

Genesis: исторические исследования

Правильная ссылка на статью:

Новиков М.С. О некоторых составляющих участия региональных телекомпаний в политической жизни Омского Прииртышья. 1993-2000 годы // Genesis: исторические исследования. 2024. № 10. DOI: 10.25136/2409-868X.2024.10.71779 EDN: CZKHYI URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=71779](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71779)

## О некоторых составляющих участия региональных телекомпаний в политической жизни Омского Прииртышья. 1993-2000 годы

Новиков Михаил Сергеевич

ORCID: 0000-0001-8010-2290

кандидат исторических наук

доцент; кафедра истории, философии и социальных коммуникаций; Омский государственный технический университет

644008, Россия, г. Омск, ул. Физкультурная, 5, кв. 42



[bonid89@inbox.ru](mailto:bonid89@inbox.ru)

[Статья из рубрики "История отдельных регионов России"](#)

### DOI:

10.25136/2409-868X.2024.10.71779

### EDN:

CZKHYI

### Дата направления статьи в редакцию:

23-09-2024

**Аннотация:** Предметом исследования является процесс развития телевидения в Омском Прииртышье, укрепления их влияния на политические предпочтения населения в ходе избирательных кампаний 1993-2000 гг. Данный период характеризовался ростом внимания региональных властей к формированию собственных телевизионных СМИ. Объектом является развитие средств массовой информации во время формирования постсоветской системы управления. Автор подробно рассматривает такие аспекты темы как формирование региональных телевизионных компаний («ТелеОмск-АКМЭ», «Астра», СТВ-3, «Антенна-7» и др). Особое внимание уделяется превращению телевизионных студий в площадки для выступления противоборствующих политических и административных групп, судебным тяжбам между представителями телевидения и властей, организации контактов с представителями торгового и финансового капитала из Москвы. В основу работы был положен системный подход, всесторонне

рассматривающий развитие региональных телекомпаний и их участие в политических процессах в Омской области. Историко-сравнительный метод применялся для сопоставления действий региональных телекомпаний в ходе различных избирательных кампаний федерального и муниципального уровня. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в отечественной историографии была предпринята попытка подробно рассмотреть процесс формирования и развития телерадиокомпаний Омского Прииртышья, деятельность телерадиокомпаний Омской области в ходе выборов главы региона и мэра областного центра, а так же выборов Государственной думы Российской Федерации 1995 г., выборах Президента 1996 г., выборов Губернатора Омской области и выборов Государственной думы 1999 г. Анализ данного процесса позволяет сделать выводы о том что телекомпании не смогли изменить расстановку сил в противостоянии руководителя субъекта Федерации и мэра «столицы» субъекта, повысили уровень взаимной нетерпимости между сторонниками различных политических сил, уменьшили престиж власти в глазах телезрителей.

#### **Ключевые слова:**

электронные СМИ, администрация Омской области, Российское общеноародное движение, Российский общеноародный союз, В.Н. Дорохин, В.В. Радул, информационные войны, избирательные кампании, Л.К. Полежаев, В.П. Рощупкин

#### **Введение.**

Распад СССР, создание суверенной российской государственности активизировали политические процессы. В новой государственности, признающей политическую разнообразность и опирающейся на выборную демократию средства массовой информации (СМИ) стали силой способной изменить отношения потенциального избирателя к той или иной политической силе. К 1993 г. количество вещательных и продюсерских телеорганизаций, действующих в Российской Федерации (РФ), приблизилось к тысяче [\[1, с. 254\]](#).

По мнению исследователя И.В. Лизуновой «Местные негосударственные телекомпании, возникнув в абсолютном большинстве краев и областей Сибири и Дальнего Востока, образовали уникальный и подчас парадоксальный симбиоз: развлекательные программы федерального канала дополняются в них информационными передачами местного (как, например, СТС и «Мир» в Новосибирске, ТНТ и «Антенна-7» в Омске, «ТВ-2» и Рен-ТВ в Томске). Нетрудно заметить и наличие в таких дуэтах разных идеологических подходов в отборе информации (как Рен-ТВ и его региональный партнер ОРТРК «12 канал» в Омске)»[\[2\]](#).

С учетом данного обстоятельства сформулирована цель представленного исследования – выявление влияния региональных телекомпаний на политический выбор населения. Исследование реализована на примере субъекта РФ – Омская область, применительно к избирательным кампаниям 1993-2000 гг.

Несомненный интерес для исследования представляли материалы и документы, опубликованные в информационно-аналитическом и историко-просветительском альманахе «Диспут», в 2000-2002 гг. Так же в работе были использованы материалы образованного торгово-промышленной компанией «ФАТЭКС» Независимого социально-исследовательского аналитического центра (НСИАЦентра) и материалы комитета по

информационно-аналитической (позднее информационной. Примечание мое М.С. Новиков) работе администрации Омской области, хранящиеся в фонде П-9618 Исторического архива Омской области (ИАОО).

Анализируя развитие регионального телевидения в Омской области, автор обратился к воспоминаниям генерального директора ГТРК «Иртыш», ранее заместителя директора Телекомпания «ГТРК-Омск» известного в регионе как «12 канал» Е. И. Моренис «Телевидение с человеческим лицом. ГТРК «Иртыш» отмечает юбилей» размещенным в сети Internet в 2020 г. [\[3\]](#)

Интерес для анализа взаимодействий региональных телевизионных компаний представляет политические публистика: хроникально-документальная статья политолога телекомпания СТВ-3 в 1995-1996 гг. и 1998-1999 гг. С.В. Новикова – «Как со мной судился человек, который «...не вправе вмешиваться в деятельность СМИ...» [\[4\]](#). А также брошюра собственного корреспондентов ВГТРК по Омской области Л.А. Мутовкина – «Треугольники на пьедестале» [\[5\]](#).

Используя указанные материалы, а также материалы региональных изданий, справочников и справочных материалов сети Internet автор, привлекая научные исследования выявляет этапы создания регионального телевидения, влияние на позицию редакторских коллективов социальных и политических процессов, обозначает политические и властные ориентации региональных телекомпаний в обозначенный период и выявляет влияния региональных телекомпаний на политический выбор населения.

