 лет и старше (700 домохозяйств) в двадцати городах Казахстана. Замеряется аудитория 25 телеканалов. Отдельно репрезентируются сто-

лица Астана (100 домохозяйств) и крупнейший город Алма-Ата (200 домохозяйств). Телеканал «Мир» (казахстанская сетка) входит в систему измерения с июля 2008 года.

Республика Беларусь. В Республике Беларусь сложились две параллельные системы измерения телевизионной аудитории. Официальная, осуществляемая компанией «НОВАК», здесь основана на методе дневниковой панели, которая считается устаревшей и сохраняется в странах с относительно низким уровнем развития телерекламного рынка. Вторая методика – пиплметрическая панель, которая развёрнута в Минске компанией «ГЕВС». МТРК «Мир» пользуется данными именно этой системы. Размер выборки составляет 600 человек в возрасте от 4 лет и старше. Измеряются 16 телеканалов. Для «Мира» приводятся лишь накопленные данные о телеканале в целом за стандартные периоды времени с января 2009 года. Подробная информация о рейтингах отдельных эфирных элементов отсутствует.

Кыргызстан. В Кыргызстане уровень развития телерекламного рынка ещё не позволяет вести непрерывные измерения аудитории телеканалов. Поэтому рынок довольствуется лишь замерами аудитории, получаемыми раз в месяц на основе личных интервью только в столице, городе Бишкеке.

Измерения ведёт информационно-рекламное агентство M'AD Group Bishkek. Выборка варьируется от месяца к месяцу от 2000 до 2200 чел. в возрасте от 16 до 60 лет включительно. Замеряется аудитория более 100 каналов, в том числе канала «Мир».

Здесь надо сказать, что в отличие от других ведущих телеканалов, «Мир» стал получать подробную рейтинговую информацию сравнительно недавно: в Казахстане – с июля 2008 года, в России – с апреля 2009 года (названные выше два города, Тула и Уфа). Поэтому провести вполне законченный системный анализ по разным странам и определить, какие конкретные программы собирают наибольшую аудиторию, затруднительно. Так что мы ограничимся несколькими географическими зонами и данными 2009 и

начала 2010 года.

Казахстан. В течение анализируемого периода наибольшую аудиторию на канале «Мир» в Казахстане собрали художественный фильм «Королева бензоколонки-2» 16 марта 2009 года (рейтинг 1,5%, доля аудитории 29,2%) и телесериал «Отряд специального назначения» 8 мая 2009 года (рейтинг 1,5%, доля аудитории 21,4%). Это вполне согласуется с представлениями о том, что более всего аудиторию канала «Мир» привлекает кинопоказ – фильмы и сериалы. В списке наиболее рейтинговых выпусков находим ещё ряд фильмов и сериалов – все либо советские, либо современные российские.

В первой десятке рейтинговых программ телеканала «Мир» в Казахстане мы также находим четыре выпуска «Новостей Содружества» с рейтингом 1,3-1,4% при доле аудитории от 14,3% до 20,9%. Отчасти столь неплохие показатели связаны с двумя обстоятельствами. Во-первых, на канале «Мир» новости по будням выходят с шагом в один час, что повышает вероятность зрителей их посмотреть. Во-вторых, сетка вещания формируется таким образом, что новости прерывают кинофильмы и программы большой продолжительности. Собравшаяся на них публика, как правило, смотрит и новостные выпуски. Кроме того, следует учесть, что «Новости Содружества» выходят за рамки того информационного поля, в котором традиционно работают национальные каналы. Здесь изначально заложена межгосударственная концепция представленности различных стран СНГ и Балтии в общем информационном пространстве. И в этом смысле «Новости Содружества» уникальны и привлекательны для значительной части аудитории.

Среди передач собственного производства, помимо «Новостей Содружества», сравнительно большую аудиторию в Казахстане в III квартале 2009 года собрали выпуски программ «Календарь событий», «100 вопросов и ответов о Содружестве», «Миллион вопросов о природе».

Обращает на себя внимание тот факт, что все рейтинговые достижения «Мира» в Казахстане приходятся не на вечерние часы, как это обычно бывает на крупнейших каналах, а на дневные в интервале от 12:00 до 15:00 по местному времени. Ещё одно наблюдение. В списке рейтинговых мы не находим программ на казахском языке.

