

ПРЕДПОСЫЛКИ НАСТУПЛЕНИЯ НОВОГО «ВЕКА» РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

© Оксана Юрьевна ПОПОВА

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, аспирант, кафедра журналистики
и издательского дела, e-mail: Kseniya2021@yandex.ru

Рассматриваются периоды развития регионального телевидения, а также характеристики сегоднешнего состояния этой подсистемы СМИ. Констатируется специфика регионального телевидения и его отличительные черты.

Региональные телекомпании являются одним из ведущих средств массовой информации, удовлетворяющих информационные запросы самых разных групп населения. Изучение становления регионального ТВ и особенностей его функционирования представляется актуальным. Исследуется эволюция тамбовского регионального телевидения. Систематизация и обобщение архивных материалов помогли увидеть различные периоды развития регионального вещания, проанализировать приоритеты программной политики, и в целом переоценить роль местного ТВ в условиях изменения телевизионного пространства в России, появления новых информационно-коммуникационных форм. Обозначенные критерии позволили спрогнозировать наступление нового периода в развитии регионального вещания и предположить его особенности: объединение малых телекомпаний в одну, усиление роли собственного вещания и качества программного продукта, появление творческих синдикатов и других объединений региональных вещателей. Особый акцент сделан на исследовании изменения функций телевидения, политики вещания, новых организационных форм, которые появляются на медиаландшафте регионов. Приводятся аргументы, свидетельствующие, что качество информационного продукта, который растет за счет новых форм работы и квалифицированных кадров, играет определяющую роль в процессе развития местных средств массовой информации.

Уделено внимание истории развития тамбовской телекомпании «Новый век», которой в наибольшей степени присущи выявленные тенденции. Отчетливо демонстрируются новые тенденции, возникающие в связи с процессами цифровизации страны, особенностям на региональном телевидении. Анализируются возможные варианты функционирования регионального телевидения в измененном телевизионном пространстве, творческие возможности журналистов и усиление роли власти, влияющей на политику вещания.

Ключевые слова: телевидение; история; региональные СМИ.

История телевидения насчитывает чуть меньше века, однако феномен его популярности, способность влиять на массовое сознание людей и несравнимые темпы роста ставят телевидение выше других средств массовой информации.

Пик роста и популярности телевидения в нашей стране пришелся на 1990-е гг., что отчасти связано с внутренними преобразованиями в государстве, отчасти сами преобразования явились следствием роста влияния СМИ на массовое сознание людей. Это отмечает, например, А. Волков в своей статье «Роль прессы в становлении демократии в России»: «В последние десятилетия ушедшего века печать играла неоспоримо значимую роль в подготовке общества к переходу на рыночные отношения, вокруг идей преобразования экономики в прессе и вокруг нее развертывалась нешуточная борьба... Сама превращаясь в отрасль бизнеса, она оказывала и оказывает на другие отрасли влияние, на мой взгляд, превышающее влияние сырьевых

отраслей, потому уже, что способствовала и способствует формированию «правил игры» на рынке и в отношениях «бизнес-государство» [1]. И хотя А. Волков говорит о прессе, то же самое актуально и для телевидения. Общие тенденции подметил С.А. Муратов: «Телевидение внесло существенный вклад в развал социалистического строя, обрушив на зрителя небывалое количество разоблачительных, предельно откровенных материалов» [2, с. 76].

Этому этапу развития телевизионной коммуникации посвящено немало работ таких ученых, как Я.Н. Засурский, Р.П. Овсепян, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, И.М. Дзялошинский и др. Однако кроме изучения периода широкого распространения самых разных форм вещания, который характеризовался усилением массового влияния центрального телевидения на общество, возникает большой интерес к изучению регионального телевидения. Связано это с начавшейся децентрализацией телевидения. Региональное

телевидение начинает функционировать как самостоятельная, отдельная от центрального телевидения, структура. Регионы получают возможность самостоятельно определять, что снимать и что давать в эфир.

Региональное телевидение как самостоятельная отрасль стала складываться в 90-х гг. прошлого века. Как отмечают исследователи, к началу 1993 г. картина резко изменилась: число вещательных и продюсерских телеорганизаций в России достигло тысячи [2, с. 79]. В каждом регионе открывались свои телестудии, зачастую многие из них становились филиалами федеральных телекомпаний, но наряду с этим открывались и частные региональные телекомпании. Так стали возникать явления, которые сейчас все больше становятся предметом научного интереса и исследований: региональное телевидение, специфика работы региональных журналистов.