### **Начала пути.**

Если обратится к истории, то можно констатировать, что в Омской области, в начале 1975 г., работало 3 телестанции в Омске, Исилькуле и Таре, а также 2 маломощных телеретранслятора в Калачинске и Большеречье. Телевещанием было охвачено 18 районов области, из них 6 полностью. В зоне уверенного вещания проживало 74 % населения. Велось строительство радиорелейных линий и мощных ретрансляционных станций районах области. К 1980 г. устойчивым телевещанием было охвачено 90 % населения области: в Омске – 100 %, в сельской местности – 80 % [\[2\]](#).

Начало создание региональных телекомпаний корректно отнести к 1992 г., когда в ходе перехода к рыночным отношениям и отказа от советской идеологической системы практика создания негосударственных телеканалов в форме дочерних предприятий государственных студий была заменена выдачей лицензий на телевещание. Именно в начале 1990-х гг. в каждом сельском районе появились телекомпании. Содержание эфира представляло собой сочетание: трансляции кинофильмов и развлекательных программ канала, являющегося сетевым партнером и информационно-аналитических материалов местного характера. Естественно, идеологические оценки текущих событий завесили от взглядов руководителя или даже коллектива студии. При этом необходимо отметить, что статус региональной власти предполагал наличие собственных, в том числе и телевизионных СМИ для обращения к населению в рамках разрекламированным «public relations», то есть «связям с общественностью» [\[6, с. 145-150\]](#).

Обратимся к воспоминаниям генерального директора ГТРК «Иртыш» Е.И. Моренис, пишущей буквально следующее «[...] в 1990-е все шлюзы открылись, каждый журналист, как и в жизни, начал максимально себя проявлять. Появились такие игровые стенды, которые сегодня уже просто неуместны в новостях, яркая одежда. [...]. На первый план

вышла эксклюзивность и оперативность. Каждый хочет удивить необычным поворотом и добытой информацией, которая не прозвучит на других каналах» [\[3\]](#).

Следует отметить, что по данным «Социологического и социально-психологического центра Российской академии управления» о событиях в стране избиратели в 1993 г. узнавали благодаря:

- центральному телевидению – 78%;
- центральным газетам – 34%;
- российскому радио – 31%;
- местным газетам – 31%;
- местному телевидению – 21%;
- местному радио – 16% [\[7, с. 18\]](#).

Данные не бесспорны, однако 21% потенциальных избирателей цифра внушительная. При этом, по мнению автора аналитической записки «Итоги выборов в Федеральное собрание РФ и референдума по проекту Конституции РФ на территории Омской области» председателя комитета по информационно-аналитической работе администрации Омской области Г.Н. Татариновой – «Омское телевидение уделяло много эфирного времени выборной тематике. Однако его передачи были крайне невыразительными. Недостаточно использовались средства ТВ для привлечения людей на выборы, для разъяснения механизма голосования. В подготовке и проведении теледебатов господствовал стандарт» [\[8, с. 39-40\]](#).

Кампания по выборам в Законодательное собрание Омской области (ЗСОО) и Городскую Думу г. Омска (впоследствии переименована в Городской Совет г. Омска. Примечание моё, М.С. Новиков) 20 марта 1994 г. прошла практически без участия телекомпаний, что, по мнению аналитиков НСИАЦентра, было связано с такими факторами как уверенность части кандидатов представителей хозяйственных и деловых кругов в победе без излишних затрат и отсутствие у представителей оппозиции средств на оплату коммерческой рекламы [\[9, л. 6\]](#).

К середине 1990-х гг. региональная элита стремилась обрести относительную самостоятельность посредством избрания на должности глав администраций и мэров. К тому же назревает конфликт между двумя центрами власти – главами областных администраций и мэрами областных центров.

В указанный период идет активное создание телевизионного медиапространства, но, пока еще, не в районах области, а в г. Омске.

В 1994 г. была создана «ТелеОмск-АКМЭ» Студия ежедневно вещала на 9 телевизионном канале с 17:00 до 0:00 по омскому времени в г. Омске и близлежащих сельских районах области. Параллельно ей на том же канале в остальное время вещала созданная в том же году телерадиокомпания «Астра». Сначала «Астра» ретранслировала программы НТВ, а с 1995 г. начала производство собственных программ. Среди сетевых партнеров телекомпаний в разное время были 7ТВ, MTV Россия, DTV-Viasat, ТВЦ и др. Данные студии находились под полным контролем Администрации Омской области [\[10, с. 68\]](#).

Телекомпания СТВ-3 была создана в 1995 г. Пятого марта в эфире третьего частотного канала вышла информационная программа «День». Генеральным директором канала стал А.В. Кулинич, редактор газеты «Коммерческие вести», возглавлявший до августовского путча 1991 г. областную студию телевидения. Сетевым партнером выступал телеканал «ТВ-6» [\[11, л. 2 - 4\]](#). Телекомпания «Антенна-7» вышла в эфир в 1995 г. Вещание было организовано с телевышки на улице СибНИИСХоз. Сетевым партнером в исследуемый период выступал телеканал НТВ. Телестудия транслировала выпуски новостей, авторские программы и ток-шоу. Студии политически ориентировалась на мэрию г. Омска [\[12, с. 326\]](#).

Примечательно, что НТВ, являлся сетевым партнером и находившейся под контролем Администрации Омской области телекомпании «Астра», и ориентировавшейся на мэрию г. Омска телекомпанию «СТВ-3». Само НТВ являлась в указанный период проводником информационной политики московской группировки состоящей из лидеров торгового и финансового капитала в столице («Российский кредит», Инкомбанк, Менател, «Деловая Россия», «Технобанк», «Промадтехбанк», «Орбита» и др.), Фонда развития Московского региона, АО «Оргкомитет», корпорации НИПЕК, АО «Микс», АО «Московит». Группировка возглавлялась Ю.М. Лужковым [\[13, с. 85\]](#).