Таблица 10. Наиболее высокорейтинговые выпуски передач и фильмов телеканала «Мир» с 1-го января по 29-е ноября 2009 г. в Казахстане (от 1,2% и выше)

№	Название	Дата	Время выхода	Рейтинг, %	Доля аудитории, %
1	Королева бензоколонки-2, х/ф	16.03.2009	12:05	1,5	29,2
2	Отряд специального назначения, т/сериал	08.05.2009	13:05	1,5	21,4
3	Петля, х/ф	16.04.2009	13:05	1,4	26,9
4	Новости Содружества	08.05.2009	13:00	1,4	17,8
5	Новости Содружества	25.05.2009	13:00	1,4	14,3
6	Новости Содружества	16.03.2009	14:00	1,3	25,7
7	Календарь событий	16.03.2009	12:47	1,3	24,7
8	100 вопросов и ответов о Содружестве	29.04.2009	13:35	1,3	21,6
9	Новости Содружества	16.04.2009	13:00	1,3	20,9
10	100 вопросов и ответов о Содружестве	07.04.2009	12:07	1,3	16,5
11	Новости Содружества	16.03.2009	12:00	1,2	25,1
12	Игры взрослых девочек, х/ф	30.03.2009	12:05	1,2	22,1
13	Гляди веселей, т/сериал	29.04.2009	13:05	1,2	22,1
14	Миллион вопросов о природе	17.08.2009	13:37	1,2	19,9
15	100 вопросов и ответов о Содружестве	08.02.2009	14:51	1,2	17,2
16	Реальные истории…, д/сериал	23.09.2009	15:23	1,2	16,5
17	Женатый холостяк, х/ф	08.02.2009	13:22	1,2	16,0

Армения. С декабря 2009 года МТРК "Мир" стала получать рейтинговую информацию от GFK-Armenia о передачах, транслируемых в Ереване. В этих исследованиях, в частности, анализировались 40 наиболее рейтинговых передач, фильмов и сериалов, вышедших в ереванский эфир на канале "Мир" в декабре 2009 года. В топ-40 (см. Таблица 11) вошли программы разных жанров, среди которых семь художественных фильмов, три выпуска телесериалов и 11 программ собственного производства.

Лидером показа "Мира" в Ереване стала документальная лента "Живая история. Нить Версаче", вышедшая в эфир 25 декабря в 0:04 (рейтинг 1,9%, доля аудитории 4,6%). Вторую позицию занял художественный фильм "Плач перелётной птицы" 21 декабря в 13:44 (рейтинг 1,7%, доля 12,0%). Третья позиция – "Новости содружества" 17 декабря в 1:00 (рейтинг 1,6%, доля 7,4%).

Среди программ собственного производства МТРК "Мир" в топ-40 находим: 8 выпусков "Новостей Содружества" (рейтинги от 1,0 до 1,6%, доли - от 2,2% до 9,4%), а также по одному выпуску программ "Знаем русский" (6 декабря в 14:41, рейтинг 0,9%, доля 3,1%), "Содружество Live" (21 декабря в 14:09, рейтинг 0,9%, доля 6,3%) и "Территория KG" (7 декабря в 3:44, рейтинг 1,2%, доля 35,8%).

Таблица 11. Наиболее высокорейтинговые программы телеканала "Мир" в Ереване в декабре 2009 года

№	Название	Дата	Время выхода	Рейтинг, %	Доля аудитории, %
1	Живая история. «Нить версаче» д/ф	25.12.09	0:04	1,9	4,6
2	Плач перелетной птицы, х/ф	21.12.09	13:44	1,7	12,0
3	Новости Содружества	17.12.09	1:00	1,6	7,4
4	Новости Содружества	19.12.09	0:00	1,6	4,2
5	Чингиз-Хан. На край земли и моря, х/ф	21.12.09	1:37	1,5	10,9
6	Удачная покупка	21.12.09	2:01	1,5	10,8

7	Новости содружества	21.12.09	14:00	1,5	9,3
8	Новости Содружества	30.12.09	22:00	1,4	3,5
9	Подводная одиссея команды Ку-сто, д/сериал	07.12.09	4:28	1,3	33,0
10	Удачная покупка	21.12.09	13:44	1,3	9,9
11	Удачная покупка	21.12.09	13:17	1,3	9,0
12	Живая история	18.12.09	0:04	1,3	3,6
13	Космодиск классик	25.12.09	0:22	1,3	3,4
14	Дронго, сериал	07.12.09	22:04	1,3	3,0
15	Удачная покупка	12.12.09	23:32	1,3	3,1
16	Подрывники	11.12.09	23:24	1,3	2,9
17	Подводная одиссея команды Ку-сто, д/сериал	07.12.09	3:57	1,2	41,6
18	Удачная покупка	07.12.09	4:19	1,2	36,1
19	Территория KG	07.12.09	3:44	1,2	35,8
20	Новости Содружества	26.12.09	0:00	1,2	2,9
21	Новости Содружества	03.12.09	20:00	1,2	2,8
22	Новости Содружества	21.12.09	13:00	1,1	7,4
23	Материнское поле, х/ф	25.12.09	1:50	1,1	6,2
24	Дронго, сериал	08.12.09	21:31	1,1	2,7
25	Михайлюки, х/ф	07.12.09	3:16	1,0	18,5
26	100 лет со дня рождения З. Федоровой	21.12.09	14:46	1,0	7,7
27	Детективные истории	08.12.09	17:22	1,0	4,1
28	Вкусный мир	19.12.09	10:59	1,0	3,9
29	Живая история	18.12.09	23:47	1,0	2,5
30	Новости Содружества	28.12.09	23:00	1,0	2,2
31	Десять негритят, х/ф	07.12.09	2:21	0,9	7,4
32	Удачная покупка	07.12.09	0:33	0,9	7,2
33	Содружество Live	21.12.09	14:09	0,9	6,3

