

С.В. ДУБОВИК

БЕЛТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ КАК ИНСТИТУТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Рассматриваются вопросы становления Белтелерадиокомпании, определения направлений дальнейшего развития телерадио-каналов. Анализируются пути совершенствования компании как института формирования общественного мнения. Показано, что доверие аудитории национальным аудиовизуальным СМИ в значительной степени зависит от журналистского мастерства.

In the article «Belteleradiocompany as an institute for forming public opinion» the questions of formation of the Belteleradiocompany and development of TV and radio channels are considered. Ways for improvement of the company as for forming public opinion are analyzed. It is asserted that audience trust level to the National audio-visual media is strongly dependent on journalist' professional level.

Электронные СМИ являются сегодня не только коммуникационным средством, но и главным инструментом идеологического воздействия. Информационное поле Беларуси, интегрированное в мировые информационные потоки, постоянно подвергается внешнему воздействию. Поэтому необходимо эффективно защищать идеологические интересы страны. Выбранный путь развития нашего государства предполагает и соответствующий инструментарий, в котором одно из важных мест занимает телерадиовещание.

В последние годы государство приняло эффективные меры по поддержке развития телевидения и радио в Беларуси. По состоянию на 1 июня 2011 г. в Министерстве информации зарегистрировано 216 теле- и радиопрограмм: 156 программ радиовещания и 60 – телевидения. В стране действует пять общенациональных каналов – «Первый канал», «Лад», «Общенациональное телевидение (ОНТ)», «Столичное телевидение (СТВ)», международный спутниковый телеканал «Беларусь-ТВ». Объем эфирного вещания пяти каналов Белорусского радио составляет 114 ч в сутки и распределяется следующим образом:

- Первый национальный канал – 24 ч;
- Радиостанция «Беларусь» – 26 ч;
- «Культура» – 20 ч;
- «Сталіца» – 20 ч;
- «Радиус-ФМ» – 24 ч.

Трансляционная сеть страны состоит из 24 многопрограммных телевизионных станций и 21 ретранслятора малой мощности, 5 из которых являются многопрограммными. Охват населения телевизионным сигналом составляет: программой «Первого канала» – 99,49 %, двумя программами, включая ОНТ, – 97,35 %, тремя программами, включая телеканал «Россия», – 80,58 %, четырьмя и более – 58,96 %. В последние годы предприняты усилия по повышению качества передающей сети и внедрению кабельных технологий передачи сигнала (см. Концепция 2006, 3). Эти меры направлены на увеличение количества телеканалов, удовлетворение растущих информационно-культурных запросов аудитории, создание вещательным организациям условий для творческой конкуренции.

В Беларуси определены основные направления дальнейшего развития телерадиовещания. В первую очередь это наиболее полно и правдиво информировать аудиторию о событиях в стране и за рубежом, просвещать зрителя, представлять его вниманию всесторонние развлекательные передачи (см. Концепция 2006, 11). Приоритетное развитие электронных СМИ по сравнению с другими в республике обусловлено также и внешними факторами. В условиях глобализации мировой политики и экономики значительно возрастает скорость слияния информационно-культурных потоков. Вследствие этого возникает проблема ассимиляции исторически сформировавшейся национально-государственной индивидуальности. Не последнюю роль в данном процессе играет постепенное продвижение ЕС и НАТО на Восток. Все это оказывает существенное влияние на характер и содержание новых международных вещательных стандартов, особенно на Европейском континенте. В связи с этим перед национальными электронными СМИ стоят следующие задачи.

1. Определить стратегические направления развития республиканского и регионального телерадиовещания страны с учетом освоения новейших технологий.

2. Систематизировать потенциал электронных СМИ по формированию национального самосознания, приумножению духовного и физического здоровья народа, его культурно-исторических традиций.

3. Намечить наиболее перспективные формы подачи информации о значимых достижениях Беларуси в политической, экономической и культурной жизни.

4. Выявить возможности улучшения подготовки творческих кадров для телерадиоиндустрии.