### **Величина, определяющая исход.**

В 1995 г. избрание главы региона и мэра областного центра совпали с выборами депутатов Государственной думы Российской Федерации

На выборы губернатора Омской области 1995 г. Л.К. Полежаев шел, дистанцируясь от правительственно Нашего дома – Россия (НДР). Он заявлял о поддержке российских национально ориентированных сил, как-то Российское общеноародное движение (РОД). Накануне выборов РОД развернул критику мэра г. Омска В.П. Рошупкина за поддержку тоталитарных сект. На этом фоне Л.К. Полежаев выступал сторонником православия. Образ кандидата в губернаторы, патриота и хозяйственника, призваны были довести до городского избирателей телекомпании «ТелеОмск-АКМЭ» и «Астра». Соответственно мэр г. Омска мог рассчитывать на телеканалы «СТВ-3» и «Антенна-7». В результате выборов Л.К. Полежаев заручился поддержкой 59,62% голосов избирателей Омской области, а В.П. Рошупкин набрал 84% голосов избирателей г. Омск [\[8, с. 53\]](#). Вывод однозначен – организованные при поддержке администрации телеканалы не могли изменить «прохладного» отношения жителей г. Омска к главе региона и не сумели нанести ущерб имиджу мэра.

Московская торгово-финансовая группировка успеха не достигла. Выборы, под которые на местах запускались региональные телеканалы, как-то уже упомянутые «Астра» и «СТВ-3» она проиграла. Ее предполагаемый политический представитель Конгресс русских общин (КРО) заручился в Омской области поддержкой только 2,1% избирателей, тогда как по стране конгресс получил 4,1% поддержки [\[14, с. 9\]](#).

Выборы депутатов Государственной Думы РФ на округах закончились победой в 129 смешанном округе левого О.Н. Смолин – 31,68%, а в 130 городском округе лидера Российского общеноародного союза (РОС) С.Н. Бабурин – 27,4% [\[15, с. 44-45\]](#).

В кампании по выборам президента РФ телеканалы г. Омска выступили, что называется «единым фронтом». Даже, отличающийся подачей материала в пользу левых сил телеканал СТВ-3, «позволил» официальному кандидату дать интервью популярной

ведущей программы «Отражение» Е.И. Чентаревой. Во втором туре выборов в Омской области Б.Н. Ельцин набрал 46,25% проиграв Г.А. Зюганову, заручившемуся поддержкой 47,51%. При этом г. Омск дал Б.Н. Ельцину 52,71% голосов городских избирателей [15, с.45; 16, с. 155]. Казалось, что победа Б.Н. Ельцина в Омск во многом зависела от региональных, а по сути городских телеканалов, а поражение от отсутствия таковых на селе.

### **Информационные войны.**

Результаты выборов не могли не отразиться на политике областного руководства в отношении телевидения. Осенью 1996 г. создается телекомпания «Агава», чьим сетевом партнёром телеканал «ТВ-3 Россия». В эфир выходили омские программы: «Овертайм», «Утро с «Агавой»», «Новости НТА», «Клуб деловых людей», «Компьютер-курьер», «Формула здоровья», «Старина». Программы телеканала смотрели жители Омска и близлежащих районов [17].

С 1997 г. в администрации Омской области, с опорой на опыт создания «ТелеОмск-АКМЭ», предпринимаются попытки создания подконтрольной власти региона телекомпании. В результате, Постановлением Главы Администрации (Губернатора) Омской области от 08.12.97 за № 527-п «В целях дальнейшего совершенствования структуры регионального телевизионного вещания, улучшения информационного обеспечения населения Омской области и руководствуясь статьей 11 Закона Омской области «Об управлении государственной собственностью Омской области» глава области Л.К. Полежаев постановил:

- «1. Поручить Фонду имущества Омской области (Ильюшенко В.Т.) выступить соучредителем открытого акционерного общества «Омская телерадиовещательная компания» с уставным капиталом 1,0 (один) миллиард рублей с долей Омской области в уставном капитале акционерного общества, равной 76 процентам, и подписать учредительный договор о создании открытого акционерного общества «Омская региональная телерадиовещательная компания».
2. Поручить комитету по управлению имуществом Омской области (Сараев А.Р.) согласовать вопрос участия в открытом акционерном обществе «Омская телерадиовещательная компания» унитарного государственного предприятия «Омский областной радиотелевизионный передающий центр» с размером доли в уставном капитале, равной 24 процентам его величины.
3. Финансовому управлению Администрации Омской области (Коротков А.П.) перечислить на временный расчётный счет открытого акционерного общества «Омская телерадиовещательная компания» 760 (семьсот шестьдесят) миллионов рублей в счет оплаты доли Омской области в уставном капитале общества за счет ст. 13 «Средства массовой информации» Закона Омской области «Об областном бюджете на 1997 год».
4. Финансовому управлению Администрации Омской области (Коротков А.П.) предусмотреть финансирование «Омской телерадиовещательной компании» при формировании областного бюджета на 1998 год.
5. Контроль за выполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Главы Администрации (Губернатора) Омской области Голушки А.И.» [18, с. 53].

Уже 10 декабря 1997 г. состоялось собрание учредителей Открытого акционерного общества «Омская телерадиовещательная компания» в Протоколе №1 которого была обозначена повестка дня:

- О создании Открытого акционерного общества «Омская телерадиовещательная компания» и подписании договора о создании;
- Утверждение устава Открытого акционерного общества «Омская телерадиовещательная компания»;
- Избрания Совета директоров Общества;
- Назначение Генерального директора Общества. Генеральным директором Общества был назначен И.И. Тутынин [\[18, с. 55-56\]](#).

В начале 1998 г., 14 января Постановлением Департамента недвижимости городской регистрационной палаты за №55 было зарегистрировано юридическое лицо – Открытое акционерное общество «Омская телерадиовещательная компания» / сокращенно ОАО «ОРТРК» [\[19, с.57\]](#). Сетевым партнером акционерного общества стала РЕН ТВ [\[12, с. 326\]](#). Это был первый региональный телеканал, созданный в Сибири главой областной администрации Л.К. Полежаевым. В последствии он получил известность как Телекомпания «ГТРК-Омск» («12 канал»). Вскоре его примеру последовал глава Кемеровской области А.Г. Тулеев («СТС-Кузбасс»). Губернские компании появилась в Новосибирской области (ОТС) и в Красноярском крае («Енисей-регион») [\[20, с. 48\]](#).