34	100 лет назад вышел первый номер журнала «Огонек»	21.12.09	18:30	0,9	6,0
35	Диалог со всем миром	15.12.09	0:33	0,9	3,9
36	Бинди. Девочка из джунглей, сериал	20.12.09	11:27	0,9	3,7
37	Игрушка, х/ф	20.12.09	14:09	0,9	3,3
38	Знаем русский	06.12.09	14:41	0,9	3,1
39	Легкая жизнь	27.12.09	14:39	0,9	2,8
40	Колье для снежной бабы, х/ф	27.12.09	18:35	0,9	2,5

Тула. В течение анализируемого периода наибольшую аудиторию на канале «Мир» собирали другие передачи (см.таб. 12). В списке популярных выпусков мы встречаем лишь два названия, которые были отмечены в Казахстане: «Новости Содружества» и «100 вопросов и ответов о Содружестве». Тем не менее жанровые тенденции в зрительском выборе схожи: в числе наиболее рейтинговых художественные фильмы («Королевство кривых зеркал», «Амели с Монмартра») и сериалы («Угрюм-река», «Команда»). Заметим, все ленты, кроме одной, отечественного производства. Однако в этом списке нет работ, которые собирали наибольшую аудиторию в Казахстане.

Вновь значительная часть рейтинговых выпусков приходится на «Новости Содружества». Кроме них, в списке находим выпуски программ собственного производства – «Казахстан. Народы и судьбы», «Слово за слово» и «Содружество Live».

В отличие от аудитории в Казахстане тульская аудитория собирается на канале «Мир» не только в дневные часы. Сравнительно высокие показатели встречаются также в вечерние и поздние ночные часы.

Таблица 12. Наиболее высокорейтинговые выпуски передач и фильмов телеканала «Мир» с 13-го апреля по 14-е ноября 2009 г. в Туле (от 1,5% и выше)

№	Название	Дата	Время выхода	Рейтинг, %	Доля аудитории, %
1	Новости Содружества	14.11.09	13:00	3,1	15,6
2	Королевство кривых зеркал, х/ф (Детский)	14.11.09	12:14	3,1	14,7
3	Территория здоровья	14.11.09	13:46	3,1	14,1
4	Содружество live	14.11.09	13:43	3,1	13,9
5	Угрюм река, сериал	17.07.09	00:46	1,9	17,5
6	Кома: это-правда…	17.07.09	00:14	1,8	15,4
7	Амели с Монмартра, х/ф	13.06.09	16:23	1,7	5,0
8	Новости Содружества	17.07.09	01:00	1,6	15,8
9	Новости Содружества	17.07.09	00:00	1,6	10,1
10	Откровенный разговор	16.07.09	23:45	1,6	9,3
11	100 вопросов и ответов о Содружестве	16.07.09	20:28	1,6	4,3
12	Казахстан: народы и судьбы	16.07.09	20:29	1,6	4,2
13	Новости Содружества	16.07.09	21:00	1,6	4,2
14	Слово за слово	16.07.09	21:05	1,6	4,1
15	100 вопросов и ответов о Содружестве	16.07.09	21:13	1,6	4,1
16	Команда сериал	14.11.09	13:57	1,5	7,1

Уфа. Наиболее рейтинговые выпуски канала «Мир» в Уфе приведены в таблице 13. Список открывает аналитическая программа «Акценты» от 3 июля 2009 (рейтинг 2,5%, доля аудитории 7,7%), за которой следуют два выпуска «Новостей Содружества» и два выпуска передачи «100 вопросов и ответов о Содружестве». Среди самых востребованных снова мы находим кинофильмы и телесериалы. И вновь все они, за исключением американ-

ского фильма «Клеймо гражданина», отечественные.