Региональная журналистика отражает жизнь отдельного региона, его людей, их интересы. Региональное телевидение обладает определенным сочетанием административно-территориального, демографического и национального факторов, возможностью непосредственного включения в социальные процессы, происходящие в данной территориальной общности. В отличие от федеральных (центральных) СМИ, вещающих на всю страну, региональная журналистика обслуживает информационные потребности той аудитории, которая ограничивается пределами данной части страны, а не всей ее территории.

Региональное телевидение, безусловно, имеет генетическую связь с федеральным, но со временем все больше становится самостоятельным социокультурным явлением, нежели просто подсистемой одного центрального телевидения, как было раньше. В связи с этим особый интерес представляет изучение становления и особенностей функционирования телевидения регионов. Систематизация и обобщение архивных материалов, воспоминаний, документов, свидетельств участников процесса поможет увидеть различные периоды развития регионального вещания, проанализировать приоритеты программной политики и в целом переоценить роль местного ТВ в условиях изменения телевизионного пространства в России, появления новых информационно-коммуникационных форм.

Телевидение стало приходить в регионы с 1960-х гг. В это время строились телевизионные вышки для приема центрального телевидения. В 1957 г. по приказу Совета Министров РСФСР и в Тамбове тоже решено построить ретрансляционную телевизионную станцию по типовому проекту города Рязани. 9 сентября 1960 г. государственная комиссия приняла решение сдать в эксплуатацию тамбовскую телевизионную станцию и радиорелейную линию Рязань–Тамбов. Заставка «Говорит и показывает Тамбов» впервые появилась на голубых экранах тамбовчан 22 июля 1964 г. «Тысячи жителей области увидели гостя студии – бывшего профессора духовной семинарии, магистра богословия, активного пропагандиста атеизма А.А. Осипова, прослушали его беседу» [3].

В Тамбове, как и в некоторых других городах, энтузиастам удавалось построить небольшие телецентры, вещающие на город и область. Но региональное вещание тогда было не выгодно руководству страны, и всяческое развитие регионального телевидения тормозилось. Об этом подробно пишет в своем исследовании «Телевидение регионов в поиске моделей развития» Ю.М. Ершов: «Экономические проблемы и глобалистские амбиции заставили руководство партии и правительства сделать выбор между поддержкой телевидения в регионах и инвестициями в Центральное телевидение. Развивать то и другое вместе не получалось. Все средства в итоге были отданы ЦТ, а местное телевидение росло как трава, без пригляда и заботы садовника» [4, с. 48].

С конца 1980-х гг. в СМИ вообще, и в функционировании регионального ТВ особенно, стали происходить качественные изменения. А принятый в 1991 г. Закон РФ «О средствах массовой информации» провозгласил право граждан на получение информации и недопустимость цензуры. А главное, он дал возможность партийным, общественным, коммерческим организациям, а также отдельным гражданам право учреждать газеты, журналы, радио и телестудии. Это вызвало огромный рост печатной и радиотелевизионной продукции. В 1990-е гг. право на ведение телерадиовещания получило более 1200 независимых организаций и физических лиц. В своей работе Ю.М. Ершов пишет: «Во время визита в Татарстан первый президент РФ Б. Ельцин высказал формулу регионализации: «Берите суверенитета столько, сколько

ко сможете». Ту же самую формулу можно переиначить и применительно к телевидению: «Берите эфира столько, сколько сможете заполнить контентом». Так, в феврале 1992 г. создается Орловская государственная телевизионная и радиовещательная компания. В том же году – ГТРК «Калуга». Примерно в это же время началось вещание государственных телекомпаний в Липецке, Рязани, Твери, Смоленске» [4, с. 64].

Неудивительно, что и в Тамбове в это же время, а именно 22 декабря 1992 г., впервые выходит в эфир Тамбовская государственная телевизионная и радиовещательная компания. Это была новогодняя двухчасовая передача. «Среди первых программ 1993 г. были: общественно-политическая программа «Выбор», историко-краеведческая «Родные пенаты». В 1994 г. появились «Храмы земли тамбовской» – о православии, «Село: времена года» – о развитии сельского хозяйства, «Облик» – об интересных людях. В следующем, 1995 г., тамбовчане увидели музыкально-развлекательную программу «Музыкальное рандеву», остросоциальную – «Эпицентр». Первое место на Всероссийском фестивале занял фильм журналиста С. Фролова и оператора Ю. Сычева «Антоновщина». С 1998 г. можно констатировать активный взлет, массу авторских программ, острых социальных сюжетов, фильмов и очерков» [5].