Белтелерадиокомпания, каналы ОНТ и СТВ определили стратегические цели, приоритетные направления деятельности своих коллективов и механизмы их реализации на ближайшую перспективу. Белтелерадиокомпания, например, как самая большая государственная вещательная организация, объединяющая в своей структуре три телевизионных и пять радиоканалов, региональные электронные СМИ, свою работу на ближайшие годы определяет как:

совершенствование вещательной политики телерадиоканалов и интернет-вещания, обновление и улучшение качества телерадиопродукции;

оптимализация технологии производства и выдачи в эфир программного продукта;

привлечение аудитории, развитие имиджа каналов вещания и компании в целом;

расширение доли рынка, оптимизация затрат;

повышение эффективности взаимовыгодного сотрудничества с телерадиокомпаниями России, стран ближнего и дальнего зарубежья, а также в рамках Европейского вещательного союза;

совершенствование правового обеспечения деятельности;

совершенствование организационной структуры, повышение эффективности командной работы и профессионализма кадров.

Стратегические цели Белтелерадиокомпании определяют *приоритетные направления деятельности структурных подразделений и механизмы их реализации.*

«Первый канал». Основная цель – создание новых циклов общественно-политических и социально-экономических программ, ориентированных на социальную ответственность, пропаганду общечеловеческих ценностей и национальных культурно-исторических традиций, охрану окружающей среды. Стержневым жанром канала остается информационный, что позволит реализовать основную задачу главного государственного телеканала. В первую очередь это:

- создание на конкурсной основе творческих групп по производству наиболее значимых телепроектов, проведение кастинга ведущих, формирование банка идей;

- определение победителей на основе конкурса, в первую очередь из числа штатных сотрудников компании, и принятие решения о реализации новых проектов;

- изменение норм загрузки штатных сотрудников продюсерского центра, который координирует работу всего телеканала;

¹ Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь (Белтелерадиокомпания) – крупнейший медиахолдинг страны. Главные принципы работы Белтелерадиокомпании – оперативность, актуальность, объективность, профессионализм, универсальность, эффективность. В структуру холдинга входят 3 телевизионных, 5 радиальных каналов, 5 областных телерадиокомпаний. Численный состав работников на 1 июня 2011 г. – 2142 чел. Из них 57 % – работники телевидения, 10 % – работники радио, 19 % – работники структурных подразделений, обеспечивающих деятельность Белтелерадиокомпании, 14 % – работники общих структурных подразделений телевидения и радио. В областных телерадиокомпаниях работают 580 сотрудников (72 % – работники телевидения и радио, 28 % – работники, обеспечивающие деятельность областных ТРК).

- создание дирекции молодежного вещания;
- создание дирекции общественно-политического вещания.

Телеканал «Лад». Выполняет ряд государственных программ по пропаганде белорусской культуры и искусства, здорового образа жизни, профилактике правонарушений, патриотическому воспитанию подрастающего поколения, экологической безопасности, а также программу «Дети Беларуси». Главными недостатками канала являются дублирование тематики «Первого канала», а также незначительное количество программ на белорусском языке.

Белтелерадиокомпания выработала пути совершенствования канала «Лад», устранения имеющихся упущений. В новом сезоне будут более жестко разделены тематические направленности вещания каналов, исключено дублирование и уточнены основные целевые группы их аудиторий. Кроме того, уже сегодня значительно увеличено количество программ на белорусском языке за счет, прежде всего, культурологической и детской составляющей вещания, разработки новых концепций и повышения творческого качества предлагаемых новых и ряда существующих программ. На «Ладе» пересмотрели содержание программного портфеля, уточнили сценарные разработки, технологические карты и составы временных творческих групп по ряду перспективных проектов.

Телеканал «Беларусь-ТВ». Главной задачей является расширение белорусского информационного присутствия за рубежом. Это формирование позитивного имиджа и укрепление авторитета Беларуси на международной арене; информационно-культурное обеспечение этнических белорусов, проживающих за пределами страны, поддержание их культурной самобытности и национальной самоидентичности; укрепление позитивного имиджа Белтелерадиокомпания на отечественном и зарубежном медиарынках; интегрирование телеканала «Беларусь-ТВ» в международное спутниковое информационное пространство посредством позиционирования и пакетирования.