Таблица 13. Наиболее высокорейтинговые выпуски передач и фильмов телеканала «Мир» с 13-го апреля по 14-е ноября 2009 г. в Уфе (от 1,5% и выше)

№	Название	Дата	Время выхода	Рейтинг, %	Доля аудитории, %
1	Акценты	03.07.09	21:22	2,5	7,7
2	Новости Содружества	01.07.09	22:00	2,2	6,6
3	Новости Содружества	03.07.09	21:00	2,1	6,9
4	100 вопросов и ответов о Содружестве	16.07.09	22:28	2,0	6,6
5	100 вопросов и ответов о Содружестве	25.04.09	21:41	1,9	6,3
6	Клеймо гражданина, х/ф	25.04.09	21:21	1,9	6,3
7	100 вопросов и ответов о Содружестве	25.04.09	22:51	1,9	6,3
8	100 вопросов и ответов о Содружестве	25.04.09	22:18	1,9	6,1
9	Апостол, сериал	08.10.09	20:05	1,9	5,1
10	Новости Содружества	12.06.09	10:00	1,8	16,0
11	Содружество live	14.09.09	12:47	1,8	13,6
12	Новости Содружества	14.09.09	13:00	1,8	13,1
13	Новости Содружества	08.10.09	20:00	1,8	4,6
14	Тик-так (детская передача)	23.04.09	09:45	1,7	13,8
15	Лабиринты разума, т/сериал	13.09.09	00:36	1,6	17,8
16	Содружество live	19.10.09	15:48	1,6	13,8
17	Здесь проходит граница, х/ф	07.07.09	16:25	1,6	13,2
18	Новости Содружества	11.09.09	22:00	1,5	5,8

Обращает на себя внимание, что во всех приведенных данных выпуски собственного производства в числе наиболее рейтинговых (помимо «Акцентов», «Новостей Содружества» и «100 вопросов и ответов о Содружестве») представлены программой «Содружество Live» и детской передачей «Тик-так».

Можно выделить несколько причин, объясняющих относительно значительные рейтинговые расхождения в приведенных данных. Первая связана с тем, что в представленных географических зонах различается время. А значит, ритм жизни, который характерен для каждой зоны, по-разному сопрягается с сеткой вещания. Рейтинговой для всех рассмотренных географических зон является программа «Новости Содружества», но необходимо помнить, что она выходит в эфир с высокой частотой, и потому вероятность попадания на неё достаточно велика. К этому следует добавить и различие в сетках вещания. Так, в Казахстане транслируются программы на казахском языке, снятые на базе филиала МТРК «Мир», которые не видят в России и которые в местной сетке вещания замещают ряд российских программ. Конечно же, на результат влияет рассмотренная в предыдущем параграфе конкурентная среда. Ещё одна причина связана с различием социально-экономического положения в разных странах и регионах России, а значит, интерес зрителей к тем или иным темам общественной жизни будет неодинаков. И то, что привлечет жителей Тулы, может оставить равнодушной телеаудиторию Казахстана. Наконец, есть различия в ценностных ориентациях жителей разных географических зон. У жителей Казахстана иные предпочтения, чем у жителей Уфы и Тулы. Выбор кинопродукции в значительной степени отражает эти различия. Так, в Казахстане в список наиболее рейтинговых кинофильмов и телесериалов не попали зарубежные ленты. Данный факт можно трактовать как слабую ориентированность жителей Казахстана на зарубежную продукцию, а это ценностный выбор. В Туле и Уфе в списке наиболее рейтинговых также преобладают ленты отечественного

производства, но там мы встречаем и два зарубежных фильма: один из них американский («Клеймо гражданина»), а другой – французский («Амели с Монмартра»). Интересно соотношение рейтинговых фильмов и сериалов отечественного и зарубежного производства в целом по трём географическим зонам – 13:2.

Еще раз подчеркнем, что телеканал «Мир» представляет собой уникальное явление как особый канал, формирующий межгосударственное информационное поле на территории бывшего СССР и ряда сопредельных стран. Он имеет ярко выраженную информационную миссию – формирование социально ответственного вещания на территории СНГ, объективно взвешенное отражение событий, показ исторического и культурного наследия стран Содружества, укрепление сотрудничества наших государств в сфере массовых коммуникаций.

По содержанию «Мир» – канал общего типа, где представлены самые разнообразные жанры телевидения и кино. Их объединяют общие основания, в числе которых значимость общей истории и культуры стран, входивших в состав СССР, ценность русского языка как средства межнационального общения, взаимное уважение политического выбора народов этих стран. В сетке преобладает отечественный кинопоказ – художественные фильмы и телесериалы, произведённые преимущественно в СССР, современной России либо в других странах СНГ и Балтии. Они в значительной степени обеспечивают поддержку ценностных ориентаций, объединяющих народы наших стран.

