



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

# Медиа и развилки 90-х (опыт России)

А.Г. Качкаева, профессор, факультет коммуникаций, медиа  
и дизайна НИУ ВШЭ

[akachkaeva@hse.ru](mailto:akachkaeva@hse.ru)

<http://gorbymedia.com>

ДОКУМЕНТЫ    ИНТЕРВЬЮ    ИНДЕКС    Библиография    Благодарности    О проекте    🔍

Наталья Ростова

# Рождение российских СМИ

## Эпоха Горбачева (1985-1991)

При поддержке:  
Института Кеннана, Фонда «Либеральная миссия»,  
факультета медиакоммуникаций Высшей школы  
экономики и компании СМИ2

Поддержать проект

🐦    f    vk

# Предчувствие перемен





# Подготовка «гласности»

9 мая 1985

Брак в монтаже фотографии генсека, за который никто не уволен.



Михаил Горбачев демонстративно велит не увольнять Леонида Кравченко.

Фрагмент полосы в газете "Труд", 9 мая 1985.

2 сентября 1985

В СССР опубликовано первое интервью Михаила Горбачева западному СМИ – группе корреспондентов американского журнала Time.

## Ответы М. С. Горбачев американскому журналу «Тайм»

Американский журнал «Тайм» обратился к Генеральному секретарю ЦК КПСС М. С. Горбачеву с просьбой ответить на ряд вопросов, в числе которых для бывшего генерального секретаря журнально-издательской организации «Тайм» корреспондент Г. Гроссман, главного редактора журнала «Тайм» Р. Байба, заместителя главного редактора Р. Динелла и главу Московского бюро журнала Дж. Дипонте. Беседа состоялась 28 августа с. г. Ниже публикуются ответы М. С. Горбачева в его беседе с американскими журналистами.

ветско-американские отношения. В первую — это неперспективный факт, что накануне мы друг другу ни не, но выжить или пожить мы можем только вместе. Главный вопрос, на который мы должны себе ответить, — готовы ли мы, наконец, признать, что нет иного пути, как жить друг с другом в мире, ра-

Вопрос. Каково Ваше мнение об исследовательской программе стратегической оборонной мысли между СССР и США? Видите ли Вы возможность взаимного соглашения, запрещающего разработку новых систем, и на каком этапе переговоров Советский Союз согласился в таком случае? Ва-

ном, предусмотреть какие-либо варианты, которые могли бы снизить напряженность в отношениях между СССР и США в СССР в области, чтобы избежать друг друга, чтобы избежать друг друга, в течение

Вопрос. Какое Ваше мнение об исследовательской программе стратегической оборонной мысли между СССР и США? Видите ли Вы возможность взаимного соглашения, запрещающего разработку новых систем, и на каком этапе переговоров Советский Союз согласился в таком случае? Ва-

Заголовок интервью при публикации в "Правде".

15 мая 1985



5 ноября 1985

Американский президент впервые почти за 25 лет дает интервью советской прессе.



Заголовок интервью в "Известиях".

Архив компании EastView.

# 1986-1987. Гласность в кино и ТВ. Взрыв «документальности»



Показ "Покаяния" Тенгиза Абуладзе становится одним из первых шагов к

25 мая 1986



В эфир выходит «Клуб веселых и находчивых» (КВН), программа, запрещенная с 1972 года.

# Гласность и перестройка

- 1987 (январь) – Пленум ЦК – политика Перестройки
- Трансформация Главлита
- Комиссия - возвращение эмигрантских писательских имен
- Презентация журнала Бурда (Р. Горбачева)
- Статьи «Лукавая цифра» (Селюнин/Ханин) – искажения советской статистики; «Авансы и долги» (Шмелев) – о кризисе советской экономики

1 апреля 1987

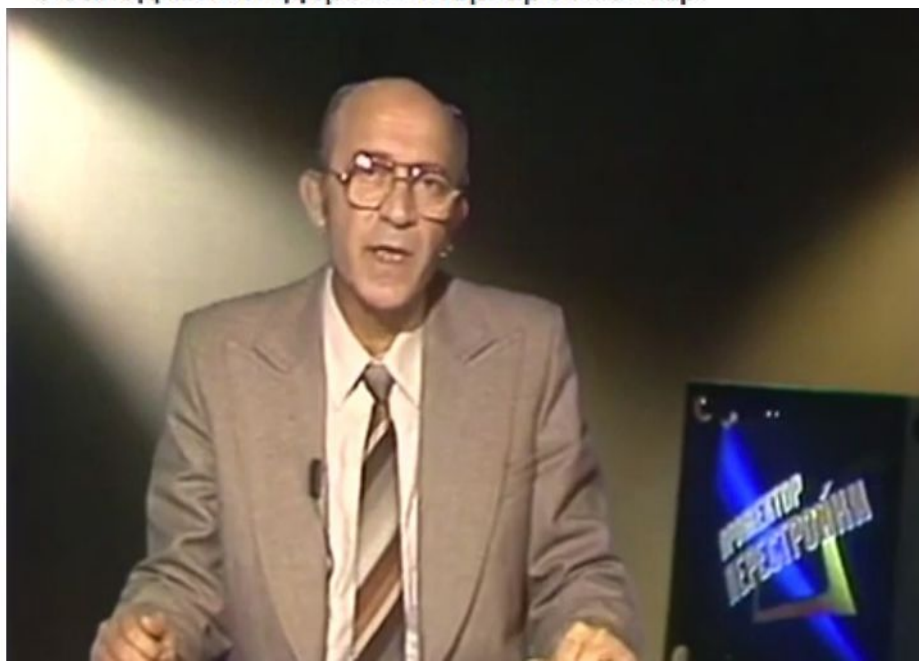


В эфир выходит первое телевизионное интервью с западным лидером - Маргарет Тэтчер.

6 июня 1987



В эфир выходят «600 секунд».



В эфир выходит программа "Взгляд".



# 1988 -1990 – «идеологический разлом»

## И

- Статью Н. Андреевой «Не могу поступиться принципами» (Советская Россия) два дня обсуждают на Политбюро
- «Узбекское дело», первые статьи, признающие в СССР оргпреступность
- ЦК отменяет постановление 1946 – травля Ахматовой и Зощенко
- Регистрация кооператива «Факт» (1988), начинается история ИД Ъ
- Отменено «глушение» Голосов, но – изъяты комментарии из программ ЦТ (Международная панорама-Бовин-Афганистан)
- Разрешение продавать западные издания в Москве (1989)
- Ограничение доступа Ельцина к центральным СМИ. Конфронтация
- 1989 – Тбилиси (войска)
- Отменена статья за антисоветскую пропаганду, обсуждается инициативный закон о СМИ (Федотов, Батурин)
- 1989 – первый Съезд народных депутатов. Клуб любителей съездов, Московская хартия журналистов
- Старт первого частного инфоагентства «Интерфакс», Пресс-клуб – АТВ, сеансы Кашпировского, первый негосударственный канал 22x2» (1989)
- Признание пакта Молотов-Риббентроп, публикация «Архипелага ГУЛАГ»
- 1990 – отменена 6 ст Конституции о главенстве КПСС, выходит «НГ», «РГ», Европа+, Радио России



# 1991



Год, ознаменованный путчем и прекращающий историю советского государства, начинается с кровавого столкновения в Вильнюсе.

# Собственность и медиа в новейшей истории России (обзор)



# Общая характеристика ТВ в России

- **РАНЬШЕ**

- 1991 – Гостелерадио СССР: 4 программы ЦТ, 52 студии союзных республик, 78 студий автономных республик и областей РСФСР (всего 130)
- Понятия «рекламный рынок» не существовало
- Понятия «коммерческое», «частное» ТВ не существовало

- **ТЕПЕРЬ**

- 2015 – от 6 до 19 эфирных национальных каналов и сетей в открытом доступе (города – 200 тыс)
- Более 1000 региональных ТРК
- Объем рекламного рынка - \$ 9-10 млрд (\$ТВ – 4,5 млрд)
- Способы доставки сигнала к потребителю
  - Эфирное вещание – более 80%
  - Сети кабельного ТВ
  - Спутниковый прием
  - ОТТ

# Новейшая история

## индустрии

**1990-2000.** Революционное десятилетие

1. Децентрализация телевизионной системы (конец 80-х – 1994)
2. Передел гос. собственности и формирование новой пропагандистской системы (1994-1996)
3. Активизация политических капиталов и информационные войны (1997-1999)
4. Активизация государства (1999 -2000)

**2000-2008.** Модернизация власти и усиление государственной бюрократии

1. Закат эры «олигархов» (2000-2001)
2. Установление государственного контроля над ТВ, власть и «корпоративистская» модель (2001-2004)
3. Телевизионная индустрия в эпоху стабильности (2004 -2008)

**2008-2012.** Курс на модернизацию и инновации, «свобода лучше, чем не свобода». Драматический разрыв «повестки дня» на телевидении и в интернете. Расцвет социальных сетей. Протесты 2012 и медиаполитика, вытеснение «несогласных» на периферию медиаполя

**2012-2016.** Политическая мобилизация. Олимпиада как зрелище. Медиакapитал и движение к олигополии. Ужесточение законодательства в области интернета, ограничение иностранного владения медиаактивами. Усиление пропаганды (телевидение). Цифровизация, развитие новых технологий, изменение медиапотребления.