Выработка механизмов реализации поставленных задач потребовала времени и материальных затрат. В результате достигнуто следующее:

- определены механизмы производства новостных, цикловых и тематических программ как собственно Белтелерадиокомпанией, так и сторонними организациями;
- внедрены системы автоматизации вещания и планирования эфира, создается отдельное структурное подразделение, обеспечивающее технологический процесс производства программ по безленточной технологии, автоматизированной выдачи их в эфир и цифрового архивирования;
- уточнены качественные параметры аудитории телеканала, его дальнейшее продвижение на медиарынке как в части расширения телесигнала и увеличения количества вещателей, так и увеличения аудитории телесмотрения.

В последнее время, несомненно, наблюдается положительная динамика развития телевизионных каналов Белтелерадиокомпания, которая выражается в увеличении объемов информационных и цикловых программ собственного производства, расширении жанрового тематического диапазона вещания. Стабилизация объема кинопоказа на уровне 22–35 % лицензионного кинопродукта высокого качества, содействие гармоничному развитию других сегментов вещания, в первую очередь информационных, позволили в 2010 г. получить существенное увеличение общего телесмотрения каналов Белтелерадиокомпания (см. Отчет 2008, 7).

Динамика развития компании за последние годы была бы значительно скромнее без достаточного финансирования творческих проектов и технического переоснащения телепроизводства. Белтелерадиокомпания – бюджетная организация, деятельность которой в основном финансируется за счет средств республиканского бюджета. В 2010 г., например, общий объем ассигнований составил 111,6 млрд руб. (см. Материалы 2008, 91). В структуре расходов компании основными статьями являются «Прочие текущие расходы» (более 29 % от общей суммы расходов) и «Оплата услуг связи» (26 %). За счет средств, выделяемых по первой статье расходов, осуществляется приобретение прав на трансляцию аудиовизуальных произведений, оплата услуг сторонних организаций, связанных с обеспечением деятельности компании (Там же, 71).

В течение последних лет прослеживается устойчивая закономерность в снижении доли бюджетных ассигнований в общем объеме затрат по обеспечению производственной деятельности. За 2010 г., например, бюджетные ассигнования составили 76,7 % в общем объеме затрат, что почти на 15 % меньше, чем в предыдущем году (Там же, 69).

Формирование пакета государственного заказа на создание качественного информационного продукта должно охватывать не только центральные телеканалы компании, но и распространяться на региональное телевидение. Проведенный в 2011 г. седьмой национальный телевизионный конкурс «Телевершина» показал, что в творческом отношении региональное телевидение существенно отстает от современных требований к профессиональному мастерству. Такое положение является следствием многолетнего отделения регионального телевидения от возможности выхода на общегосударственный экран. Региональные компании в силу переходного характера экономики страны больше коммерческие, чем информационно-культурные организации.

Жители регионов чрезвычайно заинтересованы в развитии регионального телевидения. Оно гораздо ближе к местным социальным проблемам, при их освещении способствует местным исполнительным и распорядительным органам власти активно привлекать граждан к решению важнейших вопросов по реализации государственных программ возрождения села, малых городов, пропаганде здорового образа жизни, воспитанию подрастающего поколения и т. д. Однако, чтобы такая тематика получила отражение на региональном экране, необходимы шаги по творческой и финансовой поддержке телевидения в регионах.

В текущем году государственный заказ, формирование которого осуществлялось местными органами власти на конкурсной основе, предоставил возможность региональным студиям полноценно включиться в информационно-культурный процесс.

Подъем качественного уровня регионального телевидения в перспективе обеспечит центральные каналы разнообразной и широкой информацией о жизни людей в стране. Именно недостаток такой информации в настоящее время является слабым звеном Белтелерадиокомпания. Сведения о регионах представлены в эфире недостаточно, телезрители почти не видят обычного человека, трудом которого производятся материальные и культурные ценности.