С 1993 г. начинается история ООО «Телекомпания «Полис» (ТК «Полис»). Следом выходит первая программа ООО «Телекомпания «Олимп» (ТК «Олимп»). В 1996 г. впервые выходит в эфир еще один частный телеканал – ЗАО «Телекомпания «ВДВ» (ВДВ), а еще через два года он по профессионализму догоняет и перегоняет своих конкурентов.

В 1999 г. на ТК «Полис» выходит в эфир одна из самых нашумевших и популярных программ – «Будни». Они стали пионерами прямого эфира и регионального ток-шоу.

На телеканале ВДВ в 1999 г. создается первый интерактивный проект «День города», а чуть позже – оригинальное новостное вещание «Время новостей».

«На ТК «Олимп» смелые искания генерального директора В. Пересадыко положили начало рождению развлекательного формата на региональном телевидении. С 2004 г. на «Олимпе» начинается информационное вещание, редакционная политика которого была рассчитана на позитивные новости» [6].

Таковым представляется период становления телевидения в Тамбовской области. Таким образом, к началу нового тысячелетия телевизионное поле в регионе было полностью сформировано, поделены сегменты влияния, у каждого канала был свой зритель и часть рекламного рынка. Период примерно до начала 2000-х гг. в журналистской среде даже окрестили «золотым веком» регионального телевидения. Политическая реклама и лоббирование интересов различных политических элит давали возможность хорошего заработка как для телекомпаний, так и для отдельных журналистов. Многочисленные избирательные кампании, политическая борьба создавали насыщенный общественно-политический контент в СМИ: скандалы, интриги, эксклюзивные информационные поводы и т. п. Относительная экономическая стабильность данного периода и даже некоторый рост производства способствовали увеличению объемов рекламы, а следовательно, и благосостоянию телекомпаний.

А в начале 2000-х гг. наблюдается спад роста популярности телевидения в регионе, телеканалы сталкиваются с финансовыми, кадровыми проблемами и усилением роли власти в СМИ. Период гласности и предвыборных гонок, когда телеканалы получали дополнительные финансовые средства от выборных компаний, когда можно было говорить и показывать то, что долгое время было под запретом, прошел. Теперь нужно было зарабатывать на рекламе и искать другие виды финансовой поддержки, таким образом, региональные телеканалы все больше становятся ангажированными, а лучшие журналистские кадры либо уезжают в столицу, либо меняют род деятельности, разочаровавшись в «четвертой власти».

И вот, когда, казалось бы, ситуация была не самой лучшей, а в регионе уже давно вся информационная сфера поделена между четырьмя телекомпаниями, появляется еще одна телекомпания – государственное учреждение областная телерадиокомпания «Тамбовская губерния», которая запускает свой телеканал «Новый век». Появившись достаточно поздно и, казалось бы, не в самое лучшее время, новый канал не только догнал своих конкурентов, но и определил новый виток в развитии регионального телевидения. В данном случае научный интерес представляет именно этот период истории регионального телевидения, когда в период стаг-

нации и поиска нового пути развития появляется еще один телеканал. Казалось бы, он был обречен на провал, но он не только выжил, но и стал популярным. Именно этот канал продемонстрировал новые тенденции в развитии регионального телевидения.

Конечно, предпосылки его появления все же были. Несмотря на то, что в Тамбове существовало четыре телеканала, вещали они, в основном, на город. Покрываемое теле- и радиовещанием было неполным в силу различных причин, в т. ч. технических. Информация о жизни области и районов была разрозненной, мозаичной. Телевизоры жителей отдаленных территорий в области не могли принимать сигнал тамбовского телевидения, на границе с другой областью некоторым было проще поймать сигнал соседнего региона. Получалось, в областном центре политическая, экономическая и социальная жизнь бурлит, а на окраинах, например, смотрят передачи Саратовского телевидения и не знают, как выглядит губернатор Тамбовской области [7].