Создание губернской телекомпании объяснялось необходимостью охватить всю территорию региона; дойти до самых маленьких деревень, где основным источником информации не всегда были даже первые две программы московского подчинения. Но, помимо обеспеченной областным бюджетом заботы о разнообразии телевизионного меню селян при создании губернских телесетей присутствовала иная цель – широкоохватная предвыборная агитация.

Составной частью предвыборной агитации и пропаганды в феврале-марте 1998 г. стали поединки подконтрольных двум уровням власти телекомпаний. С одной стороны, сориентированные на мэрию СТВ-3 и Антена-7. С другой ГТРК «Омск», «ТелеОмск-АКМЭ», Астра находившиеся под фактическим контролем областной администрации. Еще до выборов и даже регистрации кандидатов телекомпании под различными предлогами начали «раскручивать» отдельные кандидатуры:

- СТВ-3 – генерального директора НПО «Мостовик» О.В. Шишова, директора строительной компании «Архстройкомплект» В.М. Кокорина, членом совета директоров ИТ Банка Ю.Н. Федотова, члена обкома КПРФ А.А. Алехина;
- «Антена-7» – Г.Н. Харитонову, Ю.Н. Федотова.
- ГТРК «Омск» – главного врача МСЧ №10 Ю.Л. Салюкова, главного врача ОмКБ. А.Г Малыхина, вице-президента ОАО «Сибнефть» К.Н. Потапова;
- «Зодиак» – К.Н. Потапова, Ю.Л. Салюкова [\[21, л. 17\]](#).

Перечень этот можно продолжить. При этом было бы неверно утверждать, что представляемые телеканалами персоны были не интересны жителям г. Омска и Омской области, но их появление на телеэкранах накануне выборов давало им явное преимущество как при сборе подписей, так и в последующей агитации. В тоже время

телеканалы не жалели черных красок для возможных оппонентов и конкурентов, выдавая критические материалы в адрес потенциальных противников по избирательной кампании.

Результаты выборов депутатов ЗСОО марта 1998 г. были для Администрации Омской области неудачными. КПРФ получила в региональном парламенте 10 (33, 33 %) из 30 депутатских мест [\[22, л. 7\]](#). К депутатской группе КПРФ в ЗСОО, при решении бюджетных вопросов, вынуждена была апеллировать мэрия г. Омска. Как следствие коммунисты стали частыми гостями телекомпаний «СТВ-3» и «Антина-7».

С середины 1998 г. составной частью общественно-политической жизни Омской области стал обмен судебными исками и возбуждения судебных дел о защите чести, достоинства и деловой репутации. Всего в 1998 г. таковых было 65, в 1999 г. – 99, в 2000 г. – 89 [\[13, с. 146\]](#).

Оппонентом Администрации Омской области являлся член КПРФ, заместитель секретаря Омского обкома партии, гендиректор издательско-полиграфического комплекса «Литограф», а с марта 1998 г. депутат ЗСОО В.Н. Дорохин. Выходец из Тюкалинского района Омской области он по окончанию Омского политехнического института 5 лет работал в НИИ приборостроения, затем служил в Вооруженных Силах СССР. После демобилизации В.Н. Дорохин работал в партийных органах Омска: Омском горкоме, Центральном райкоме КПСС. В начале 1990-х гг. занимался торговлей [\[23\]](#).

По инициативе Владимира Нефедовича был создан аналитический центр Омского ОК КПРФ. Работа, связанная со СМИ, велась в трех направлениях:

- иски к СМИ защите чести, достоинства и деловой репутации. Фигурантами судебных процессов стали региональные тележурналисты С. Токаев, Р. Жаренков, Е. Чентырева, С. Сорокоумов, А. Усольцев, П. Паутов. Предстал перед омским судом и тележурналист федерального масштаба А. Караулов. Впрочем, дела по искам КПРФ журналисты работающие на Администрацию области зачастую выигрывали [\[24, с. 78-94\]](#);
- обращения в органы прокуратуры, связанные с нарушениями Администрацией Омской области Закона Омской области «Об управлении государственной собственностью Омской области при создании и организации финансово-хозяйственной деятельности открытого акционерного общества «Омская региональная телерадиовещательная компания» (ОАО ОРТРК) [\[25, с. 59-61\]](#). Нельзя не отметить, что каких-либо нарушений в деятельности Администрации Омской области органы выявить не смогли и констатировали, что «оснований для принятие мер прокурорского реагирования по информации, содержащейся в [...] обращении, не усматривается» [\[26, с. 64-65\]](#);
- внесение в ЗСОО законопроектов регулирующих деятельность СМИ. При этом следует отметить, что законопроекты представленные депутатской группой КПРФ, отвергались Комитетом законодательных предложений, законности и правопорядка ЗСОО и на пленарных её заседаниях не рассматривались. Провластные СМИ о наличии в повестке законодательного органа указанного вопроса не упоминали [\[27, с. 64-65\]](#).

В сложившейся политической ситуации в системе управления Администрации Омской области происходили изменения. Как было принято говорить, идеологию с апреля 1998 г. курировал назначенный вице-губернатором В.В. Радул. Земляк губернатора, уроженец Исилькульского района Омской области, он в 1971 г. окончил Омский государственный

сельскохозяйственный институт имени С.М. Кирова. С 1972 г. работал в редакции газеты «Ленинец» Щербакульского района. В 1977 г. окончил журналистское отделение Новосибирской высшей партийной школы. В 1979-1984 гг. работал в Омском обкоме КПСС. В 1984 г. вернулся к журналистике, в качестве главного редактора журнала «Земля сибирская, дальневосточная». С 1990 г. по 1998 г. был редактором областной газеты «Омский вестник» [\[28\]](#). В интервью корреспонденту газеты «Аргументы и факты в Омске» Владимир Владимирович, характеризуя деятельность по проведению избирательных компаний констатировал – «Накопленный у нас опыт в разных избирательных компаниях дает весь выборный спектр, который позволяет выбрать оптимальные административно-организационные формы. [...] Жаль, что мы не сумели, а скорее – не захотели провести своевременный анализ. Делали его с ленцой, авось кривая вывезет. Поскольку идеи оказались не востребованными, администрация понесла на выборах в ЗС и горсовет определенные потери» [\[29\]](#).

