

Лекция 6

▣ Классификация современной системы российского телевидения

Трансляция

- советское телевидение сводило все классификационное «разнообразие» к делению на центральное и местное вещание, то в середине 90-х гг. российское телевидение имело значительно более сложную классификацию: По способу *трансляции*:

Способы трансляции

- ▣ *эфирное* (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителя);
- ▣ *спутниковое* (например, «Космос-ТВ» — совместное российско-американское предприятие, предлагающее российскому потребителю спутниковые телепрограммы западных компаний; в России эру непосредственного спутникового телевещания в конце 1996 г. открыли четыре телеканала «НТВ+»);

Способы трансляции

- ▣ *кабельное* (компания «КТВ-1», кабельные сети в городах России).
- ▣ По типу деятельности:
- ▣ *вещательные* (осуществляющие телетрансляцию программ, среди которых иногда встречаются компании, лишь ретранслирующие другие станции — та же «Космос-ТВ», в большинстве своем это универсальные телеорганизации, имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру);
- ▣ *программнопроизводящие* (продюсерские фирмы, о которых сказано выше);
- ▣ *дистрибьюторы* (своеобразная инфраструктура телевещания)

По принципу образования:

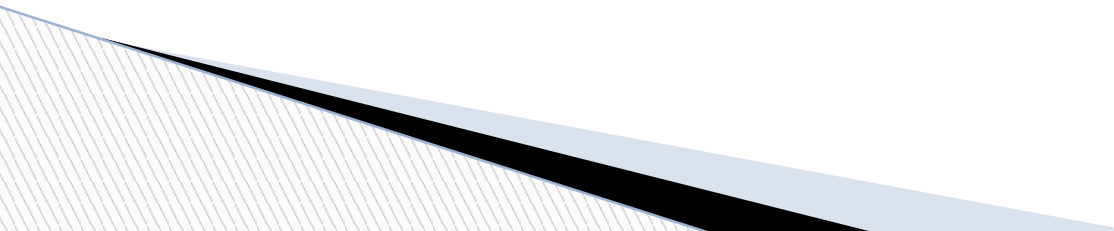
- ▣ Из старых структур («Вик», «АТВ», и т.д.);
- ▣ *новообразованные* (канал «ТВ-6 Москва», «Русская тройка видео» и др.)
- ▣ По охвату аудитории (ареал распространения):
 - ▣ *общероссийские* (РТР) — аналог Центрального телевидения (в еще большей мере это относится к следующему пункту);
 - ▣ *межгосударственные* (с некоторой натяжкой сюда можно отнести I канал);
 - ▣ *региональные* («Юг России»);
 - ▣ *местные* (от областных телестудий до кабельных сетей микрорайона).
- ▣ По способу распространения телесигнала:
 - ▣ *общенациональные* (I канал, «Россия»);
 - ▣ *сетевые* («ТВ-6 Москва»).

По специализации программ

- общие («Вик», «2x2 и т.п.);
- специализированные (Воен ТВ) По финансированию:
 - ▢ *бюджетные* (телеканал «Россия», региональные государственные телерадиокомпании);
 - ▢ *самофинансируемые* (коммерческие) — за счет доходов от рекламы (телеканал «2x2», ВКТ), абонентной платы и рекламы («Космос-ТВ», «Марафон ТВ»), диверсификации бизнеса (создания дочерних фирм, зарабатывающих деньги «нетелевизионным» путем с последующим перераспределением капитала), за счет спонсоров (подобный способа финансируется), за счет промышленно-финансовых групп (классический пример — создание В. Гусинским телекомпании НТВ).

□

По форме собственности:

- ▣ *государственные;*
 - ▣ *негосударственные, среди которых все разнообразие дозволенных законом форм собственности:*
 - ▣ *частные (REN-TV, «Джемини фильм Интернэшнл»);*
 - ▣ *акционерные общества:*
- 

По форме собственности:

- ▣ *открытого типа* (Центр коммерческого телевидения);
- ▣ *закрытого типа* («2х2 Телемаркет»);
- ▣ ООО — общества с ограниченной ответственностью («Агентство Парадиз»);
- ▣ ООО — товарищества с ограниченной ответственностью (Екатеринбург Арт Хоум Видео).

По форме собственности:

- ▣  *корпорация* (Видеофильм);
- ▣ *киноассоциация* (KIXI — создатель знаменитой программы «Куклы» на НТВ);
- ▣ *продюсерский центр* (Московский стиль — производство программ «Момент истины», «Маски-Шоу», «Джентльмен-Шоу»);
- ▣ *концерн* («Красная площадь» — основатель, продюсер и директор Валерий Комиссаров, программы «Мужские и женские истории», «Моя семья»);
- ▣  *независимая телестудия* (ИМИ-ТВ, Уралфильм);
- ▣  *смешанные компании с участием зарубежных инвесторов* (первый пример — канал «ТВ-6 Москва», АОЗТ Российско-Британская творческая ассоциация «Ист-Вест»).