В области, по сути, не было единого информационного пространства, четкой информационной политики и понимания нужд местного зрителя. Многие зрители критически высказывались об уровне профессионализма местных телеканалов и были недовольны ведущими: не устраивала внешность, манеры и уровень профессионализма. Об этом пишет в своей статье О. Самойлова, ссылаясь на опрос, который провели на факультете журналистики ТГУ им. Г.Р. Державина в 2001 г. [7].

Телерадиокомпания «Новый век» создается администрацией Тамбовской области и имеет статус государственной. Появление прогубернаторских телекомпаний в регионах является отличительной чертой периода начала 2000-х гг. Связано это с тем, что телекомпании испытывают сложности с финансированием и ищут новые финансовые возможности для выживания. В то же время власть на местах как никогда осознает возможности влияния телевидения на население и региональную элиту. Как правильно заметил Ю.М. Ершов, «муниципальное телевидение становится частью услуг, которые местное правительство оказывает населению» [4, с. 109]. Коммерческих проектов на телевидении становится меньше, ведь на рекламном рынке появляются все новые формы и возможности, а телевидение – удовольствие до-

рогое. А вот госзаказов на освещение политики власти – все больше.

Создание областного телеканала и формирование единого информационного пространства было приоритетной целью руководства области. Проект получал достаточное финансирование, что позволило новому телеканалу выйти в эфир уже в 2003 г. Долгое время вещание канала ограничивалось только пятнадцатиминутными ежедневными выпусками новостей. «Новый век» столкнулся с проблемами, характерными для телеканалов, которые появляются значительно позже остальных: им сложнее завоевать свою аудиторию, найти свой имидж, создать свое «лицо». Однако постепенно команда «Нового века» смогла преодолеть данные сложности.

К тому же была еще одна проблема, свойственная только региональным каналам, – лучшие сетевые партнеры уже были разобраны. На начало работы сетевым партнером ТК «Новый век» стал канал ТВ3. Продлилось это партнерство не долго, имидж канала ТВ3 не подходил специфике прогубернаторского канала, актуальные общественно-политические программы выглядели не очень уместно на фоне развлекательного формата ТВ3. Впоследствии сетевым партнером стал телеканал «Звезда».

Еще одной характерной чертой регионального канала «Новый век», как бюджетного СМИ, было непонимание коммерческого рынка. За три года становления своего вещания ТК «Новый век» накопил колоссальный долг, порядка 12,5 млн руб., перед сетевым партнером. Решение всех этих проблем стало главной целью нового руководства телеканала.

С 2006 г. телекомпания начинает активно завоевывать свои позиции в регионе. Здесь стоит отметить ряд проектов, реализованных ТК «Новый век» впервые в истории тамбовского телевидения. На телеканале, как и на ряде других тамбовских, выходило много авторских программ. Команда «Нового века» объединила все авторские программы в один проект под названием «Тамбовская квартира». Были построены большие декорации, которые включали несколько съемочных площадок: кухня, гостиная и гараж. Все авторские программы теперь снимались в этих студиях, плавно переходя из одной в другую. Такого уровня авторских программ еще не было ни в одной тамбовской телекомпании.

На базе телеканала «Новый век» был создан канал «Отражение», основной целью которого было создание культурно-просветительских программ, образовательных и историко-просветительских передач.

В сентябре–октябре 2006 г. кампания представила уникальный для истории тамбовского телевидения проект – экстрим-шоу «Правила успеха». Было задействовано 6 телекамер, телевизионный кран и тележка, две с половиной тонны оборудования, несколько единиц техники МЧС. Съемки шли неделю в Тамбове и в лесах Уваровского района. Проект был уникальным не только с точки зрения нового опыта телевизионной работы, но и как показатель качественно новых возможностей регионального телевидения.

Именно руководство «Нового века» предпринимает попытку сделать канал узнаваемым, причем через личность каждого журналиста. В работе корреспондентов обязательным условием является наличие стендапов. Телекомпания запускает собственную рекламу: баннеры, растяжки, сувенирную продукцию с собственным брендом.

За счет кардинального обновления контента, грамотного управления финансовыми потоками телекомпания удалось завоевать своего зрителя, найти свою нишу на рекламном рынке и выйти на самоокупаемость. Однако тут же заговорили о новых препятствиях в развитии региональных СМИ.