Информационный комитет насчитывал около 20 сотрудников. В основных направлениях его работы значились:

- взаимодействие со СМИ;
- информационно-аналитическая деятельность;
- обеспечение связей главы администрации со СМИ;
- взаимодействие с общественными формированиями;
- работа с районной печатью;
- оказание помощи консультантам по информации в администрациях районов области [\[30, с. 14-15\]](#).

Уже в 1996 г. комитет пытается отслеживать политически ориентированные программы региональных телекомпаний. Деятельность эта оказалась дорогостоящей, но реализуемой. Так комитет практически подчинил себе все стороны пропагандистской и агитационной деятельности с элементами ведения политической линии Администрации Омской области.

Это тенденция коснулась и собственных корреспондентов центральных СМИ в Омской области, включая телевизионные компании. Областная администрация попросту пыталась проводить кадровые рокировки с целью привлечения в регион журналистов, менее знающих социально-политическое и экономическое положение в регионе. Этих людей, по мнению чиновников, было легче использовать для проведения информационной политики, как в центральных СМИ, так и в подконтрольных [\[5, с. 82-85\]](#).

В конце июня 1999 г. городской телеканал «СТВ-3» обнародовал материалы о получении заместителем прокурора В.Я. Гринем от предприятия «Техуглерод» автомобиля «Волга», без полной оплаты её стоимости. Тележурналистом М. Акинченко был поставлен вопрос о коррупции в областной прокуратуре. Губернатор стал на защиту прокуратуры. Прокуратура обратилась в Арбитражный суд с требованием демонтажа передатчика «СТВ-3» в связи с задолженностью телекомпании в 500 тыс. рублей перед пенсионным фондом (Всего 500 рублей после начала с 1 января 1998 г. проведения деноминации. Примечание мое – М.С. Новиков). Суд решил дело в пользу прокуратуры и «опись» передатчика была проведена утром 19 июля. Однако запретить трансляцию служба судебных приставов не решилась. В защиту телекомпании с 16 июня стали пикетом

представители:

- «Омского движения»;
- КПРФ;
- Комитета пострадавших вкладчиков «Инкомбанка»;
- Ассоциации бывших военнослужащих, участников чеченских событий «Корпус».

В складывающейся ситуации, областная власть открыто действия прокуратуры не поддержала. События в негативном для «СТВ-3» плане освещали телекомпании «ГТРК-Омск» («12 канал»), ГТРК «Иртыш» [\[31, л. 12-14, 19\]](#).

Объектами пристального внимания стали аналитики и тележурналисты оппозиционных Администрации Омской области телеканалов. В качестве иллюстрации обратимся к уже упомянутым материалам фонда П-9618 Исторического архива Омской области и хроникально-документальной статье политолога телекомпания СТВ-3 в 1995-1996, 1998-1999 гг. С.В. Новикова:

- в ноябре 1998 г. неназвавшийся сотрудник ОБЭП г. Омска, по телефону, потребовал от последнего явится в управление для дачи показаний в качестве владельца фирмы «Триэс». По результатам звонка С.В. Новиков был вынужден обращаться к начальнику МОМ по линии БЭП при УВД Омской области В.Г. Кондакову для выяснения обстоятельств дела. Выяснилось, что претензий от организации к С.В. Новикову нет, да и собственником фирмы он не является и не являлся [\[32, л. 1-2\]](#);
- в январе 1999 г. инспектор налоговой инспекции по Кировскому округу г. Омска потребовала явится и отчитается по доходам за 1997 г. В результате выяснилось, что в компьютерной базе инспекции по оказалось по две строчки начислений от Омского государственного технического университета (ОмГТУ) и Омского областного института повышения квалификации работников образования (ОО ИПКРО), где читал лекции доцент С.В. Новиков. Помимо того, в качестве дохода числились суммы гонораров, которые С.В. Новиков получал за публикации в газете «Коммерческие вести» редактируемой А.В. Кулиничем. После проверок отчетности газеты выяснилось, что публикации не оплачивались и как следствие к лицам, уклоняющимся от уплаты налогов С.В. Новикова причислить невозможно [\[4, с. 53\]](#);
- естественной составляющей этого внимания, стало внимание СМИ. Размыванию имиджа С.В. Новикова было посвящено несколько крупных статей: «Мифотворчество в стиле ретро», автор Е. Максимов (Омская правда 23.02.1999 г.): «На экране болтается на «П» называется», авторы О. Лушникова, А. Русанов (Намедни 26.05.1999 г.); «Скажи-ка, дядя, ведь недаром?», автор В. Давыдов (Омская правда 25.06.1999 г.) [\[4, с. 53-54\]](#).

Конечным итогом противостояния политолога и Администрации Омской области стало исковое заявление вице-губернатора В.В. Радула и судебный процесс по гражданскому иску [\[33, л. 1\]](#).

Через подобного вида проблемы и иски прошли все оппоненты Администрации Омской области накануне выборов Главы администрации (Губернатора) Омской области. Одновременно Администрация Омской области накапливалась материал для изъятия у «СТВ-3» лицензии на вещания.

Карьера и трудовая деятельность работников СМИ, зависела от их лояльности к

Администрации Омской области. Так, корреспондент программы «Пульс» подконтрольной областной администрации «ТелеОмск-АКМЭ» А. Твердовский был уволен после выдачи в эфир материала о том, что только двое из ста принявших участие в блиц-опросе о необходимости строительства Успенского кафедрального собора поддержали эту идею губернатора. «Меня вызвали в кабинет директора, разговор длился десять секунд. Мне сказали, что такой работник телекомпании не нужен, чтобы я написал заявление об увольнении по собственному желанию» – рассказал А. Твердовский. Шеф-редактор новостей «Пульс» О. Прудникова с решением руководства телекомпании согласилась. «Мастерство журналиста в том, чтобы задавать грамотный вопрос. Это был не вопрос, а частное мнение. Журналист на пресс-конференции представляет интересы компании, в данном случае эти интересы остались за кадром», – заявила О. Прудникова журналисту одной из газет [\[5, с. 65\]](#).