# Влиятельные «информационные империи» 90-х годов, концентрация СМИ и информационные войны

До 1996

- ◆ Группа «Медиа – Мост» (В. Гусинский) «Жемчужина» - НТВ
- ◆ Финансово-промышленная Группа ЛОГОВАЗ-холдинг (Б. Березовский). «Жемчужина» - ОРТ ( с 96 г – три акционера; 51% - Госимущество+ТТЦ+ИТАР-ТАСС; Логоваз-11%; 38% - ОТР КБ – Менатеп, Альфа, СБС-Агро, Объединенный банк)

После 1996 – мода на медиа-бизнес

- ◆ Группа МЕНЕТАП (Ходорковский) акции в СМИ «Березовского», ПРАЙМ\_ТАСС политическое влияние – Невзлин – зам ИТАР-ТАСС)
- ◆ Группа ОНЕКСИМ-ИНТЕРРОС (Потанин) – с 1998 Профмедиа
- ◆ Лукойл – ТВ6, Известия (49%)
- ◆ Альфа-групп – СТС (с 1998)

СМИ , связанные с правительством

2 канал РТР+Культура, 3 радио станции, ИТАР-ТАСС. ОРТ -51%, РГ, РИА Новости

В 1998 – ЕПТК – новое «Гостелерадио»

# СМОТРИМ!

- «Это тяжкое бремя Свободы»
- <https://www.youtube.com/watch?v=YSRdP6zT5nI>
- Дополнительные материалы:
- 1) Мария Слоним – Роману Суперу. Еще одну русскую зиму не хочу <http://www.svoboda.org/content/article/27144780.html>
- 2) Текст Московской хартии
- <http://www.presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/758-moskovskaya-khartiya-zhurnalis>
- «Самый свободный человек»

# Общественность и медиа в переходных обществах. Рынок, частные СМИ и конкуренция

## Многогранный процесс изменения СМИ на постсоветском пространстве (по Спарксу):

- **политика** → формирование системы нацгосударств, возникновение плюрализма (конкуренция, политическая ангажированность, политизация, демократизация и антидемократизация – возможны)
- **экономика** → коммодификация (коммерциализация, стратификация общества, деполитизация, антидемократизация – возможна)
- **технология** → оцифровка (фрагментация и концентрация, поляризация и неравенство, новые возможности для разнообразия, демократизация и антидемократизация – возможны)

# **Трудные вопросы «переходных» моделей**

- **Моделирование собственных идентичностей/конкуренция с космополитическими образами/ «рынок лояльности» /демонтаж бывших монопольных систем**
- **Сложность понятия «независимости» СМИ ( везде отношения между СМИ/политиками/правительством/частным бизнесом неоднозначны) и проблема ее декларации**
- **Коммерциализация - процесс использования интеллектуального продукта с высокой долей творческого труда для максимального извлечения прибыли в процессе рыночного обмена. Коммерческие медиа – не гарантия свобод и функционирования медиа как института «общественного блага».**  
**НО: всегда драйвер экономики**
- **Особая экономическая специфика медиа и ТВ = сдвоенный продукт СМИ (контент и аудитории)**



# ДАВАЙТЕ ПОДУМАЕМ...

Если абсолютная независимость – химера, то что дает ее относительные гарантии СМИ и гарантии обществу в том, что медиа – «общественное благо»?

- Финансовая зависимость от государственных субсидий
- Финансовая зависимость от внешних грантов/спонсорства международных организаций
- Финансовая зависимость от частных инвесторов
- Финансовая зависимость от рекламодателей
- Финансовая зависимость от читателей/зрителей/пользователей

**РАССТАВЬТЕ В ПОРЯДКЕ УБЫВАНИЯ:**

- 1) с точки зрения общественной пользы
- 2) с точки зрения государственных интересов

# ДАВАЙТЕ ПОДУМАЕМ

## ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ ВОЗНИКЛИ ЧАСТНЫЕ СМИ?

- Частные бизнес и предприниматели?
- Рынок товаров и услуг и их реклама?
- Законы, разрешающие частные медиа (акционирование государственных) или утверждающие общественные?
- Институт лицензирования?
- Инфраструктура субъектов рынка (связисты/вещатели/рекламодатели/медиаизмерители и пр)?

1

- **Общественно-правовая** : Западная Европа (Великобритания, Франция, Германия, Италия, Нидерланды, страны Северной Европы), Япония, Австралия, Канада, Индия

2

- **Государственная: бывшие страны социализма, Китай**

3

- **Коммерческая: США**

- **Государственное / Частное / Общественное**

- Европа ( в основном) = Общественно-правовая модель+ Коммерческие вещатели
- Россия = Государственное + Частное + Общественное

- **Основные различия моделей:**

- Способ финансирования
- Принцип управления (подчинение, назначение руководителя - как и кем)
- Программная политика, цели и задачи



# Предприятия телерынка

- **Вещатели – компании, распространяющие «упакованные» для аудитории программы**
- **Производители – компании, производящие телевизионный контент: киностудии, продюсерские фирмы, синдикаты, вещатели**
- **Правообладатели – библиотеки контента**

- **Абонентская плата: в странах Западной Европы находится на уровне 200 евро в год;**
  - проблема: уклонение от уплаты
- **Правительственные (государственные) субсидии (США)**
- **Реализация собственных программ на рынке**
- **Реклама**
- **Спонсорство**
- **Бартер (программы)**
- **Продажа дополнительных услуг**

- **Абонентская плата: в странах Западной Европы находится на уровне 200 евро в год;**
  - проблема: уклонение от уплаты
- **Правительственные (государственные) субсидии (США)**
- **Реализация собственных программ на рынке**
- **Реклама**
- **Спонсорство**
- **Бартер (программы)**
- **Продажа дополнительных услуг**

- **Абонентская плата: в странах Западной Европы находится на уровне 200 евро в год;**
  - проблема: уклонение от уплаты
- **Правительственные (государственные) субсидии (США)**
- **Реализация собственных программ на рынке**
- **Реклама**
- **Спонсорство**
- **Бартер (программы)**
- **Продажа дополнительных услуг**



- **Абонентская плата: в странах Западной Европы находится на уровне 200 евро в год;**
  - проблема: уклонение от уплаты
- **Правительственные (государственные) субсидии (США)**
- **Реализация собственных программ на рынке**
- **Реклама**
- **Спонсорство**
- **Бартер (программы)**
- **Продажа дополнительных услуг**

# Особенности финансирования

- **Абонентская плата: в странах Западной Европы находится на уровне 200 евро в год;**
  - проблема: уклонение от уплаты
- **Правительственные (государственные) субсидии (США)**
- **Реализация собственных программ на рынке**
- **Реклама**
- **Спонсорство**
- **Бартер (программы)**
- **Продажа дополнительных услуг**

# Философия общественного вещания

- **ТВ как общественная служба**
  - **Принципы:**
    - универсальный географический охват,
    - удовлетворение различных взглядов и вкусов общества
    - удовлетворение интересов меньшинства
    - непосредственное участие зрителей в финансирование - сегодня необязательно!!
  - **Некоммерческие мотивы деятельности**
- 
- **НО: усиление конкуренции с коммерческими вещателями приводит к сближению программных стратегий**

# **ВБ: Чистая модель общественного вещания**

- **Беспристрастность, ответственность, подотчетность**
- **С 1955 г. конкуренция с коммерческим ТВ**
- **Структура финансирования:**
  - **абонентская плата (100% для внутреннего вещания)**
  - **государственное финансирование (глобальное радио)**
  - **самофинансирование (спутниковое ТВ)**
  - **продажа программ на рынке**

# США: альтернатива коммерческому ТВ

- **PBS: с 1967 г., по решению Конгресса 349 некоммерческих станций в 50 штатах сформировали сеть (дециметровый диапазон)**
- **Структура финансирования:**
  - Частные пожертвования аудитории
  - Инвестиции частных компаний
  - Дотации штатов
  - Федеральные субсидии
  - Субсидии университетов (государственных + частных)
  - Благотворительные пожертвования, благотворительные аукционы

**НО: альтернативу иногда называют маргинальной (радио NPR – успешнее), но важной для идеи свободы и плюрализма**

# Север Европы: коммерческое ТВ на службе общественного

- Сохранение общественной собственности в сфере вещания
- Опора на абонентскую плату
- Доминирование национальных программ общественных вещателей (55-60%)
- Замкнутость национальных рынков
- Финляндия: выплаты общественной службе (1990 гг. - до 24% бюджета общественного вещателя *Yleisradio*, но в настоящее время не превышает 7%)
- Страны Балтии (Эстония, прежде всего)

# Нидерланды: 4 «колонны»

- Кальвинисты, католики, социалисты, либералы
- Концепция баланса □ равный доступ к эфиру организаций трех категорий
- Бюджет NOS:
  - 74% средств государственного гранта (налог зрителей, субсидии правительства на общее управление, специальные субсидии на программы)
  - 26% реклама



# МОДЕЛИ ВЕЩАНИЯ – как в России?

## ТЕОРИЯ

- Государственная
- Коммерческая
- Общественная

## **ВАЖНО:**

1. Способ финансирования
2. Форма управления

## Реальность России

- «ГосТВ» (бюджет разных уровней, доходы от рекламы)
- «Полугосудар» формально – смешанная форма собственности (Первый); лояльные владельцы, афелированные с гос.корпорациями (НТВ); местные ТК, учрежденные или контролируемые администрациями и членами их семей вместе с представителями регионального бизнеса
- «Негосударственное» - локальный охват, развлекательный контент: частные сетевые и частные на местах
- Иностранцы владельцы на ТВ к 2007 году остались только в СТС медиа

## Медиа сфера России пережила революционные преобразования:

- Конституцией закреплено право на свободу слова, законодательно оформилась сфера медиа, приняты законы о СМИ и связи;
- многократно увеличилось число СМИ, теле и радиокompаний разных форм собственности ( в том числе, региональных и с иностранным участием), предприятий, производящих контент и коммуникационные услуги, рекламных агентств ;
- возникла конкуренция и индустрия превратилась в коммерчески успешную отрасль экономики, сформировался “рекламный рынок” (закон 1995) , став крупнейшим в Европе ;
- аудиовизуальный сегмент способен производить контент и зрелища мирового уровня (Евровидение, Олимпиада 2014);
- разветвленный и мощный инструмент трансляции позиции правящего истеблишмента и политического большинства (прежде всего, федеральное телевидение)