В конце первого десятилетия нового века всерьез задумались о цифровом вещании. Целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» была принята правительством страны в конце 2009 г. Появился новый вопрос: что будет с региональным телевидением в этот период? Новый формат передачи сигнала позволяет федеральным каналам иметь прямой доступ к аудитории по всей стране, минуя посредников, региональные телекомпании. В соответствии с этой целевой программой, к 2016 г. всем жителям России должны быть доступны каналы трех мультиплексов (пакеты цифровых каналов, вещающие на одной частоте). Условием включения регионального канала в мультиплекс является способность производить собственный контент в достаточном количестве и покрытие вещанием территории региона [8].

Расставание с сетевыми каналами, развитие интернет-вещания, туманная перспектива попадания в какой-нибудь мультиплекс циф-

рового вещания – все эти тревожные для региональных каналов обстоятельства заставляют их уже который год усиленно искать свою новую нишу [9].

Телекомпании столкнулись с необходимостью поиска новых форм развития. Одной из таких форм, в т. ч. и для того, чтобы попасть в мультиплекс, является укрупнение телекомпаний, наращивание собственного вещания, изменение организационной структуры.

Не все справились с условиями, которые им предложил *новый «век»* развития регионального телевидения. Либо закрылись, либо находятся в сложном состоянии три из пяти областных, самых крупных, телекомпаний. А вот ТК «Новый век» справляется с задачами в полной мере. В ее работе проявились тенденции, связанные с усилением роли собственного контента и созданием качественного программного продукта. Сейчас на телеканале выходит широкий спектр авторских программ от информационно-аналитических до развлекательных.

Опыт показывает, что во многих городах региональные компании, стремясь остаться самостоятельными, создают свой уникальный контент [10, с. 10]. Передачи, фильмы, ток-шоу и другие информационные продукты в основном производятся в столице и столичными журналистами. Если же нечто подобное создается в регионе, то это считается некачественным и не заслуживающим внимания. В последнее время региональные телекомпании постепенно ломают этот стереотип. Например, творческая группа работников ТК «Новый век» создает документальные фильмы. Фильм «Контрудар по Цепелину» получил высокую оценку жюри конкурса ТЭФИ, но принять участие в самом конкурсе фильм не смог по ряду формальных причин.

Федеральные каналы все чаще прибегают к помощи региональных журналистов для съемок необходимых частей документальных фильмов. Уже сейчас многие крупные региональные телекомпании производят свой собственный контент, некоторым даже удается продать его столичным каналам.

Для поддержки таких инициатив, обмена опытом, творческими и техническими ресурсами создаются синдикаты. Так, в 2005 г. при поддержке «Первого канала» и по инициативе региональных вещателей был создан Национальный телевизионный синдикат, который является «контент-агрегатором разно-

форматного программного продукта региональным телекомпаниям для организации собственного вещания». Ассоциации телевещателей и телепроизводителей Красноярского края «Енисей ТВ» активно продвигает интернет-платформу «Баррикады» для обмена телевизионным контентом между регионами. В Тамбове тоже есть подобный проект – интернет-платформа «Мир регионального контента», созданный инициативной группой тамбовских журналистов. Посредством этого ресурса региональные телекомпании имеют возможность обмениваться уникальными телепродуктами: фильмами, ток-шоу, реалити-шоу, созданными в регионах. А также могут налаживать творческие и коммуникативные связи. Век информационных технологий открывает региональным журналистам возможности творческой самореализации без необходимости переезжать в мегаполис для творческой самореализации. Однако должно пройти время, прежде чем региональный журналистский продукт сломает стереотип низкого качества.

Объединение ресурсов телекомпаний, усиление роли собственного вещания и качества программного продукта, появление творческих синдикатов и других объединений региональных вещателей – все это предпосылки становления регионального телевидения на новый путь развития. Для *нового века* регионального телевидения характерна смена организационных форм от частных небольших компаний к большим госпредприятиям, за этим следует изменение функций телевидения, меняется сама политика вещания, растет качество информационного продукта за счет новых форм работы и квалифицированных кадров. Каким же будет этот *новый век* – покажет время, но уже сейчас эти тенденции ярко просматриваются в деятельности региональных телекомпаний.

-
1. Волков А.И. Роль прессы в становлении демократии в России. URL: <http://www.eartist.narod.ru/stat/0001.htm> (дата обращения: 27.01.2014).
 2. Телевизионная журналистика / Г.В. Кузнецов [и др.]. М., 2002.
 3. Говорит и показывает Тамбов // Тамбовская правда. 1964. 24 июля.