В качестве примера «представления интересов компании» можно привести случай, рассказанный автору одним из региональных политиков. Депутат от КПРФ С. В. Андрушко выступила в ЗСОО с критикой политики областной и городской властей в сфере образования. В подборке новостей и последующих телепередачах ее выступление выглядело следующим образом:

- «СТВ-3» и «Антина-7» транслировали фрагменты критики высказанной в адрес Администрации Омской области;
- ГТРК «Омск», «ТелеОмск-АКМЭ», «Астра» использовали при монтаже телепрограмм те части выступления, где Светлана Васильевна критиковала мэрию г. Омска. Приведенный пример не единичен.

Впереди были выборы Губернатора Омской области и мэра г. Омск, депутатов Государственной думы Российской Федерации, и в дальнесрочной перспективе компания по выборам главы государства.

### **Выборы.**

К выборам мэра г. Омск и Губернатора Омской области подконтрольные уровням власти телеканалы начали готовить население загодя. В течении второй половины 1998 г. и вплоть до сентября 1999 г. «ГТРК-Омск» («12 канал»), «ТелеОмск-АКМЭ», «Астра» формировали образ мудрого регионального политика и хозяйственника посредством привлечения всероссийских знаменитостей. По свидетельству Л.А. Мутовкина «[...] Артисты Василий Лановой, Александр Калягин, Людмила Чурсина, путешественник Юрий Сенкевич не скучились на дифирамбы [...] Практически все деятели культуры, побывавшие в нашем городе, говорили о том, что «поражены» мощью интеллекта омского губернатора. [...] Актриса Ирина Мирошниченко от души позавидовала омичам, что у них такой губернатор» [\[5, с. 59-60\]](#). Приведенный перечень можно продолжить, дополнив его спортсменами и писателями. Знаменитости становились гостями указанных телекомпаний.

По другую сторону информационного поля, с критикой Администрации Омской области и лично Л.К. Полежаева выступали тележурналисты «СТВ-3» и представители депутаты-коммунисты из ЗСОО.

Выдвижение кандидатов для участия в выборах 5 сентября 1999 г. дало неожиданный расклад.

В качестве кандидата на должность Главы администрации (Губернатора) Омской области

выдвинулись: Л.К. Полежаев секретарь Омского Обкома КПРФ, депутат Государственной Думы, к. и. н, доцент А.А. Кравец и «технический кандидат» - глава администрации Муромцевского района Омской области А.А. Захаров [\[34\]](#).

На должность мэра г. Омска выдвинулись: В.П. Рощюпкин; депутат областного ЗС, директор НПО «Мостовик» О.В. Шишов; депутат горсовета, президент Омской областной ассоциации предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности, президент ОАО «Лакомка», вице-президент Российского союза товаропроизводителей. А.В. Цимбалист; завхоз А.М. Ращюпкин, А.С. Батухтин [\[35, с.14\]](#).

Отменит, что лидеры избирательных компаний в данном случае были однозначны – Л.К. Полежаев и В.П. Рощюпкин. Борьбы между областным и городским уровнем власти в данном случае сводилась к ситуации, когда был необходим второй тур. Стороны, заинтересованные в результате выборов, предполагали, что неполучение «основным» кандидатом «50% +1 голос» вызовет недовольство федерального центра и завершится снятием руководителя города или области, заявившегося кандидатом с должности.

По мнению участников компании выборы «Полежаев против Кравца: самые грязные выборы в истории Омской области». По данным журналиста М.Ю. Осколкова явка на выборах, состоявшихся 5 сентября 1999 г., была низкой – 37,62%. А голоса распределились следующим образом: Л.К. Полежаев – 57,03%, А.А. Кравец – 26,36%, А.А. Захаров – 3,24%, против всех – 10,05%. В областном центре имело место протестное голосование. Более 15% жителей города проголосовали против всех, А.А. Кравец получил почти 31% голосов омичей, а технический кандидат А.А. Захаров набрал в Омске голосов более чем в два раза больше, чем в родном Муромцевском районе. Если бы выборы проводились только в областном центре, то Л.К. Полежаеву пришлось бы идти на второй тур [\[36\]](#). В целом по области, по данным газеты «Коммерческие Вести», при явке 50,3% голоса распределились следующим образом: Л.К. Полежаев – 58,98%; А.А. Кравец – 27,7%; А.А. Захаров – 10,4%; против всех – 10,4% [\[34\]](#). По уточненным данным выборы 5 сентября 1999 г. Л. К. Полежаев выиграл губернаторские выборы, набрав 57,03 % голосов. При этом, нельзя не обратить внимание на падение электоральной поддержки главы региона: 1995 г., выборы губернатора – 59,62 %; 1999 г., выборы губернатора – 57,03 % [\[15, с. 45\]](#).

В.П. Рощюпкина поддержали 63,7% омичей, он значительно опередил О.В. Шишова оказавшегося с 13,3% на втором месте. Впрочем, в сравнении с 1995 г. процент поддержки мэра снизился на 20,07 единиц [\[35, с.14.\]](#).

По результатам избирательной кампании можно констатировать, что наличие такого дорогостоящего СМИ как телекомпания:

- не смогло изменить расстановку сил в противостоянии руководителя субъекта Федерации и мэра «столицы» субъекта;
- подняла градус взаимной нетерпимости привела к латентной гражданской войне между сторонниками различных политических сил;
- уронила в глазах избирателя престиж власти, как таковой.