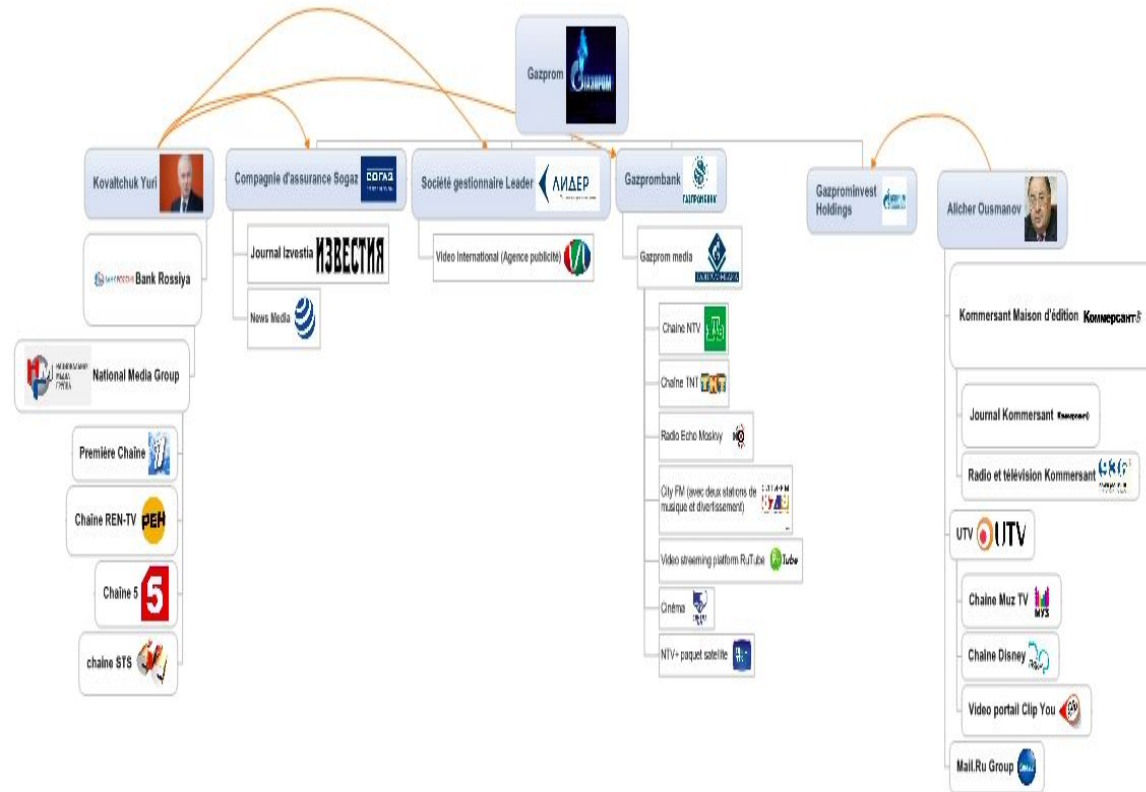
# 2001-2016 , по сути, «олигополия»: ВГТРК и ГАЗПРОМ МЕДИА(1)

## ВГТРК

**Федеральные** – Р1, Р2, РКультура, Р24, Карусель (входят в 1-й мультиплекс общедоступных каналов).

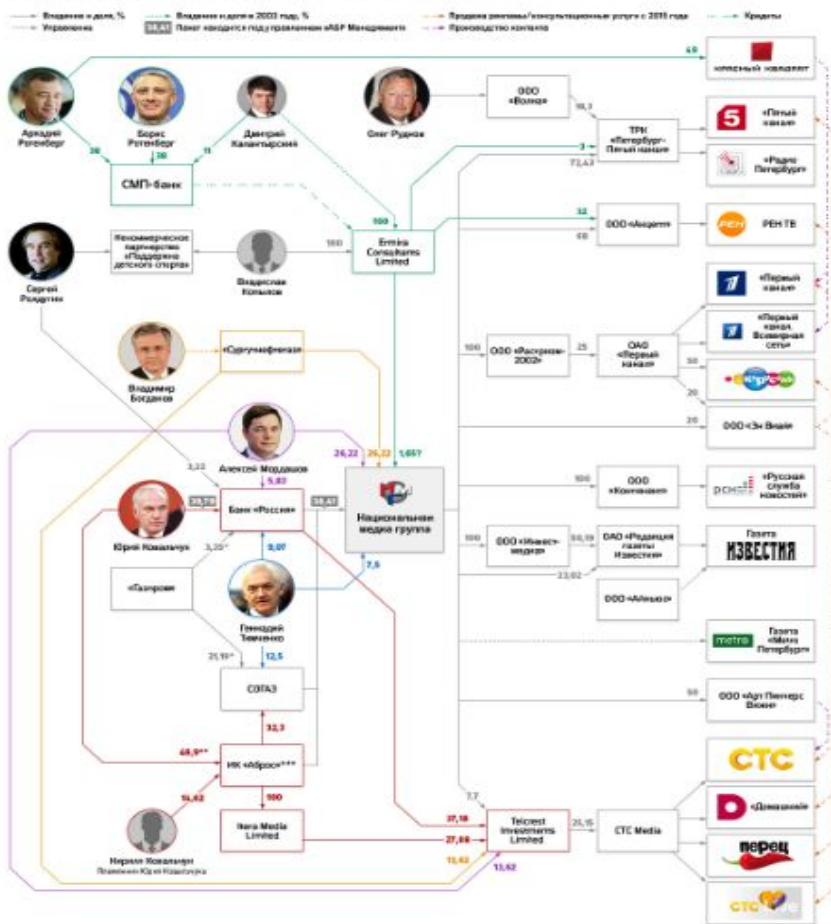
**Цифровые/Нишевые** – Моя планета, Наука 2.0, История, Сарафан, Бойцовский клуб, Русский бестселлер, Русский роман, Россия HD, РТР Планета, в 2014 – каналы НКС (Ростелеком) - каналы «Мать и дитя», «24 Техно», «Настоящее Страшное Телевидение». «Парк развлечений».