4. Еришов Ю.М. Телевидение регионов в поисках моделей развития. М., 2012.
5. Хазиев А.В. История Тамбовского государственного телевидения 1992–2008 гг. Тамбов, 2012.
6. Видная О.Е., Иванов А.И. Тамбовская журналистика: день вчерашний и день сегодняшний (к 15-летию журналистского образования в Тамбовской области) // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. Тамбов, 2012. Вып. 3 (107).
7. Самойлова О. Посмотрим! // Наедине. 2001. 20 февр.
8. Российская телевизионная и радиовещательная сеть. URL: rtrs.rf (дата обращения: 01.03.2014).
9. Павлова Л. Региональное ТВ готовит «кабельные подушки». URL: <http://delta.donetsk.ua/2012/12/regionalnoe-tv-gotovit-kabelnye-podushki/> (дата обращения: 28.10.2013).
10. Маградзе Р. Региональное телевидение продолжает выживать // Телеспутник. 2012. Сентябрь.

-
1. Volkov A.I. Rol' pressy v stanovlenii demokratii v Rossii. URL: <http://www.eartist.narod.ru/stat/0001.htm> (дата обращения: 27.01.2014).
 2. Televizionnaya zhurnalistika / G.V. Kuznetsov [i dr.]. M., 2002.
 3. Govorit i pokazyvaet Tambov // Tambovskaya pravda. 1964. 24 iyulya.
 4. Ershov Yu.M. Televidenie regionov v poiskakh modeley razvitiya. M., 2012.
 5. Khaziev A.V. Istoriya Tambovskogo gosudarstvennogo televideniya 1992–2008 gg. Tambov, 2012.
 6. Vidnaya O.E., Ivanov A.I. Tambovskaya zhurnalistika: den' vcherashniy i den' segodnyashniy (k 15-letiyu zhurnalistikskogo obrazovaniya v Tambovskoy oblasti) // Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki. Tambov, 2012. Vyp. 3 (107).
 7. Samoylova O. Posmotrim! // Naedine. 2001. 20 fevr.
 8. Rossiyskaya televizionnaya i radioveshchatel'naya set'. URL: rtrs.rf (дата обращения: 01.03.2014).
 9. Pavlova L. Regional'noe TV gotovit "kabel'nye podushki". URL: <http://delta.donetsk.ua/2012/12/regionalnoe-tv-gotovit-kabelnye-podushki/> (дата обращения: 28.10.2013).
 10. Magradze R. Regional'noe televidenie prodolzhaet vyzhivat' // Telesputnik. 2012. Sentyabr'.

Поступила в редакцию 14.06.2014 г.

UDC 316.77, 070

PREREQUISITES OF NEW “CENTURY” DEVELOPMENT OF REGIONAL TV

Oksana Yuryevna POPOVA, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation, Post-graduate Student, Journalism and Publishing Department, e-mail: Kseniya2021@yandex.ru

The research considers development periods of regional television and current conditions' characteristics of this media subsystem. The analysis declares particularity of the regional TV broadcast and its distinctive features.

The regional TV broadcast companies is the one of the most powerful medias that satisfies informational needs of various population groups. Studying of the regional television development and its functioning features seems topical. The evolution of the Tambov regional TV broadcast is studied. Systematization and generalization of the archived sources help to spectators of different development periods of the regional TV, analyze program policy priorities and entirely re-evaluate the local role of a broadcast in situation of the changing Russian broadcast space and introduction of new communication forms. The highlighted criteria allow the author to predict the new period of the regional broadcast and to assume its features such as: merging of small companies into a larger one, strengthening the role of the local broadcast and the program product quality, introducing of the new creative syndicates and other unions of the regional broadcasters. In the thesis, the strong accent is made on the research of changing broadcast functions, broadcast policies and new organizational forms, which occur on the regional media landscape. The author introduces the arguments which state that information product quality, which improves due to new work forms and skilled personnel, plays the main role in the development of the local media.

In the article, significant attention is made to the development history of the Tambov broadcasting company “New Century”, which inherits the identified trends in the greatest degree. The article clearly demonstrates new trends that occurred because of the digitizing processes in the country. It analyzes possible function cases of the regional broadcasting in changed television environment, creative possibilities of the journalists and strengthening of the government role, which influences on the broadcasting policy.

Key words: television; history; regional media.