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Основные источники дохода негосударственных телекомпаний — это производство и продажа видеопродукции, реклама (изготовление рекламных роликов, проведение рекламных кампаний). Именно реклама стала тем мощным экономическим фактором, который определяет современное лицо коммерческого телевидения.
- С повестки дня не сходит вопрос о том, чтобы отечественному телевидению хоть в какой-то степени освободиться от рекламной зависимости. Этому могла бы способствовать абонентная плата, вносимая за просмотр телепрограмм. Правда, для этого требуются дополнительные капиталовложения в технику декодирования сигналов. Именно так намерена была действовать ассоциация «Марафон ТВ», абонентная плата которой составляла годовую подписку в среднем на две газеты.
-

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Примерно так же действует компания спутникового телевидения «Космос-ТВ». Посредством прямых продаж и через торговых агентов фирма к 1994 г. приобрела около двух тысяч абонентов в Москве, которые ежемесячно платят 29,95 долл. за просмотр предлагаемых программ (Би-би-си, Эм-ти-ви, *Super Canal* и т.д.). Однако среди этих абонентов русских подписчиков было очень мало. Впрочем, НТВ+, похоже, была уготована лучшая доля. Ежемесячная абонентная плата здесь не превышала 10 долл.

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Однако требования к телевидению у традиционных групп населения стали меняться. Хотя зачастую новые потребности создаются именно самим телевидением. В качестве примера можно привести оглушительный успех появившихся в то время развлекательных коммерческих викторин «Поле чудес» («ВиК»), «Лотто миллион» («Мастер ТВ», затем студия «Арт Пикчерс Групп» Ф. Бондарчука и С. Михалкова).

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Именно коммерческие телекомпании первые использовали зрительскую потребность в развлечении с помощью викторин, телеигр, в то время как государственное телевидение в очередной раз продемонстрировало свою неспособность быстро отреагировать на новые веяния.
- В любом случае расходы большинства негосударственных компаний полностью или почти окупаются. Интерес отечественных и зарубежных коммерческих структур к российскому телевизионному рынку определяет их адекватные финансовые вложения в развитие телевизионной инфраструктуры посредством создания или поддержки негосударственных телекомпаний.

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- В это время телекоммуникационный рынок и рынок телерекламы еще не полностью наполнены. В результате негосударственные телевещательные компании получают стабильный выгодный доход. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции многие небольшие телевизионные структуры, экономическая база которых оказывается недостаточно мощной, вынуждены прекратить свою деятельность.
- Очевидно, что в это время на отечественном телекоммуникационном пространстве и в области рекламной деятельности произошел далеко не цивилизованный «передел», укрепивший монопольное положение двух рекламных монстров («Премьер



Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- СВ» С. Лисовского и «Видеоинтернешнл»), отнюдь не желающих делиться сверхдоходами от телерекламы. Отмеченный тогда же рекламный бойкот новой вещательного канала REN-TV — убедительное тому свидетельство.

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Рыночная либерализация экономики в случае с частным телевидением сыграла двойную роль: с одной стороны, возникла предпринимательно-спекулятивная прослойка, заинтересованная в «своем» телевидении для пропаганды и защиты собственных принципов, а с другой — появились свободные деньги, которые можно было вложить в телевидение, в том числе и для создания собственного производства. Кроме того, возникшая в коммерческих структурах потребность в производстве и прокате рекламы также нашла выражение в создании частных телевизионных структур. «Сосуществование» государственного и коммерческого ТВ все более демонстрировало несостоятельность первого.

Пути и последствия «передела» телевизионной собственности

- Грозный показатель беспомощности ГТРК «Останкино» — стомиллиардный (на конец 1994 г.) долг техническому телецентру за предоставляемые услуги по подготовке программ и Министерству связи России за распространение телесигнала, оцениваемое в 36 млн. руб. за час вещания. Министерству финансов России эта сумма представлялась слишком большой, и кабинет министров принимает решение о введении «технических перерывов» с 12.20 до 16.00 и прекращении вещания в 0.20 вместо 1.00—2.00 ночи, т.е. о значительном сокращении объемов вещания. Ситуация была столь несуразной, что одна из крупных японских фирм ходатайствовала о передаче ей всего ночного времени Первого канала под трансляцию «развивающих» компьютерных игр. Японцы предлагали оплачивать сигнал, поделиться технологией приставок с российской оборонной промышленностью, «оборонка» получила бы госзаказ и деньги (как говорится, все всех устраивает)

Эпизод

- . В мае 1994 г. предпринимается, по сути, последняя попытка обеспечить финансирование государственного Первого телеканала. К этому времени всем уже было ясно, что доходы от рекламы здесь весьма существенны, но эти доходы оседают на счетах частных телекомпаний. Так называемая скрытая реклама вела к почти поголовной коррумпированности всех мало-мальски ответственных (имеющих доступ к эфиру) служащих ГТРК «Останкино».
- И тогда Совет директоров компании при непосредственном участии лоббирующих групп и заинтересованных лиц принял решение о заключении эксклюзивного договора сроком на пять лет с так называемой фирмой «Реклама-Холдинг», образованной специально для реализации этого проекта группой крупных рекламных компаний, получавших все рекламное время ГТРК
-

Указ

- 29 ноября 1994 г. Президент РФ подписал Указ № 2133 «О совершенствовании эксплуатации первого частотного (г. Москва) канала телевидения и сети его распространения», предусматривающий создание акционерного общества «Общественное российское телевидение» (ОРТ) с закреплением 51% акций в федеральной собственности.
- Состав закрытого акционерного общества (ЗАО «ОРТ») на момент создания:

Акционер	Количество акций, %	Руководитель
АО «ЛогоВАЗ»	16	Березовский
«ОЛБИ»	5	Бойко
Банк «Столичный»	5	Смоленский
Банк «Менатеп»	5	Ходорковский
Банк «Альфа-Капитал»	5	Фридман
«Газпром»	3	Вякхирев
«Микродин»	5	Ефанов
Фонд спорта	5	Тарпищев
Итого: 49%		
Акции частного капитала в акционерной телекомпании ОРТ		