Значительное место в структуре сетки вещания телеканала «Мир» занимают программы собственного производства. По меньшей мере девять среди них вошли в число высокорейтинговых хотя бы в одной из анализируемых географических зон. Это «Акценты», «Казахстан: народы и судьбы», «Календарь событий», «Миллион вопросов о природе», «Новости Содружества», «Слово за слово», «Содружество Live», «Тик-так» и «100 вопросов и

ответов о Содружестве». Особую роль в структуре вещания играют информационные программы, в которых подаются новости из стран СНГ и Балтии. И «Мир» – единственный телеканал, который последовательно и системно освещает жизнь этих стран.

Аудиторию телеканала «Мир» в самых общих чертах можно охарактеризовать как состоящую преимущественно из россиян. В ней наблюдается женское смещение, преобладание лиц до 40 лет, а также русскоязычных зрителей вне границ Российской Федерации.

В конкурентном поле «Мир», занимая сравнительно высокие места, успешно соревнуется с каналами своего нишевого окружения. В России конкуренты «Мира» – «Беларусь-ТВ» и «TV 1000 – Русское кино», в Казахстане – ТАН, СТС, «РТР-Планета», в Минске – «Первый националь-ный белорусский канал».

Списки наиболее рейтинговых программ телеканала «Мир» варьируются от одной географической зоны к другой, однако везде чаще всего фигурируют «Новости Содружества». И обязательно в этих списках присутствуют другие программы собственного производства.

Соотнесенность оценок аудитории телеканала «Мир» в разных географических зонах проявляется тогда, когда транслируемые передачи сделаны авторами, которые ориентируются на единую шкалу духовных ценностей. Если такой общей основы нет, то наблюдается спонтанное, случайное поведение аудитории, точнее её различных сегментов.

В сетке телеканала в 2009-2010 гг. содержалось свыше 30 программ собственного производства, среди которых более десятка – социально-политической направленности. Для того чтобы представить себе характер предпочтений зрительской аудитории МТРК «Мир», проанализируем показатели ключевых программ, среди которых, помимо "Новостей Содружества", программы "Акценты", "Вместе" и "Слово за слово".

Программа "Акценты" – десятиминутный комментарий главных со-

бытий дня. Выходит пять раз в неделю по будням.

Программа "Вместе" – еженедельная информационно-аналитическая итоговая программа о событиях в странах СНГ, продолжительность которой варьировалась от 40 минут до часа.

Программа "Слово за слово" – ток-шоу на актуальные социально-политические темы. Выходит четыре раза в неделю по будням. Продолжительность варьировалась от 45 до 55 минут.

Все три программы вошли в список сорока высокорейтинговых передач в I квартале 2010 года хотя бы в одной из рассматриваемых географических зон. Так, программа "Акценты" оказалась на 37-м месте в республике Беларусь и на 18-м в Туле. Два выпуска программы "Вместе" вошли в список высокорейтинговых программ в Республике Беларусь (9-е и 35-е место). Программа "Слово за слово" встретилась всего один раз в Республике Беларусь (4-е место).

Однако ни одна из этих трёх программ не вошла в список сорока высокорейтинговых рубрик телеканала "Мир" в Казахстане, Армении и Уфе.

Итак, вырисовывается следующая картина. В разных географических зонах показатели аудитории программ "Акценты", "Вместе" и "Слово за слово" заметно отличаются друг от друга. Если "вынести за скобки" различия в рейтингах, обусловленные ближайшим конкурентным окружением телеканала "Мир" в различных географических зонах, то просматриваются, по меньшей мере, две тенденции. Первая связана с причинами социального характера, обусловленными тем, что актуальность тех или иных событий и проблем неодинакова в разных странах. Этим можно объяснить различие между средними ранговыми индексами ток-шоу "Слово за слово", а также большую значимость программы в российских городах и меньшую – в Казахстане и особенно в Армении. Вторая тенденция характеризуется отмеченной выше связью величины аудитории ряда программ с уровнем образования зрителей. Оказалось, что программа "Акценты", достаточно сложная

для восприятия, где даётся комментарий к текущим событиям, востребована в тех географических зонах, где в структуре аудитории телеканала "Мир" присутствует больший процент зрителей с высшим и незаконченным высшим образованием.

В целом выбор аудитории телеканала «Мир» характеризуется теми же факторами, что и зрителей крупных национальных каналов. Внимание к оригинальной информационной продукции МТРК «Мир» определяется двумя взаимоисключающими категориями – ее универсальностью и локальностью. Из этого следует, что компании необходимо, во-первых, всемерно развивать региональные корреспондентские сети, а во-вторых, вести сложную работу по согласованию тематических и форматных принципов организации вещания. Особую актуальность и перспективную значимость эти направления работы имеют в свете будущего перехода телеканала на цифровую форму вещания.