**Радио**:-Радио России, Вести ФМ, Культура, Маяк, Юфм

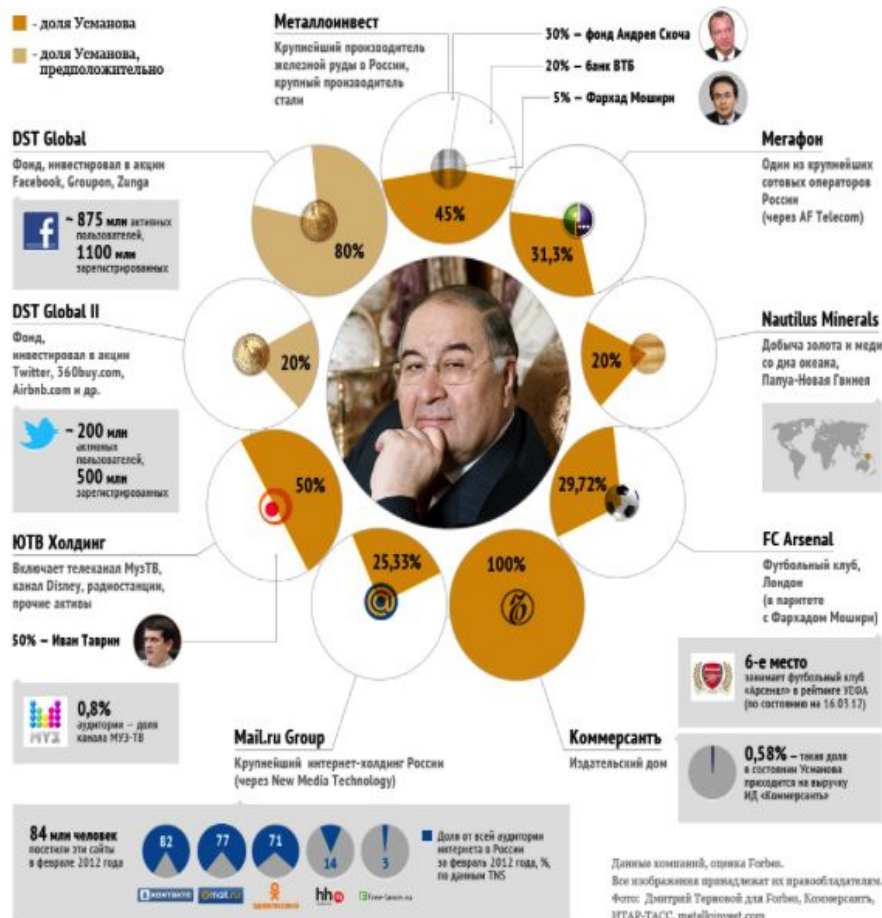


# НМГ и холдинг Алишера Усманова (USM) – (2)

## Кто владеет Национальной медиа группой



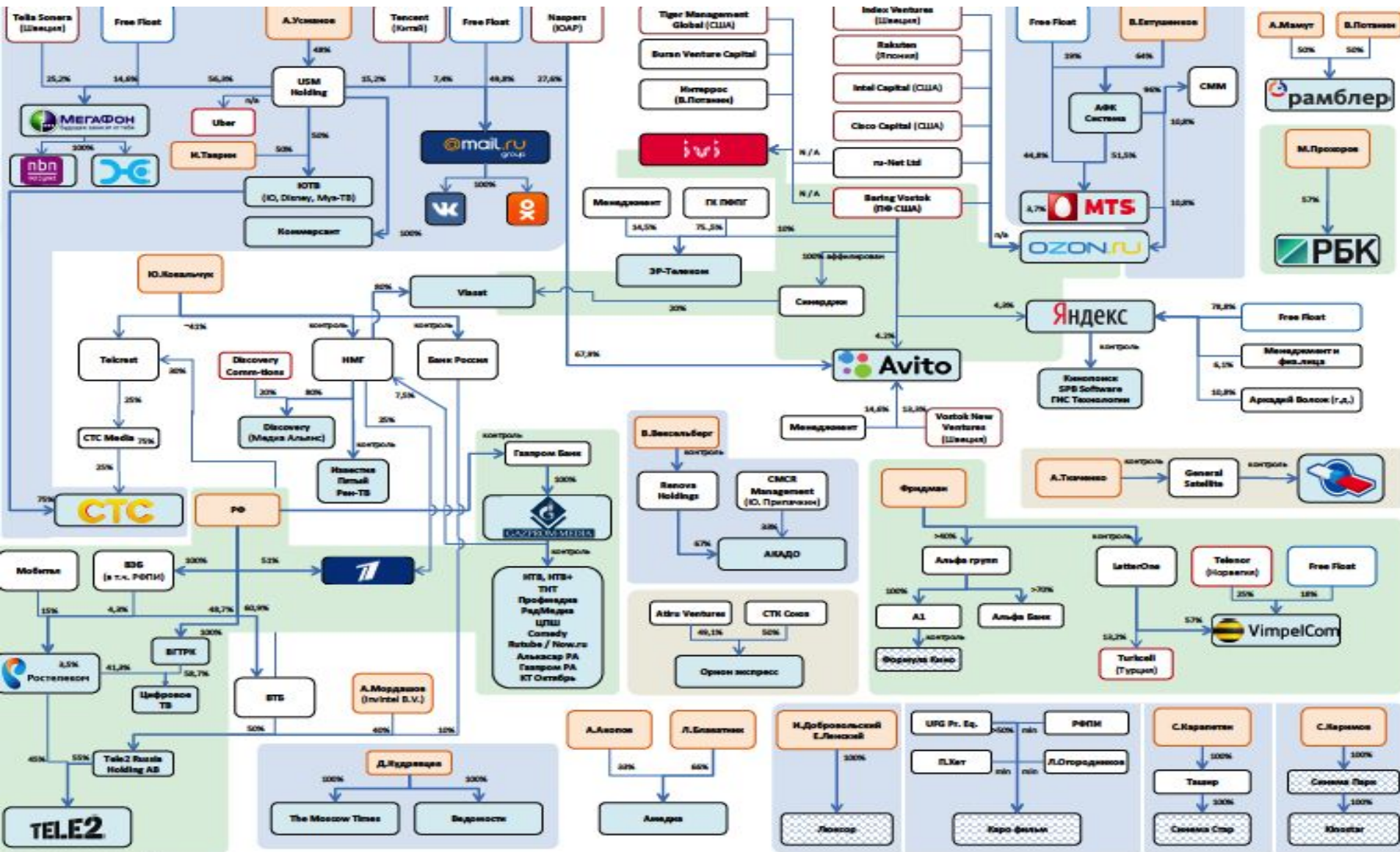
## Чем владеет Алишер Усманов



\* Ссылки на сайты компаний \*\* Ссылки на сайты \*\*\* Доля владельцев и ИД «Россия» указана без учета доли государственной компании ИД «Россия»  
 © РБК, 16.03.2014. Источники: РБК, СПРАП, СПАР, информация компаний, реестры компаний Министерства юстиции Кипра Фото: ТАСС, РБК-Новости, pixabay.com, sergeyberdyuzh

Данные компаний, справка Forbes.  
 Все изображения принадлежат их правообладателям.  
 Фото: Дмитрий Терехов для Forbes, Коммерсантъ, ИТАР-ТАСС, metallonvest.com

# КАРТА МЕДИАВЛАДЕНИЙ





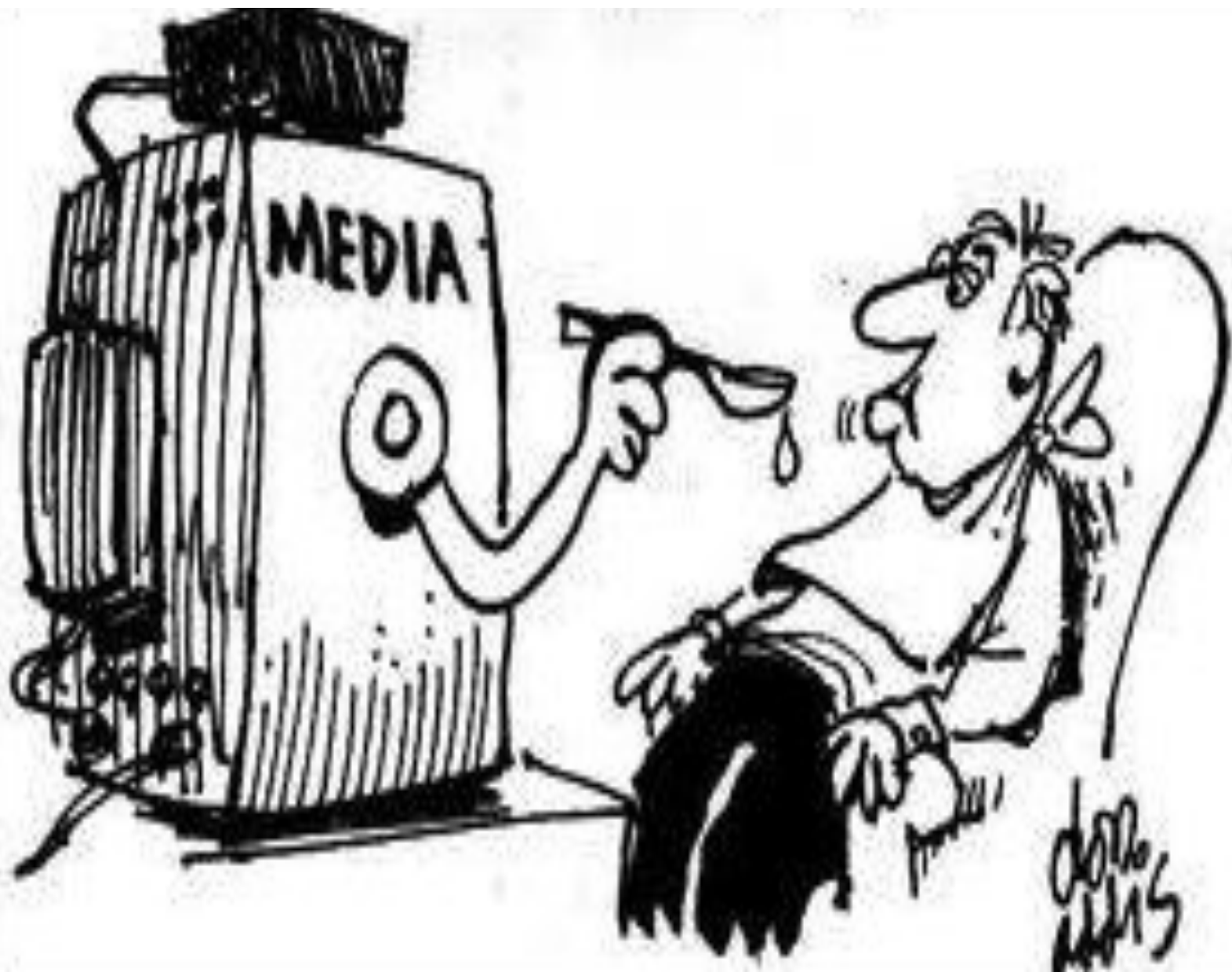
# Медиахолдинги - производители и дистрибуторы tv-контента для сетей платного ТВ (Россия)

## ТЕЛЕВЛАДЕНИЯ

российские медиахолдинги, производители и дистрибуторы tv-контента для сетей платного телевидения\*

www.Cableman.Ru  
**К**абельщик  
MULTISERVICE

\* в связи с предоставленными данными, дистрибуторами не в полном объеме.  
Большинство каналов имеют региональный характер, ориентированы на определенные географические территории и не являются правовыми владельцами вещания.  
Выявлены каналы, не включенные в список, работающие по отдельным договорам.







НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

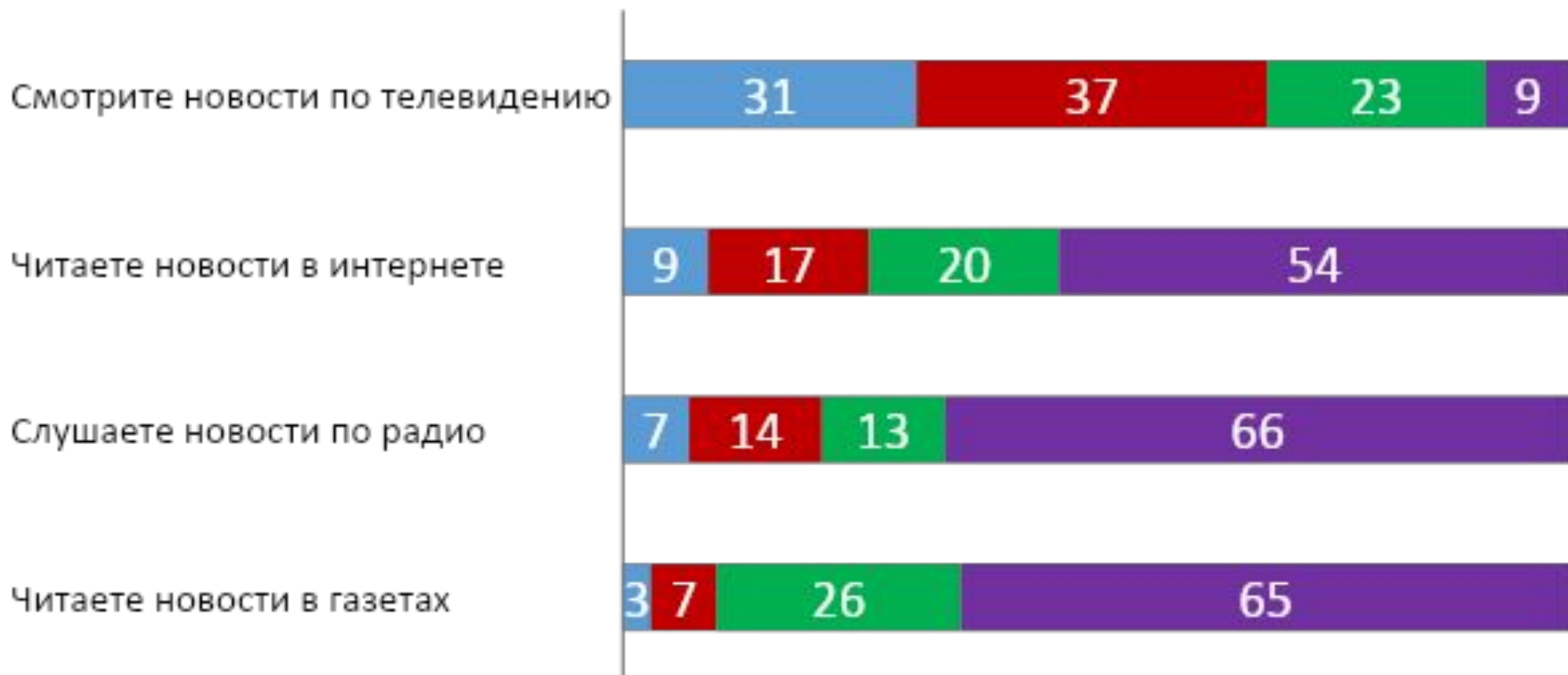
## СИДИ И СМОТРИ

- Три основных федеральных телеканала - Первый, "Россия 1" и НТВ - в совокупности в сутки смотрят порядка 60 миллионов россиян
- Телевидение остается самым доступным и массовым видом досуга