Как показывает мировой опыт, использование ресурсов местного телевидения – наиболее продуктивная форма охвата всех сегментов аудитории, особенно в том случае, когда ставится задача освещения общественно-политической, экономической и культурной жизни как центра, так и регионов.

Второй важнейшей составляющей работы Белтелерадиокомпания является **радиовещание**.

Характеристика сложившейся структуры белорусского радио включает содержательно-тематическую направленность, информационные, функциональные параметры. Среди многообразия вещателей следует выделить радиостанции универсального или общего характера, программы которых включают широкий спектр информационных, аналитических, общественно-политических, музыкальных, просветительских, развлекательных и других передач, предназначенных для всех категорий слушателей, включая молодежь и детей.

Объем эфирного вещания пяти каналов Белорусского радио, как уже отмечалось, составляет 114 ч в сутки. По сравнению с 2010 г. рост объемов вещания составил 9 ч за счет увеличения трансляции программ радиостанции «Беларусь» в диапазонах ФМ, КВ и СВ. По состоянию на 1 июня 2011 г. в стране насчитывалось 3 млн 305109 радиоточек (таблица).

Количество программ вещательного сезона 2010–2011 гг.

Название канала	Новые программы	Обновленные программы	Программы прошлого сезона	Всего программ
Первый национальный канал	20	32	68	120
Радиостанция «Беларусь»	29	5	120	154
Канал «Культура»	19	6	61	86
Радио «Сталіца»	5	3	33	41
Радиостанция «Радиус-ФМ»	11	24	–	35
Итого	84	70	282	436

Первый национальный канал белорусского радио имеет высокий рейтинг и потенциал доверия аудитории. Это многопрофильная радиостанция, на волнах которой звучат передачи различной тематики, жанров социально-демографической направленности и которая осуществляет полноценное информационное, информационно-аналитическое вещание, транслирует общественно-политические программы. В основе вещательной политики канала – массовость, доступность, большой объем информации, оперативность, актуальность. Он имеет имидж авторитетного и высокопрофессионального СМИ.

Основными задачами Первого национального канала Белорусского радио являются прежде всего освещение государственной внутренней и внешней политики Беларуси, производство оригинального информационного продукта, освоение информационного пространства зарубежных стран (рис. 1).

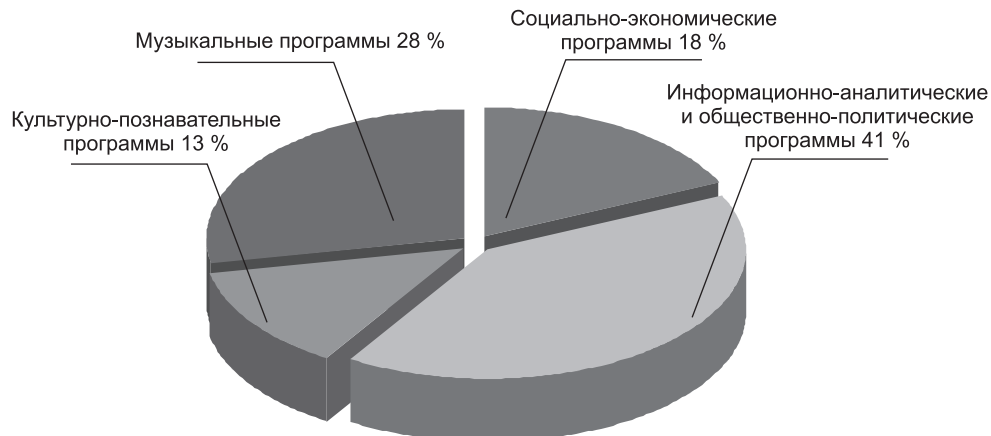


Рис. 1. Жанровая структура Первого национального канала Белорусского радио

Для реализации концепции канала радиожурналисты работают по следующим направлениям:

- в рамках белорусско-российского сотрудничества разрабатываются и реализуются совместные социально значимые проекты, разносторонний обмен радиопрограммами различных жанров, архивными материалами;
- реализуются совместные проекты со странами-участниками СНГ: тематические радиополитики, радиопереклички, проводится информационный обмен;
- формирование сетки вещания происходит на принципах контрпрограммирования по отношению к отечественным и зарубежным станциям, вещающим в аналоговом формате, с учетом государственных задач, сезонных медиапоказателей и тенденций на радиовещательном рынке;
- проведение промо-мероприятий с использованием собственного вещательного ресурса и различных форм рекламной деятельности;
- широкое использование сети Интернет.