3. Перспективы развития телекомпании в условиях перехода на цифровое вещание

Самым острым вопросом телевизионной практики последних лет является переход на цифровое вещание. Исследователи и практики медиасферы уверены, что “главное сейчас понять – завтрашний рынок вещания будет коренным образом отличаться от сегодняшнего. Если сегодня побеждает тот, кто доставляет программы максимальному количеству зрителей, то завтра выиграет тот, кто сумеет обеспечить адресную доставку конкретных программ конкретным зрителям”.[1]

Это мнение подтверждается и на теоретическом уровне. «Процесс трансформации российской медиасистемы, – полагает Е.Л. Вартанова, – в значительной степени испытывает на себе влияние процессов формирования современных экономических структур (вариантов рынка) и конверген-

[1] Волкова Ю. Цифровое телевидение: в ожидании чудес невозможных. / Сайт FERRA.RU. URL: http://www.ferra.ru/online/video/s25309/ [по состоянию на 28.02.2011]

ции информационно-коммуникативных технологий. Впрочем, именно эти факторы определяют современное развитие медиасистем и на глобальном уровне».[1]

Цифровое телевидение переворачивает устоявшуюся модель отношений телеканала и зрителя. Пока при аналоговом сигнале программы врываются в наше телевизионное пространство независимо от нашего желания. Но цифровая информация уже не обязательно будет прямо проходить на экран, ее можно накапливать на внешних носителях, домашних медиасерверах. Таким образом, цифровое телевидение позволяет легко отсечь все ненужное зрителю, реально открывает перед ним возможность осуществлять выбор и даже отчасти принуждает к этому. Сегодня уже очевидно, что будущее цифровых средств массовой информации всех форм и видов определится тем, получит ли в результате зритель инструмент контроля над СМИ. Сможет ли он, как обещают прогнозы, смотреть «в любое время и в любом месте любое содержание – особенно если он за него платит».[2] Из этого следует, что фактически на рынке цифрового телевещания продают не новую аппаратуру и не новые услуги, здесь продают новый стиль жизни.

История внедрения не столько самого цифрового телевидения, сколько соответствующей идеи в российскую практику – тема отдельного исследования. Однако для лучшего понимания конкретной проблемы, стоящей перед телекомпанией «Мир», мы коснемся некоторых ее этапов.

За точку отсчета, очевидно, следует принять июль 1997 г., когда на собрании СЕРТ российские специалисты начали консультации с рядом европейских специалистов. Результатом стала «Конвенция внедрения наземного цифрового вещания в «Российской Федерации».

---

[1] СМИ в меняющейся России. Коллективная монография. Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2010. С. 33 – 34

[2] Сайт Broadcasting.ru.

Впервые в России экспериментальное цифровое вещание по европейскому стандарту DVB-T началось 2 июля 2000 года в Нижнем Новгороде. С тех пор цифровое наземное телевизионное вещание постепенно, но уверенно прокладывает в российском эфире свой путь.

Программа "Развитие телерадиовещания в Российской Федерации", которая принята на государственном уровне, подразумевает, что к 2015 году аналоговое вещание будет практически завершено. Цифровой станет вся общенациональная система эфирного вещания. Эти перспективы комментируют по-разному. Некоторые полагают, что переход на цифровой формат – общемировая тенденция развития телекоммуникаций. Цифровые алгоритмы обработки сигналов позволяют решать прикладные задачи, расширять спектр предоставляемых сервисов и услуг, улучшать качество телевизионного изображения и звука. Другие видят в процессе перехода на цифровое вещание опасности как технологического, как и содержательного, порядка. Так, Владимир Макавеев напоминает, что переход российского телерадиовещания на цифровые технологии начался около 30 лет назад, и с тех пор все телепрограммы готовятся в "цифре", монтируются в цифре, хранятся в цифре, а также подаются в цифре на сети доступа (эфирные, кабельные, спутниковые, MMDS и т. д.) Теперь, по утверждению В. Макавеева, осталось только полностью перевести на цифру последний участок телевизионного тракта, который заканчивается домашним телевизором (или домашней телесистемой). Однако эксперт не уверен, что до полного перехода ТВ на цифровые формы вещания производителям удастся «убедить российского телезрителя купить новый цифровой телевизор, на котором в полной красе будут ему доступны все новые достижения технического прогресса». Так как в стране около 50 млн. семей, то настоящий успех перехода на цифровое вещания может быть достигнут только в случае формирования к 2015 г. в России парка в 40 млн. полноценных новых цифровых телевизоров и 10 млн. цифровых приставок к старым телевизорам. «Поскольку в эффектив-