## Использование различных СМИ (Россия)

- ежедневно, по несколько раз в день
- практически каждый день
- хотя бы раз в неделю
- реже/практически никогда

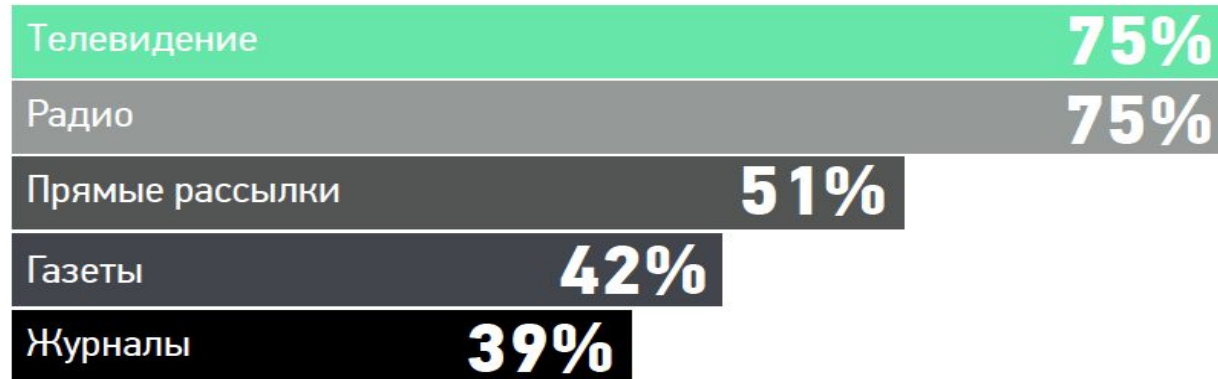


# Динамика последних 2 лет показывает, что:

- ✓ Активно развиваться потребление интернета. Молодые люди (возрастные группы 18-24, 25-44) значительное время проводят online, однако, и старшее поколение последние годы активно осваивает сеть, что открывает для интернета потенциал развития – за счет дальнейшего роста присутствия аудитории 45+.
- ✓ Время «у телевизора» значительно растет у возрастного сегмента аудитории (45+) и немного падает у молодого сегмента (18-24). Однако, появление новых качественных форматов online-телевидения (например, Smart TV) может привести к росту интереса к ТВ более молодого населения (18-44).
- ✓ Радио демонстрирует стабильность в потреблении – различные возрастные группы проводят «у радиоприемников» ежедневно, примерно, одинаковое количество времени.
- ✓ Молодая аудитория (18-24), которой несвойственно проводить время за чтением прессы, в последние годы немного увеличивает время ежедневного просмотра глянцевого журналов.
- Источник: TNS Media Research, TV Index Russia, Radio Index Russia, M'Index Russia, Web Index Russia, 2013-2014

# ВНИМАНИЕ К ТВ УМЕНЬШАЕТСЯ

«В каких медиа вы избегаете рекламу?»



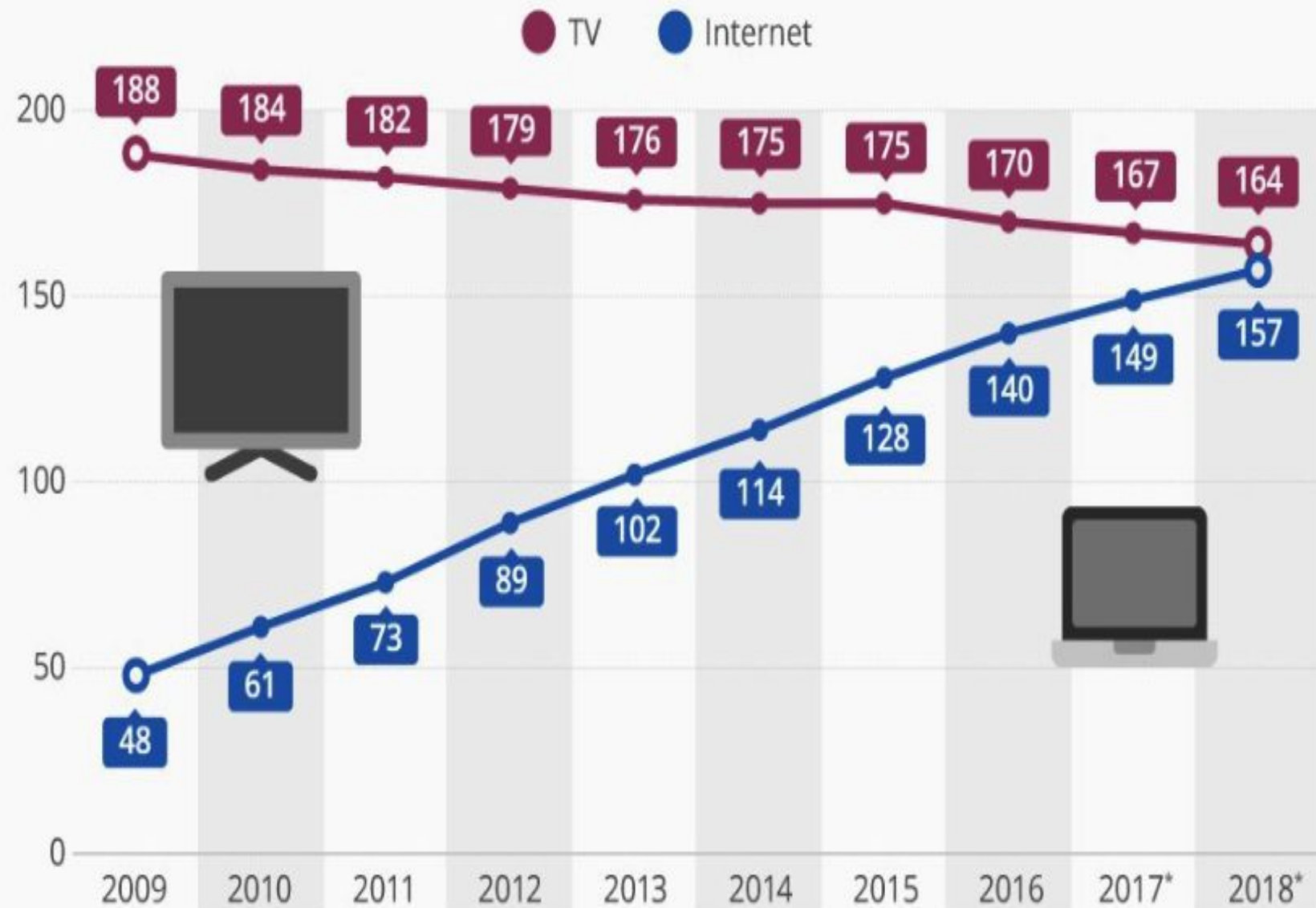
Источник: SIFO Research International

## И ПЕРЕКЛЮЧАЕТСЯ НА ИНТЕРНЕТ

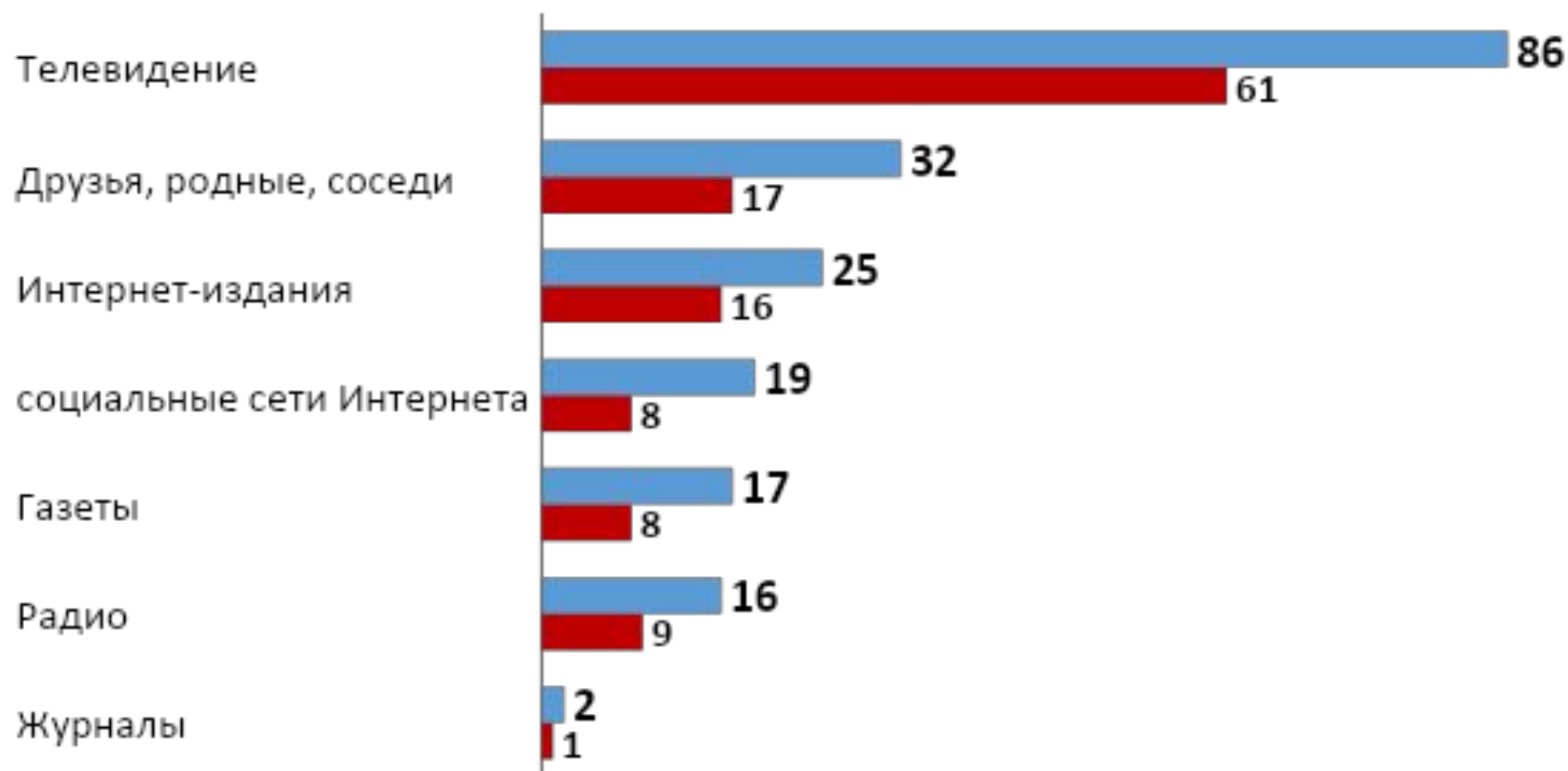
**65%**

*пользователей  
выходят в интернет  
во время просмотра ТВ*

Average daily TV and internet consumption per person worldwide (in minutes)



- Откуда вы чаще всего узнаете о новостях в мире и в стране?
- Каким источникам вы более всего доверяете?