В 2010 г. Институтом социологии НАН Беларуси и ООО «Зеркало-инфо» проведен ряд социологических исследований аудитории Белорусского радио. Результаты подтвердили, что самыми популярными радиостанциями в стране по значению показателя предпочтения являются Первый национальный канал и радиостанция «Радиус-ФМ» (см. Изучение 2010, 10) (рис. 2).

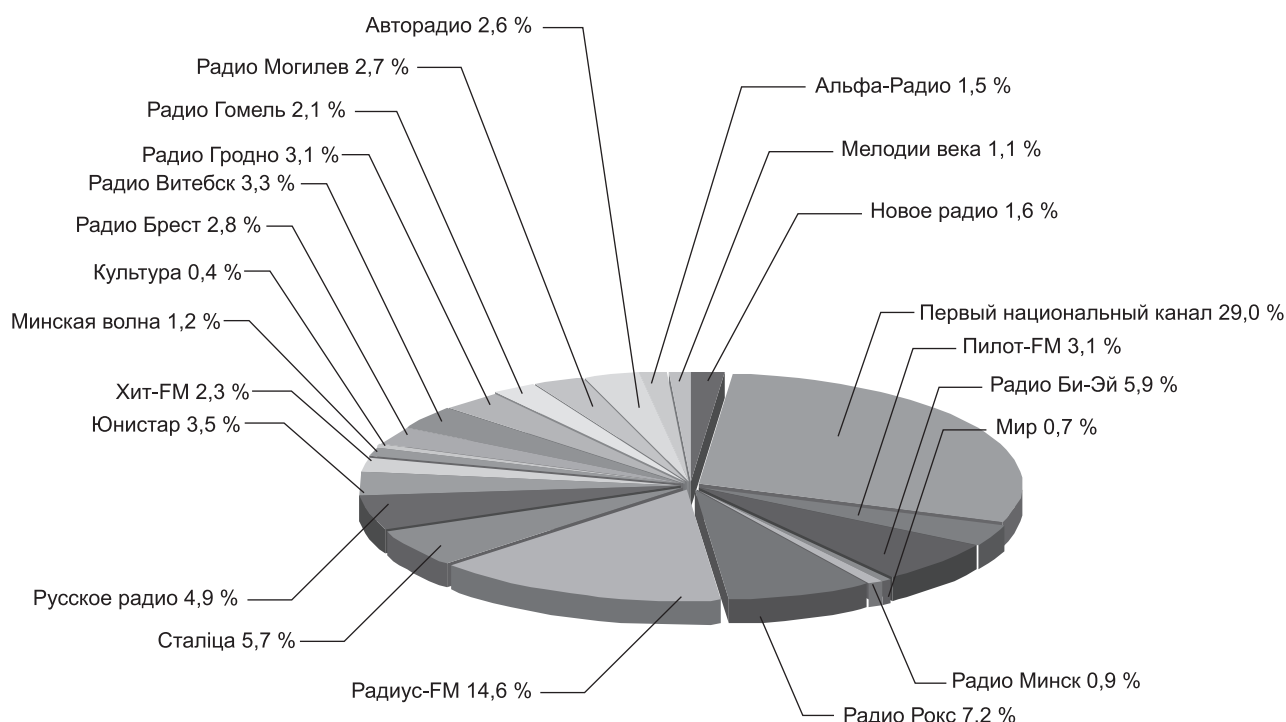


Рис. 2. Основные радиостанции Республики Беларусь

В 2011 г. с учетом результатов исследований на Первом национальном канале радио была изменена верстка блока вещания с 8.00 до 12.00 за счет размещения общественно-политических и социально-экономических программ в сочетании с тематическими музыкальными проектами, внесены изменения в сетки выходных дней.