ном государстве деньги и рабочие места при реализации таких масштабных проектов (не менее 50 млрд. долларов) не должны уходить за границу, то самым слабым звеном при таком переходе может оказаться российская радиопромышленность. И это очень печально».[1]

Большинство экспертов сходятся на том, что для России и стран СНГ вопрос внедрения цифрового наземного телевещания является актуальным. И это связано не только со стремлением соответствовать общемировым тенденциям, проще говоря, с тем, что весь мир переходит на "цифру", но и с необходимостью решения внутренних проблем развития отечественного телевидения. Чтобы не превратить весь тракт распространения телерадиопрограмм в «цепочку правовых и хозяйственных несуразиц»[2], следует внести целый ряд поправок в законы о средствах массовой информации и о связи.

Случай телекомпании «Мир» представляется особым. Для эффективного перехода межгосударственного канала на цифровую модель вещания необходимо целенаправленное согласование множества национальных законодательств и положений ведомственной документации. И только последовательные согласованные действия могут привести здесь к положительному результату.

Страны-учредители МТРК «Мир» вместе со ста девятнадцатью государствами мира вступили в Региональное Соглашение «Женева-2006», разработанное Международным союзом электросвязи (МСЭ). Все страны, подписавшие это соглашение, должны прекратить аналоговое вещание к 17 июня 2015 года. Как ни странно, роль государства в этой ситуации только возрастает. Речь прежде всего идет о распространении заведомо некоммерческого продукта, важного с социальной и гуманитарной точки зрения.

---

[1] Арефьева А. Кому нужно эфирное цифровое телевидение в России? Интервью с В. Маковеевым // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2007. № 4. С. 14 – 16

[2] Там же. С. 12

По данным на конец весны 2010 года, ситуация с вхождением в социальные и общедоступные пакеты выглядит так:

Азербайджан. В тестовых зонах вещания в Баку и Сумгаите (MPEG-4) «Мир» отсутствует.

Армения. Телеканал «Мир» планируется во втором мультиплексе цифрового вещания. Однако в опытной зоне вещания в г. Ванадзор телеканал «Мир» отсутствует.

Беларусь. Телеканал «Мир» распространяется в цифровом пакете эфирного телевидения республики, где представлены все каналы социального пакета страны. РУП «Белтелеком» сформирован 2-й коммерческий пакет цифрового вещания с территорией вещания – в Минске. Телеканал «Мир» транслируется в данном пакете в тестовом режиме.

Казахстан. Телеканал «Мир» транслировался способами цифрового эфирного телевизионного вещания в городах Астана и Алматы в проекте тестового вещания АО «Казтелерадио».

Кыргызстан. Телеканал «Мир» включен в социальный пакет цифрового вещания и транслируется на юге Кыргызской Республики: в Баткенской и Ошской областях по договору с РПО РМТР, филиалом ОАО «Кыргызтелеком», в тестовом режиме в Бишкеке.

Республика Молдова. ГП «Радиокоммуникации» установлено тестовое вещание в Кишиневе – 11 программ ТВ, в Бельцах и Кагуле. Телеканал «Мир» там не транслируется.

Российская Федерация. Планируется, что телеканал «Мир» будет транслироваться во 2 мультиплексе цифрового эфирного вещания.

Таджикистан. Отсутствие лицензии на вещание мешает компании войти в национальный мультиплекс.

Как видно, проблема вхождения МТРК «Мир» в социальные и общедоступные пакеты будущего цифрового телевидения находится на очень ранней (и разной) фазе решения, во многих странах СНГ нет даже ясности,

как будет решен этот вопрос. Только общее решение Совета глав правительств по этой ключевой для будущего МТРК «Мир» проблеме может привести к желаемому результату.

Учитывая все сказанное, трудно согласиться с точкой зрения ряда экспертов, которые утверждают, что когда мы говорим о цифровом телевидении, мы имеем в виду, что просто поменяется технология доставки сигнала.

Эпоха цифрового вещания, которая началась на Западе, теперь начинается и у нас. Это не просто очередное внедрение в быт технологических новшеств, не просто очередной этап технического прогресса. Для средств массовой информации речь идет о коренной перестройке всей системы взаимодействия с обществом. Для государства – о пересмотре целого ряда ключевых концепций коммуникации, заложенных в основание многих важнейших стратегий – информационной безопасности, политического строительства и экономической деятельности. На примере телекомпании «Мир», исполняющей важную социальную функцию организации информационного пространства одного из ключевых регионов мира, видно, что вхождение социально ориентированного ресурса в область цифрового телевидения возможно только при последовательной государственной поддержке.