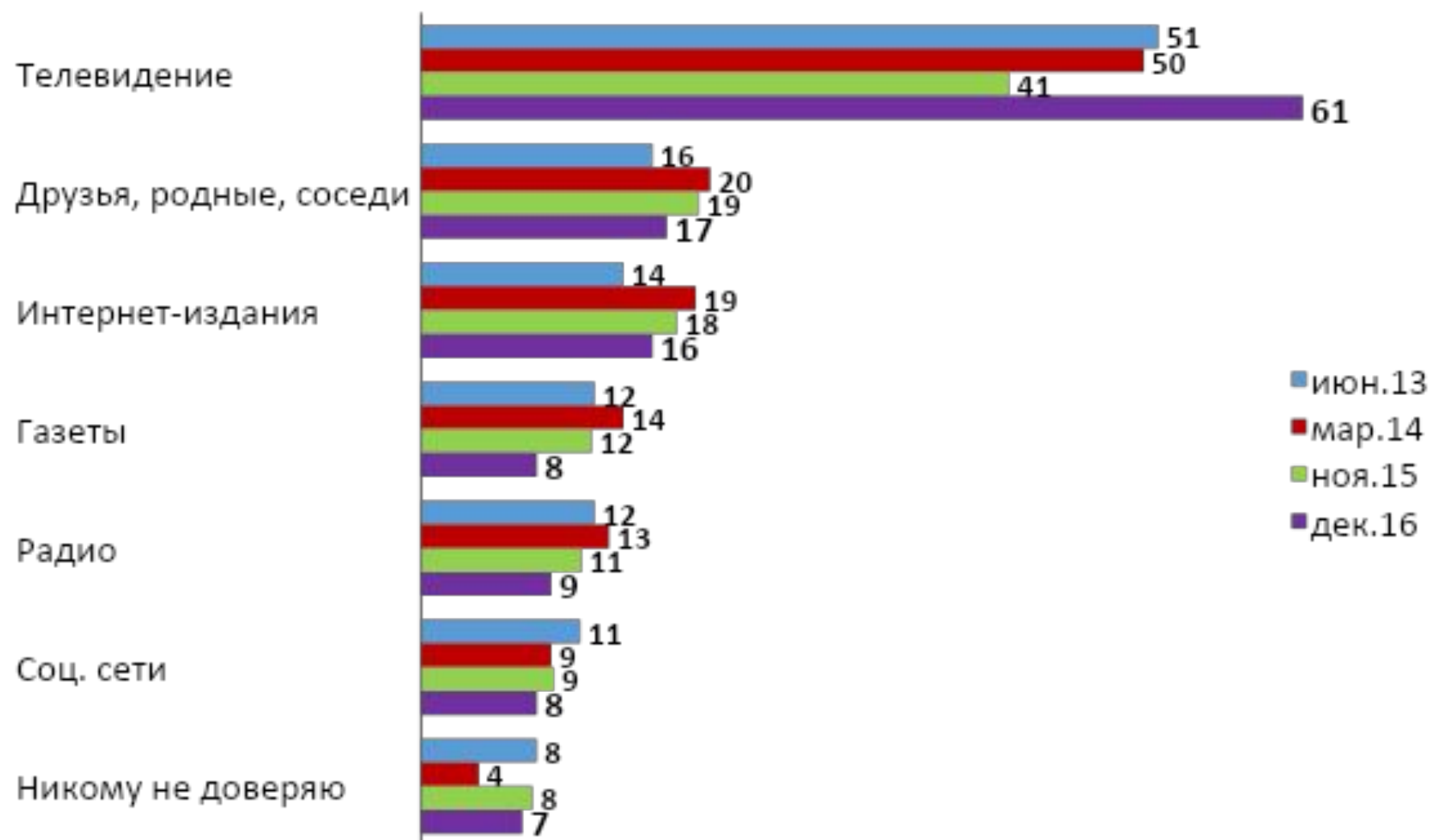


## Самые важные источники информации, 1989 г.



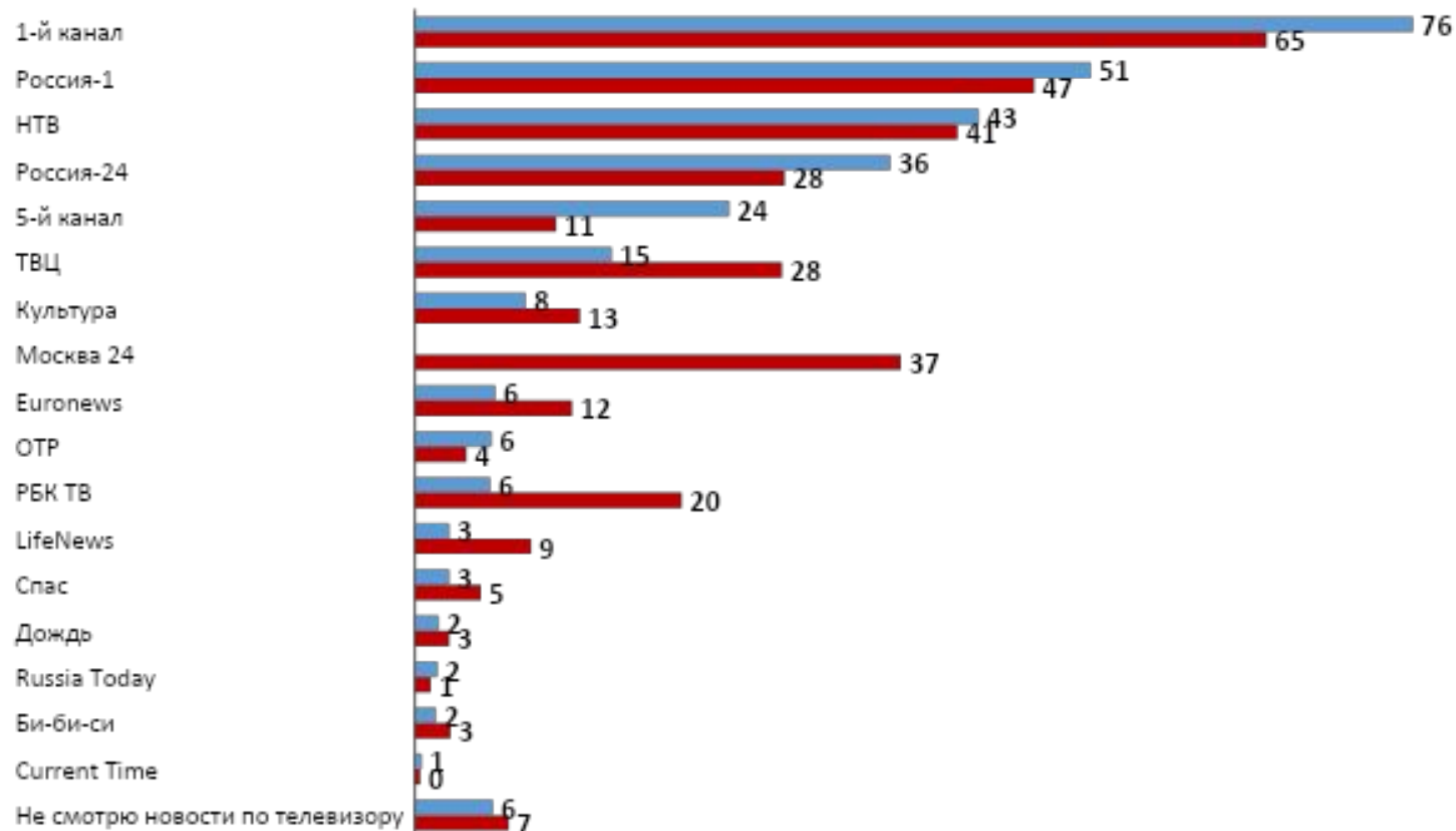


## Каким источникам вы более всего доверяете в освещении новостей?

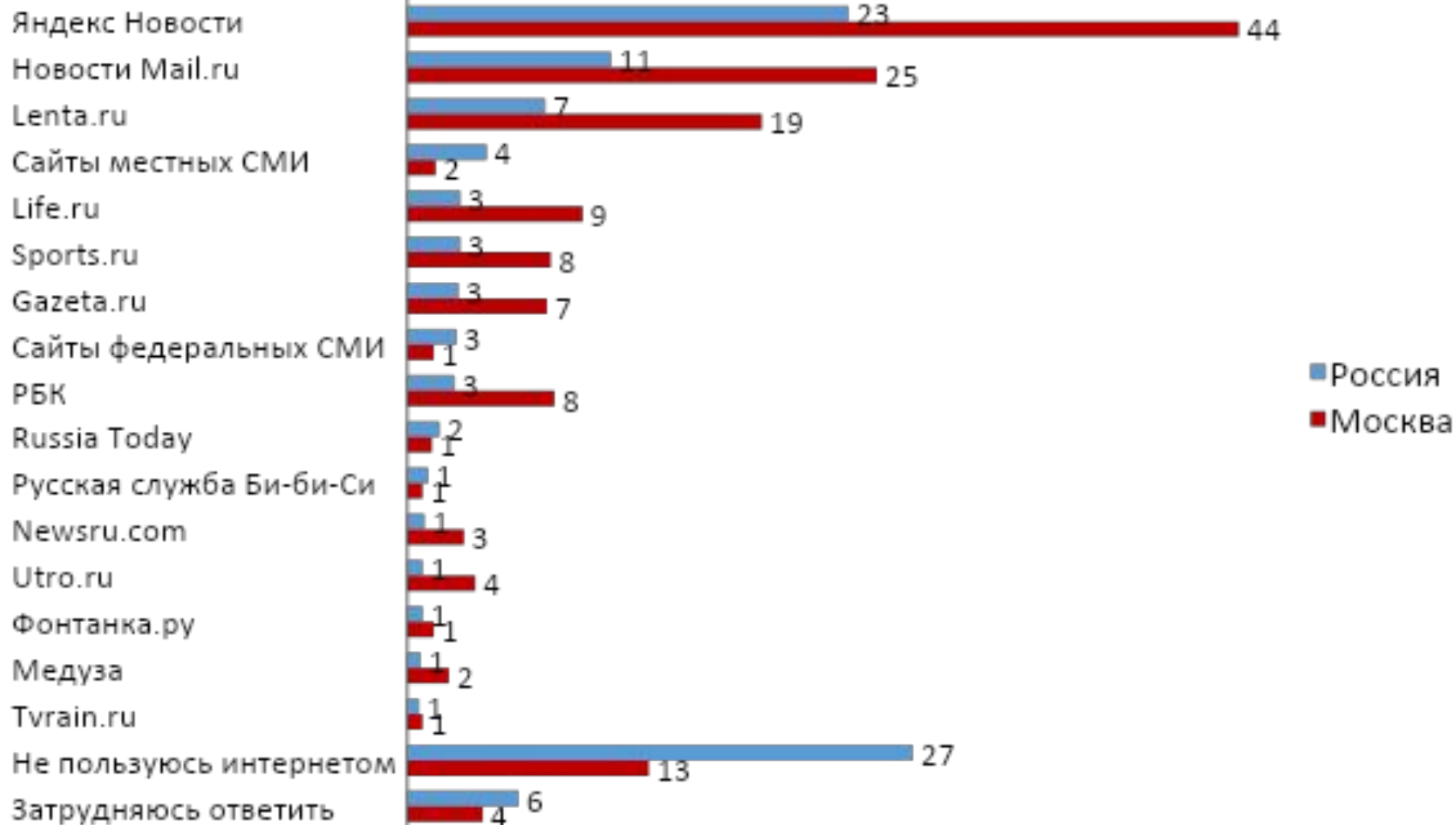


## Новостные передачи каких каналов вы смотрите?

■ Россия ■ Москва

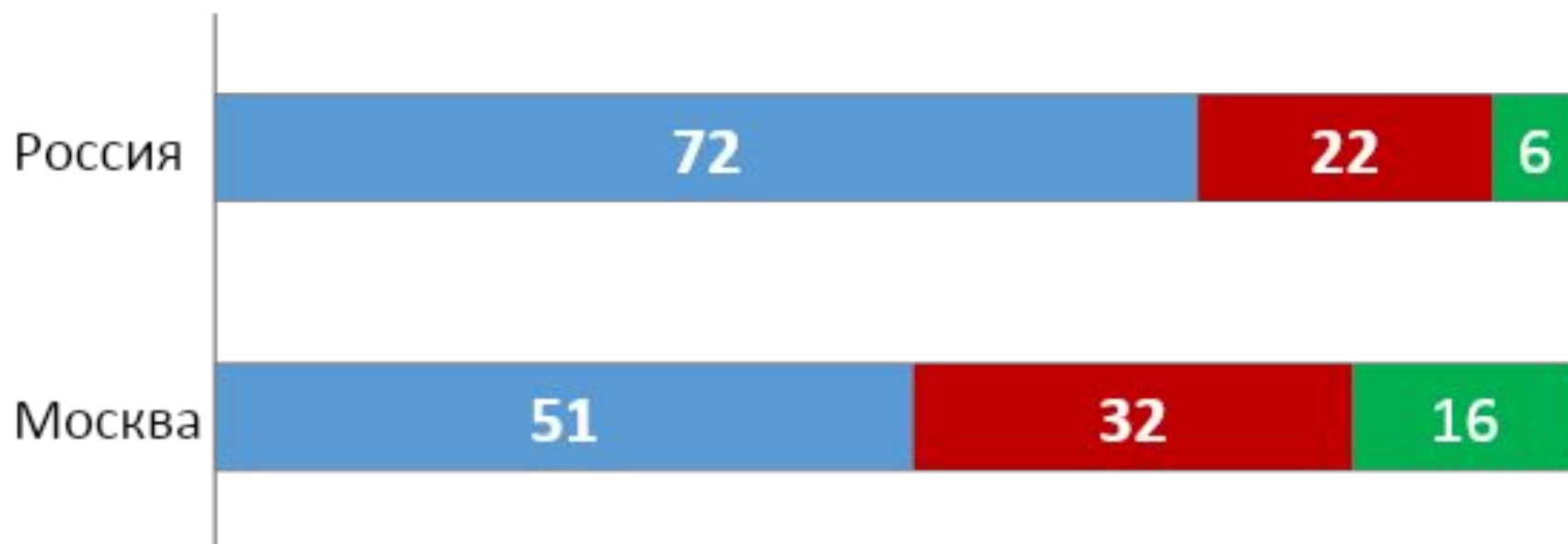


## Чтение интернет-сайтов

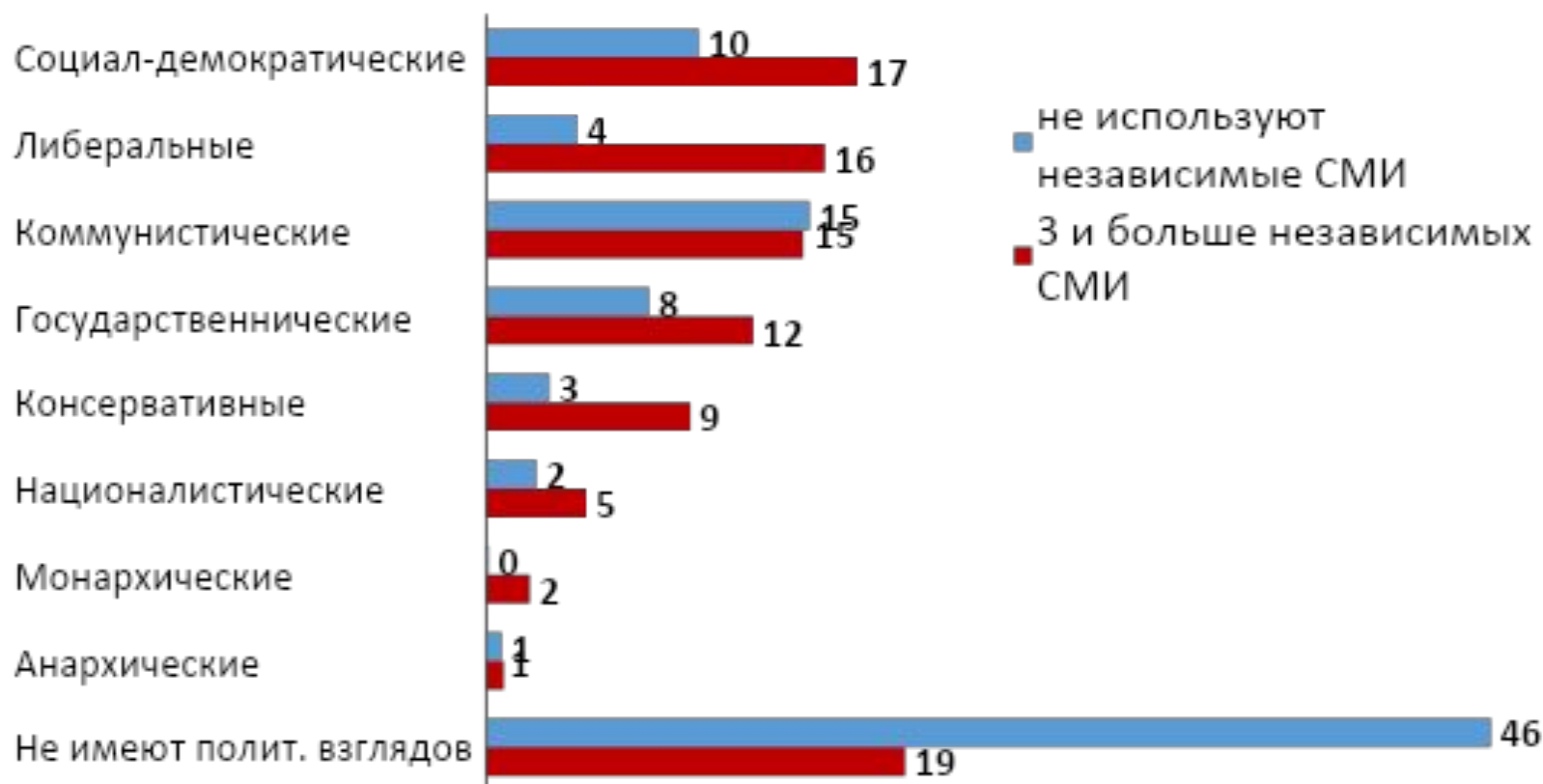


## Потребление независимых СМИ

- не используют независимые СМИ
- 1-2 независимых СМИ
- больше 3 независимых СМИ

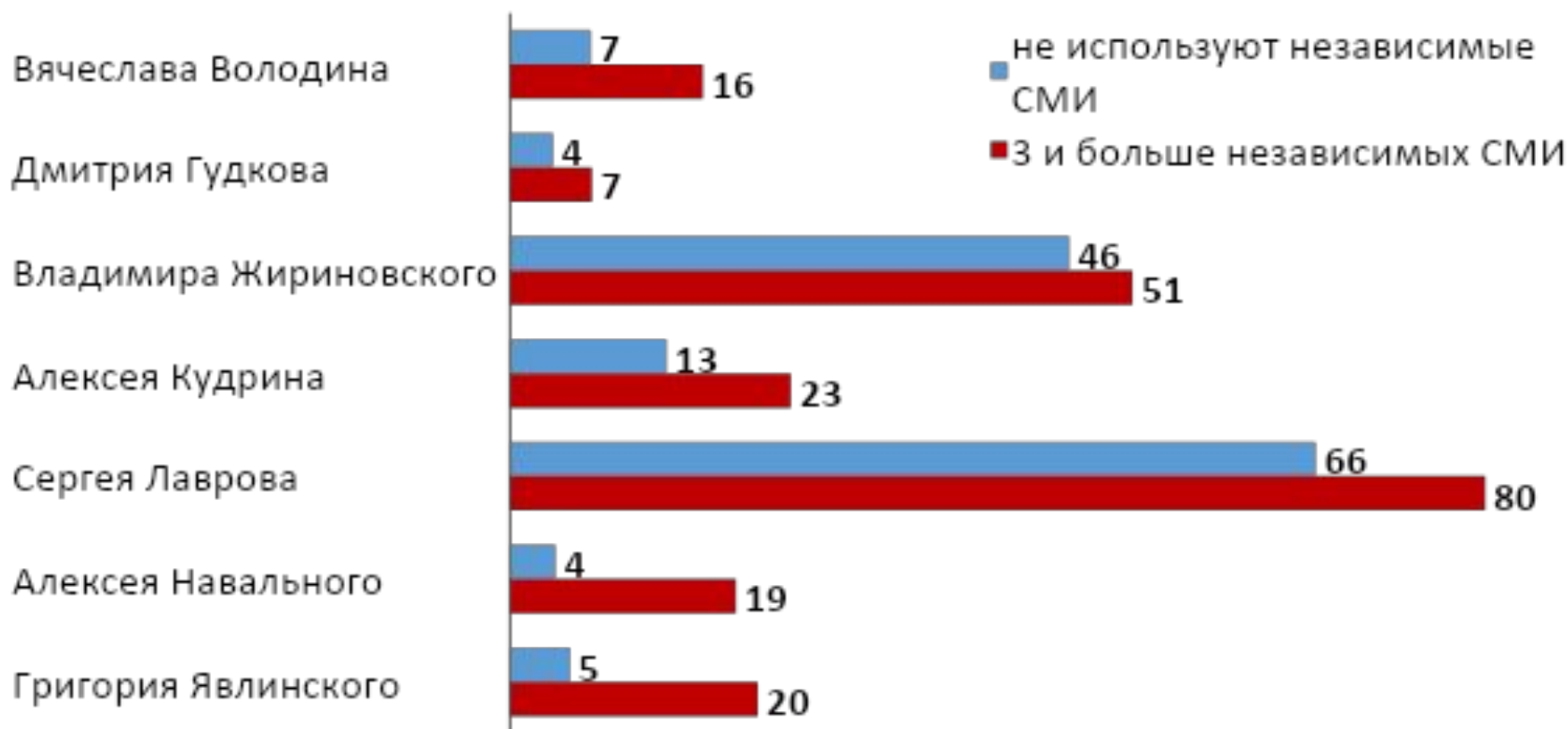


*Нельзя сказать, что независимые СМИ (Эхо Москвы, РБК, Дождь) не образуют вокруг себя однородную по политическим взглядам публику*

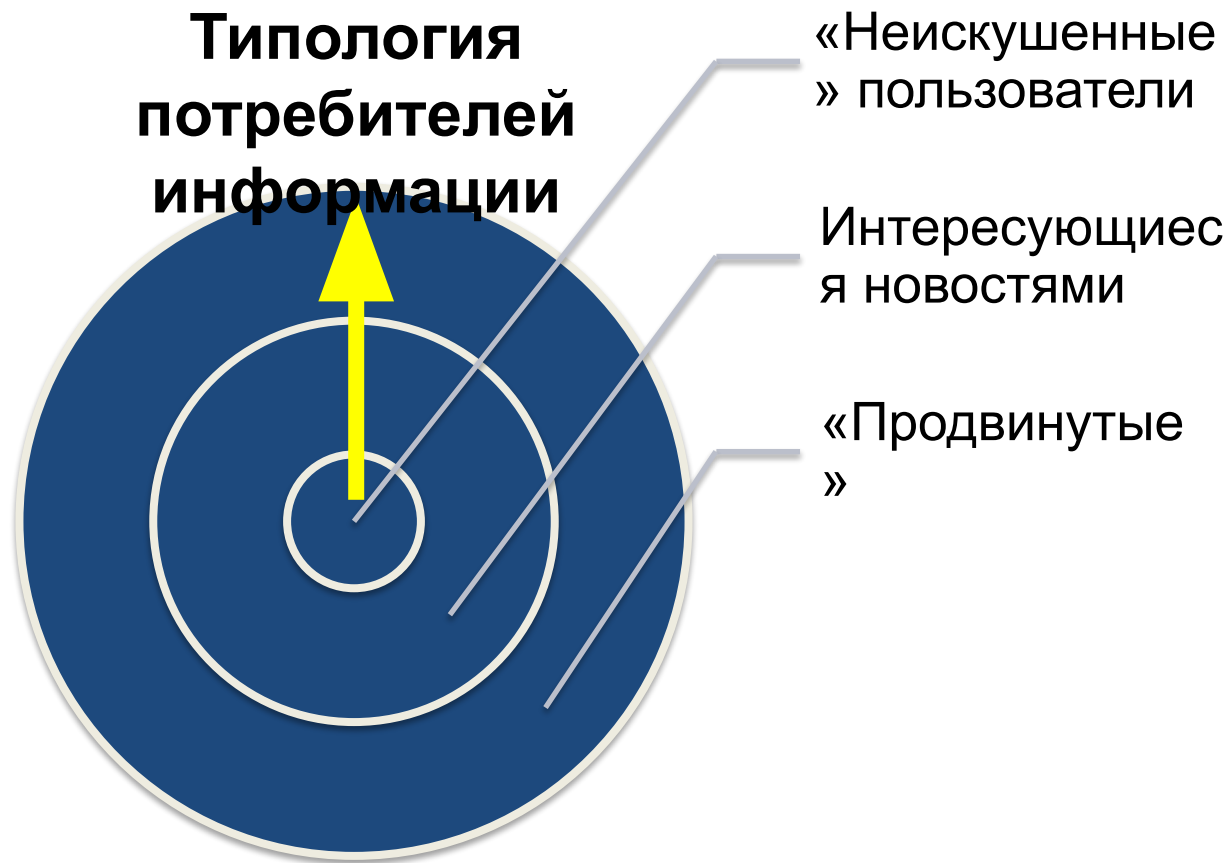


- Более информированная аудитория **не всегда значит** более оппозиционная

Одобрят деятельность...



- Модель потребления строится на **расширении** списка и используемых медиа разной направленности: от массовых каналов к нишевым.







## Особая роль телевидения

- Социальная структура общества способствуют созданию той формы, которую принимает медиасистема и которая, в свою очередь, влияет на условия работы медиакомпаний(МакКуэйл)
- Коммерческое ТВ становится выразителем мироощущения массового большинства и инструментом противостояния с «меньшинством меньшинства», входит в противоречие с общечеловеческими ценностями