Выборы депутатов Государственной думы 19 декабря оказались для омских сторонников Межрегионального движения «Единство» неудачны. Движение заручилось поддержкой 21,2% голосов, тогда как КПРФ получило 30,01% [\[13, с. 167\]](#). Можно назвать некоторые

причины подобного результата:

- используя противостояние двух уровней власти организация КПРФ, сумела продержаться в региональном телеэфире внушительный период времени;
- действующий губернатор, не успел или не сумел сориентироваться какая из трех сил Межрегиональное движение «Единство», «Отечество-Вся Россия» или «Наш дом – Россия» (НДР) является «партией власти». Не получили соответствующих указаний журналисты;
- одержав победу на выборах губернатор, посредством региональных тележурналистов продолжил информационную войну против мэра.

31 декабря 1999 г. Президент Б.Н. Ельцин заявил о своем уходе в отставку. К этому времени борьба контроль над телекомпаниями «Антенна -7» и «СТВ-3», по свидетельству Л.А. Мутовкина подошла к концу – «В конечном итоге акции телекомпании «Антенна-7» перешли под эгиду областной администрации. С телекомпанией «СТВ-3» все было прозаичнее. В связи с наличием у компании большого количества проигранных в Омской области судебных исков Федеральная служба по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охраны культурного наследия (Росохранкультуры) не продлила с телекомпанией лицензию со всеми вытекающими из этого обстоятельствами» [\[5, с. 66\]](#).

Однако, выборы несмотря на поддержку областных СМИ, включая подконтрольные Администрации Омской области телеканалы, кандидат на должность Президента РФ В.В. Путин заручившись поддержкой 38,11% избирателей проиграл Г.А. Зюганову – 42,85%. Против действующего главы государства проголосовали, жители г. Омск, чем и была обеспечена победа представителя КПРФ [\[13, с. 177\]](#).

### **Заключение.**

Исследователи предлагают различные периодизации развития регионального телевидения перестроенной и постперестроенной поры. Однако в них отсутствует политическая составляющая [\[1, с. 257-258; 12, с. 328\]](#).

С учетом предлагаемых периодизаций, проведя анализ имеющих место в Омской области политических процессов и избирательных кампаний считаю возможным выделение четырех периодов в развитии региональных телекомпаний.

Первый период, конец 1980-х гг. – 1994 г. – децентрализация телевизионной системы и утрата со стороны государства функций идеологического и финансового контроля. Период совпал с приватизацией, созданием значительного количества телекомпаний, вплоть до сельских районных. В телеэфире имела место трансляция кинофильмов и развлекательных программ канала-провайдера и информационно-аналитических материалов местного характера, отвечающих идеологическим пристрастиям на местах.

Второй период, 1994-1996 гг. – складывание системы вещающих и телевизионных организаций. Определение административной и финансовой зависимости телеканалов и раздел рекламного рынка. Участие телекомпаний в избирательных кампаниях. Несовпадение интересов стоящих за провайдером групп влияния, и местных структур субъекта Федерации и местного самоуправления, использующих региональные телекомпании для рекламирования собственных социально-экономических интересов и удержания контроля над административной и политической властью.

Третий период, 1997–1999 гг. – активизация политического составляющего, участие в информационных войнах и региональных выборах как отражение противоречий между различными уровнями власти региона. Игнорирование интересов федерального центра при проведении информационной политики, включая избирательные кампании федерального уровня.

Четвертый период, 1999–2000 гг. и последующие годы – активизация государственного участия в развитии телекомпаний за счет создания еще в 1998 г. единого производственно-технологического комплекса ВГТРК, а затем и соответствующего министерства. Потеря телекомпаниями провайдеров и лишение их лицензий. После победы В.В. Путина на президентских выборах 2000 г. конфигурация политической жизни и административных влияний, как и эфирной сетки на пространстве телевидения изменяется.

## Библиография

1. Новикова С. А. Телевизионные игры // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. 2007. № 9. С. 251-260.
2. Лизунова И.В. Телевидение. Библиотека сибирского краеведения. URL: <http://bsk.nios.ru/enciklopediya/televidenie> (дата обращения 09.04.2024).]
3. Моренис Е. И. Телевидение с человеческим лицом. ГТРК «Иртыш» отмечает юбилей. URL: <https://ruj.ru/preview/19-00-olga-korobova-22-televidenie-s-chelovecheskim-litsom-gtrk-irtysh-otmechaet-yubilei-12900> (дата обращения: 09.04.2024).]
4. Новиков С. В. Как со мной судился человек, который «...не вправе вмешиваться в деятельность СМИ...» //Диспут. 2001. № 11 (18). С.49-77.
5. Мутовкин Л. А. Треугольники на пьедестале. Омск: 2010, 148 с.
6. Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. М.: МГУ, 2012. 300 с.
7. Короткова Н.В. Политические ориентации и ожидания россиян // Социоэкспресс. 1993. № 4. С.17-21.
8. Лазарева Ж.В., Новиков С.В., Новикова И.В. и др. Омская область на пороге тысячелетия: политика, экономика, культура. Монография. Омск: ОмГАУ, 2003. 244 с.
9. ИАОО. (Исторический архив Омской области) Ф. П-9618. Оп 1. Д. 201.
10. Лоткин И.В. Омская область. Модель этнологического мониторинга. М.: Институт этнологии и антропологии РАН, 1998. 104 с.
11. ИАОО. Ф. П-9618. Оп 1. Д. 441.
12. Степура И.В. Местная ретрансляция и вещание в регионах Урала и Западной Сибири // Экономика и социум. 2019. № 2 (57). С. 313-330.
13. Новиков В.С., Новиков С.В. Региональные отделения политических партий и печатные СМИ в процессе формирования предпочтений избирателя. 1992–2000 гг. На материалах Западной Сибири: монография / под ред. В.Н. Худякова. Омск: ИПК Макшеевой Е.А., 2011. 200 с.
14. Новиков С.В. Российское общеноародное движение: программные положения и место в политическом спектре России (1994–1996 гг.)//Омский научный вестник Серия: «Общество, История, Современность». 2024. Том 9. № 2. С. 5-13.
15. Новиков М.С. Развитие российского федерализма в 1990-х гг. (На примере Омской области)// Омский научный вестник Серия: «Общество, История, Современность». 2024. Том 9. № 2. С. 42-49.
16. Новиков М.С. Русские националисты и державники в Западной Сибири на рубеже эпох: лидеры, организации, пресса: монография. Омск: ИП Макшеевой Е.А., 2020. 280 с.
17. Телекомпания «АГАВА». URL: [http://www.univer.omsk.su/omsk-old/Mass\\_Media/agava/agava.htm](http://www.univer.omsk.su/omsk-old/Mass_Media/agava/agava.htm) (дата обращения: 14.04.2024).].