Опыт продвижения в мир цифрового телевидения России и стран Содружества (и единственной межгосударственной телекомпании, в частности) еще раз указывает на неоднозначность, неоднотипность путей модернизации. Их следует выбирать с учетом национальных и государственных традиций, практик, сложившихся в разных обществах, характера населения, устоявшихся форм консенсуса между представителями разных сегментов общества и т. д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адамянц Т. З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия к взаимодействию. М.: Ин-т социологии РАН, 1999.

2. Агапова Л. Телевизионные выпуски новостей. Региональная специфика. 2004.

3. Архангельская И. Б. Герберт Маршалл Маклюэн: От исследования литературы к теории массмедиа. М.: Изд-во МГУ, 2007.

4. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978.

5. Бакулев Г. П. (V) Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. 2-ое изд, пер. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2010.

6. Белов Г. З., Орлов Е. И. Единое информационное пространство СНГ. М., 1999.

7. Березин В. М. Массовая коммуникация; сущность, каналы, действия. http://evartist.narod.ru/text7/65.htm Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999.

8. Бляхман Л. С., Кротов М. И. Россия и Содружество Независимых Государств: уроки первого десятилетия.-СПб.: Изд-во СПб ун-та, 2001.

9. Бут И. В. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир» на информационном пространстве стран СНГ: цели, концепция, особенности программной политики. Автореферат дисс. какнд. фил. наук. М., 2006.

10. Висенс Михаил. Русский язык в странах СНГ. // polit.ru. 12/03/2000

11. Гудков Л., Дубин Б. Общество телезрителей: массы и массовые коммуникации в России конца 90-х годов// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. №2. С. 32.

12. Дзялошинский И. М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. М., 2002.

13. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М.: Вагриус, 1997.

14. Ефимов Э. Два телевидения две культуры//Телевидепие вчера, сегодня, завтра.-1981.ВЫП.1. С.54.

15. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. М., 2004.

16. Закупень Т. В. Правовые и организационные аспекты формирования Единого информационного пространства. М., 1998.

17. Здравомыслов А. Г. (I) Фундаментальные проблемы социологии конфликта и динамика массового сознания // Социологические исследования. М.: Наука, 1993, № 8.

18. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

19. Качкаева А. Новейшая история российского телевидения (1985-2004). // Телерадиоэфир: История и современность. М.: Аспект Пресс, 2005.

20. Концепция государственной информационной политики. М., 1999.

21. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. М., 1999.

22. Крысин Л. П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. М., 1989.

23. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995.

24. Левада Ю.А. От мнений к пониманию. Социологические очерки. М., 2002.

25. Лотман Ю. М. (I) История и типология русской культуры. СПб.: Искусство, 2002.

26. Луман Н. Реальность масс-медиа. М., 2005.

27. Маклюен М. (I) Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., Жуковский, 2003.

28. Матвеева Л. В. Общение в сфере телевидения. Автореф. дисс. докт. психол. наук. М., 2000.

29. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир». Решения 1992-2001. М., 2002.

30. Наумов В. В. Государство и язык: формулы власти и безвластия. М., КомКнига, 2010.

31. Орлова В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: «РИП-холдинг», 2003.

32. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. 2-ое изд., перераб. и доп. М.: Аспект-пресс, 2004.

33. Руцкая С. С. Профессиональная карьера тележурналистов: проблемы творческого кризиса (зарубежный и отечественный опыт). - Автореферат... дисс. канд. фил. наук.

34. Стровский Д. Л. История отечественной журналистики новейшего периода. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1998.

35. СМИ в меняющейся России. Коллективная монография. Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект-пресс, 2010.

36. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М.: ЮНИТИ, 2009.

37. Шкодин М. В. Система средств массовой информации. М., 2002.

38. Щедровицкий Г. П. Избранные труды. М., 1995.

39. Яценко Елена Нужен ли русский язык в СНГ // rian.ru. 04/03/2008

40. TV Index Plus Россия: Аудитория специализированных каналов. Электронные измерения. Отчёт №7. Июль - сентябрь 2009. – TNS-Россия (электронный документ).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение……3

I. Проблемы формирования единого информационного пространства стран Содружества……..... 4

II. Русский язык – язык межнационального общения……15

III.Межнациональная телекомпания «Мир»: история, идеология, концепция вещания…….. 29

1. Организационные особенности, тематическая направленность, и жанровое разнообразие…….29

2. Телекомпания «Мир» на телерынках стран СНГ в условиях эфирной конкуренции……..43

Мониторинг зрительских предпочтений……63

3. Перспектива развития в связи с переходом на цифровое вещание…….77

IV. Литература……83