- Глобализация и цифровизация изменили отношения с пространством и временем («мир ускорения и мгновенных взаимодействий», Верилио). За 20 лет «прямоэфирных» войн способность ужасаться войне у аудитории притупилась. У журналистов нового времени нет сформированных профессиональных установок на поиск формы, которая смогла бы оказать серьезное влияние на содержание.
- «Застрявшая экстремальность» (Гефтер) и «репрессивная телевизионность» , «создание контролирующей аудиторной массы» (Павловский)

# Выводы

- проблема неразделенной собственности между государством и бизнесом, владеющим медиа
- отсутствие в представлениях граждан связи между развитыми институтами, правами и свободой СМИ;
- комодификация “лояльности”, “серый” рынок (“джинса”, скрытая, в том числе, политическая реклама), отсутствие прозрачных договорных взаимоотношений работника, владельца медиа и редакционных стандартов, кодексов этики, отсутствие профсоюзов;
- практика обслуживания государственных и муниципальных органов (так называемый “договор информационного обслуживания”) СМИ и использование административного ресурса и других внерыночных факторов влияния на редакции;
- культура подчинения “свехбольшинству”, исторический страх преследований и запрета на профессию и связанный с этим эффект “спирали молчания” (Нозль-Нойман);
- профессиональный цинизм (“пипл хавает”), самоцензура, подмена политического выбора нравственным (“свои-чужие”, “патриоты – пятая колонна” и др);