18. О создании открытого акционерного общества «Омская региональная телерадиовещательная компания». Постановление Главы Администрации (Губернатора) Омской области. 08.12.97 № 527 // Диспут. 2001. № 9 (16). С. 53-57.
19. Постановление Департамента недвижимости городской регистрационной палаты. № 55 от 14.01.98 // Диспут. 2001. № 9 (16). С. 57.
20. Ярославцева А.Е., Байдина В.С., Блинова Э.В., Ерёменко О.А., Ершов Ю.М., Макеева О.Е., Халина Е.В. Телевидение Сибири: монография. Томск: НТЛ, 2011. 208 с.
21. ИАОО. Ф. П-9618. Оп 1. Д. 295.
22. ИАОО. Ф. П-9618 Оп 1. Д. 313.
23. Дорохин Владимир Нефедович. Новый Омск. URL: [https://newsomsk.ru/wiki\\_omsk/persons/Дорохин\\_Владимир\\_Нефедович/](https://newsomsk.ru/wiki_omsk/persons/Дорохин_Владимир_Нефедович/) (дата обращения: 05.06.2024).
24. Новиков С.В. СМИ под судом // Диспут. 2002. № 13 (20). С. 78-94.
25. Дорохин В.Н. Информация о нарушениях Администрацией Омской области Закона Омской области «Об управлении государственной собственностью Омской области при создании и организации финансово-хозяйственной деятельности открытого акционерного общества «Омская региональная телерадиовещательная компания» (ОАО ОРТРК) // Диспут. 2001. № 9 (16). С. 59-61.
26. Гринь В.Я. Письмо председателю комитета по собственности Законодательного собрания Омской области Дорохину В.Н. // Диспут. 2001. № 9 (16). С. 64-65.
27. Дорохин В.Н. Закон, без которого власть чувствует себя спокойно // Диспут. 2001. № 5 (12). С. 64-65.
28. Радул Владимир Владимирович // Пантеоны России. URL: <https://ruspanteon.ru/radul-vladimir-vladimirovich/> (дата обращения: 03.06.2024).
29. Аргументы и факты в Омске. 1998. 13 мая.
30. Новиков С.В. Районная печать и властные структуры: история создания и взаимоотношений (1930-е – 2000-е гг.). На примере Омской области//Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2019. № 2. С. 9–15.
31. ИАОО. Ф. П-9618. Оп. 1. Д. 646.
32. ИАОО. Ф. П-9618. Оп. 1. Д. 259.
33. ИАОО. Ф. П-9618. Оп. 1. Д. 261.
34. Коммерческие вести. 1999. 9 сентября.
35. Выборы в органы местного самоуправления. Омская область. Омск: ТАСС-Восточный экспресс, 2005. 40 с.
36. Осколков М. Какие это выборы... Вот в 99-м было весело! URL: <https://omsk-news.net/politics/2015/09/10/92435.html> (дата обращения: 06.07.2024)

## Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

### Рецензия

Предмет исследования – некоторые аспекты деятельности региональных телекомпаний в политической сфере Омского Прииртышья в период с 1993 по 2000 год.

Методология исследования базируется на методах объективности, научности и историзма. В работе использовались такие методы: историко-генетический, историко-хронологический и др.

Актуальность. Распад СССР и создание суверенной российской государственности активизировали политические процессы. В новой государственности, признающей

политическую разнообразность и опирающейся на выборную демократию, СМИ стали силой, способной изменить отношение избирателей к политическим силам. Изучение деятельности региональных телекомпаний и аспекты их влияния на выборные и иные компании в политической сфере представляет определенный интерес. В рецензируемой статье исследуется деятельность телекомпаний в Омской области и ее актуальность не вызывает сомнений.

Научная новизна определяется постановкой проблемы и ее задач. Новизна определяется также тем, что в статье на широком круге источников (архивных, мемуарных, материалов федеральных и местных СМИ дается всесторонний анализ деятельность местных телекомпаний Омской области на политический выбор населения во время выборных компаний 1990-2000-х годов) и по сути это первая работа по данной теме в этом регионе.

Стиль, структура, содержание. Стиль статьи можно отнести к научному с элементами описательности, стиль легок для чтения и восприятия. Структура работы направлена на достижение цели и задач исследования и состоит из следующих разделов: Введение; Начала пути; Величина, определяющая исход; Информационные войны; Выборы; Заключение. Во введении показана актуальность темы, ее цель и задачи, раскрыты источники, на которые опирался автор рецензируемой работы при написании статьи. В разделе «Начала пути» автор пишет об истории развития телевидения в Омской области и основных телеканалах, когда они появились и какие темы освещали. В остальных разделах дается анализ выборных компаний в области в разные периоды и дается анализ предвыборных баталий, показано какие методы использовались для поддержки того или иного кандидата и дается анализ влияния независимых телекомпаний на политический выбор населения. Название разделов соответствует их содержанию. В тексте статьи много интересных материалов о выборах, о позиции администрации области, а также городов Омской области по отношению к независимым СМИ и отдельным журналистам, политологам и т.д. Текст статьи читается легко и без сомнения вызовет интерес у исследователей не только из Сибири, но и других регионов страны. В заключении автор приводит объективные выводы по теме исследования и выделяет 4 четыре периода в развитии региональных телекомпаний с учетом политических процессов и избирательных кампаний.

Библиография работы состоит из 36 источников (это архивные документы, монографии, статьи по теме исследования и материалы СМИ и т.д.). Качественный состав библиографии показывает, что автор хорошо разбирается в теме исследования.

Апелляция к оппонентам представлена на уровне собранной в ходе работы над темой информации и библиографии.

Выводы, интерес читательской аудитории. Статья написана на актуальную тему и будет интересна специалистам и широкому кругу читателей.