Радиостанция «Беларусь». В 2011 г. объем эфирного вещания увеличился на 9 ч в сутки в ФМ-, СВ- и КВ-диапазонах. В настоящее время радиостанция вещает в эфире 16 ч в сутки и обеспечивает 10 ч англоязычного интернет-вещания в режиме реального времени (всего 26 ч).

Канал «Культура». Вещательная политика канала направлена на пропаганду культурного наследия белорусского народа. Эфир радиостанции полностью посвящен национальной и национальной культурной тематике (рис. 3).

Такие радиостанции есть во всех развитых странах, что ставит отечественное радиовещание на один уровень с лучшими международными аналогами.

Радио «Сталица». Распространяется в УКВ-диапазоне, а также на Первом национальном канале на территории Минска и Минской области по проводной сети. Свою вещательную политику радиостанция определяет как формирование позитивного восприятия гражданами процесса социально-экономического развития страны. С 2010 г. здесь выходят новые общественно-политические программы «Точка отсчета» и «Социальный вектор». Темы адресной социальной поддержки населения, упорядочения предпринимательства, состояния строительного комплекса, решения жилищных вопросов и другие обсуждаются в эфире с участием специалистов и жителей республики.



Рис. 3. Сетка вещания Белорусского радио

«Радиус-ФМ». Распространяется в ФМ-диапазоне на территории Беларуси. В 2011 г. полностью обновлена сетка вещания, появились новые проекты – «Деловой понедельник» (информационная программа, освещающая законодательство республики), программа социальной направленности «Большие города», программы по экономике «Делу время», «Первый рубль». В программе «Милицейская волна» совместно с пресс-службой МВД освещаются основные направления деятельности правоохранительных органов.

Таким образом, Белорусское радио как составная часть Белтелерадиокомпании является важнейшим инструментом проведения государственной политики в стране и самым доступным средством массовой информации. Во-первых, эфирный спектр, который может быть использован под вещание радиостанций, достаточно широк. Это длинные, средние и ультракороткие волны. Они рассчитаны на различные аудитории и регионы. Во-вторых, стоимость радиоборудования по сравнению с телевизионным или газетным относительно невелика. В-третьих, требуются небольшие штаты творческих и технических работников. Вместе с тем в финансовом плане при относительно небольших затратах радио, как правило, достаточно эффективно и окупаемо. Для него открыты самые разнообразные информационные ниши – от общенациональных до городских и поселковых.

В структуре электронных СМИ Беларуси Белтелерадиокомпания занимает особое место. Из ее студий вышли практически все ведущие телерадиожурналисты страны, на базе компании формировались ОНТ и СТВ. Потому закономерно, что здесь проходят апробацию самые новейшие коммуникационные технологии, формируются основные принципы вещательной политики государства. Отсюда то, что профессиональное мастерство журналистов, работающих в кадре и перед микрофоном, постоянно растет. Сегодня программы Белорусского телевидения и радио на равных конкурируют с ведущими вещателями ближнего и дальнего зарубежья, а главная задача, стоящая перед компанией, – всестороннее информирование граждан о преобразованиях в стране – выполняется успешно.

ЛИТЕРАТУРА

- Изучение аудитории Первого национального канала Белорусского радио. Мн., 2010.
 Концепция развития телерадиовещания в Республике Беларусь. Мн., 2006.
 Материалы коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2010 году. Мн., 2008.
 Отчет Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь за 2010 год. Мн., 2008.

Поступила в редакцию 19.05.11.

Сергей Валентинович Дубовик – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и методологии журналистики. Автор более 80 научных и научно-методических работ, в том числе 2 монографий и 2 учебников по вопросам трансформации национальных средств массовой информации независимой Беларуси, деятельности печатных и электронных изданий СНГ и Союзного государства Беларуси и России.