# Дополнительные материалы:

- Качкаева А** : Журналистика и война, 1995; Правовое регулирование концентрации и прозрачности российских СМИ, 1999-2000; Российские информационные империи СМИ, 1998-2000 (архив РС); «Телевидение в РФ: организационная структура, производство программ и аудитория». Доклад для Европейской аудиовизуальной обсерватории 2003, 2006; Цифровое телерадиовещание: опыт перехода в России и мире , 2008;
- Статьи** : <http://www.ru-90.ru/node/1316> ; эфирные интервью в рамках программы “Смотрим телевизор” с людьми, определяющими лицо и стратегию отрасли (еженедельно в эфире Радио Свобода, 2001 – 2012
- Смеющаяся НЕреволюция: движение протеста и медиа (мифы, язык, символы) / Под общ. ред.: А. Г. Качкаева. М. : Фонд «Либеральная миссия», 2013.; Качкаева А. Г; [Кирия И. В.](#) Долгосрочные тенденции развития сектора массовых коммуникаций // Форсайт. 2012. Т. 6. № 4. С. 6-18.; Шкондин М. В., Засурский И. И., Рихтер А. Г., Вартанова Е. Л., Качкаева А. Г. Средства массовой информации России / Под общ. ред.: Я. Н. Засурский. М. : Аспект Пресс, 2011.; Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред.: А. Г. Качкаева.. М., 2010.; Качкаева А. Г. От имени общества // Искусство кино. 2010. № №7
- **Смирнов С. Медиа холдинги России: национальный опыт концентрации СМИ, М., 2014;**
  - **Медиасистема России, М., МГУ. 2015**



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Спасибо  
за внимание!