

танцуюць у калясках. Праўда, звычайна адбываецца гэта ўсё ў абмежаваным асяродку. Таму было вырашана зрабіць фестываль інклюзіўным. У адной канцэртнай праграме прысутнічалі творчыя нумары нашых пастаянных герояў і падапечных грамадскай арганізацыі.

2016-ты год быў годам Культуры, канал «Культура» пачынаў рыхтавацца да свайго 15-годдзя, да таго ж адзначаліся юбілеі класікаў беларускай літаратуры Кандрата Крапівы і Максіма Багдановіча – гэта паспрыяла таму, каб аб’явіць другі адкрыты радыёконкурс юных чытальнікаў «Паэтычны ветразь – 2». Акрамя адпрацаванай схемы першага вопыту, было арганізавана слухацкае галасаванне на ўласным сайце канала. Так скарыстоўваліся новыя тэхнічныя магчымасці.

Эфіры і праекты «Мэры Попінс» варта згадаць і ў прафарыентацыйнай рабоце са школьнікамі. Гэта не толькі тэматычная штотыднёвая рубрыка «*Будзь профі*», якая падказвала, дзе і як атрымаць тую ці іншую прафесію, як зрабіць правільны выбар, знаёміла з прафесіяналамі і студэнтамі, але і «*Дыскусійны клуб*» для старшакласнікаў. Праект выходзіў раз на месяц, рыхтавалі і вялі яго выхаванцы Дзіцяча-юнацкай тэлестудыі Мінскага дзяржаўнага палаца дзяцей і моладзі. Гэта была ўнікальная магчымасць адчуць прафесію журналіста на смак і зрабіць у ёй першыя крокі яшчэ да паступлення на факультэт журналістыкі БДУ. У эфіры часта гучалі рэпартажы і апытанні, падрыхтаваныя юнымі карэспандэнтамі.

Увогуле, праграма «Мэры Попінс» была той пляцоўкай, дзе можна было атрымаць новыя веды і навыкі, знайсці сяброў і аднадумцаў, творча самарэалізавацца.

## **КОНЦЕПЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РАДИОКАНАЛА «КУЛЬТУРА»**

**А. С. Давыдик, Е. С. Пушнегина**

*Белорусский государственный университет*

Современное общество насыщено информационными потоками и разнообразными каналами коммуникации. Потому в современной рыночной экономике наиболее актуальной является сегментация рынка и определение концепции вещания для радиостанции.

**Концепция** – ведущий замысел, конструктивный принцип, определяющий стратегию действий [2, с. 83]. Концепция станции проявляется на двух уровнях: рекламном (стратегия) и эфирном (тактическом). В нашей работе мы уделяем внимание второму уровню – эфирному вещанию, в котором проявляется программное позиционирование концепции станции.

В современных условиях рыночной экономики радио «Культура» занимает особое место в отечественном медиапространстве. Будучи специализированной (тематической) радиостанцией, редакция находится в более сложных условиях для продвижения на рынке. Однако будучи государственной станцией «Культура» имеет финансовую поддержку и может выстраивать программную сетку вещания без апелляции (обращения) к рекламодателю.

С другой стороны, узкая специализация и умеренный темпоритм вещания создают трудности в наращивании аудитории, особенно в конкуренции с развлекательными, молодежными и ретро радиостанциями, активизировавшимися на рынке в последние несколько лет. Это вынуждает исследователей и практиков обращать более пристальное внимание на специализированные медиа, для выявления их сильных и слабых сторон, как в продвижении, так и в программировании программной сетки вещания.

**Концепция вещания и позиционирования.** Наиболее актуальным и подходящим для радиоканала «Культура» является формат «Классика» (**Classical**). Передача классической музыки восходит ко времени основания радио как средства массовой информации. В конце 30-х гг. WQXR-AM, в Нью-Йорке, в качестве первой радиостанции в США начала выпускать свою программу исключительно с классической музыкой и таким образом стала родоначальницей формата.

**Формат радиостанции** – это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории [1, с. 60].

**Концепция позиционирования** радиоканала «Культура» зародилась в 2001 году, когда открылась радиостанция. А 1 января 2002 года в эфире впервые прозвучали позывные канала «Культура». Идея канала «Культура», как отмечается на официальном сайте, –

обеспечить контентом образованного, любопытного, духовно богатого слушателя.

**Современная концепция**, можно сказать, не претерпела изменений. Редакция позиционирует радиостанцию как познавательную по оформлению и настроению, глубокую по оглавлению, современную по формам подачи материала.

**Портрет целевой аудитории** – обширный, в концепции он обозначается как: «от полеводов и рабочих до академиков и мастеров искусств» [3]. Его важное отличие от классического построения заключается в отсутствии акцента на возрасте и социально-демографическом статусе слушателя. Это, по нашему мнению, обусловлено двумя факторами: 1) специализация радиоканала, 2) бюджетное финансирование. Аргументом выступает программное наполнение эфира: помимо программ на взрослого слушателя в эфире присутствуют детские программы, детские конкурсы, а также специальные проекты, рассчитанные на интерактив и привлечение детской аудитории.

Далее, радиоканал описывает своего слушателя как осведомленного в вопросах истории, литературы и искусства, а также нелюбящего скучные программы. Объединяет всех этих разных по возрасту, образованности и жизненному опыту людей интерес к истории и культуре родной страны и мира, любовь к высокому художественному слову и классической музыке, аналитический подход к явлениям и событиям в жизни, литературе и искусстве.

Однако заметим, что станция не является динамичной по темпору, потому вопрос удержания внимания слушателя актуален не для формы программ, а для их содержания.

**Структура программной сетки вещания.** В своей работе радиоканал «Культура» использует такой подход к программированию, который нельзя однозначно назвать активным или пассивным. Присутствуют признаки как первого, так и второго. Эфир дня содержит достаточно много выпусков музыкальных программ, также есть постоянные выпуски новостей культуры и зарубежья [4].

**Структура плей-листа** имеет следующий принцип: с 06:00 до 10.00 утра – утренний прайм-тайм, с 10.00–11.00 утра до 15.00–16.00 дня – в эфир выходят различные по тематике передачи, с 15.00–17.00 до 23.00 – вечерний прайм-тайм. Начало каждого часа отме-

чено позывными и сигналом точного времени. В эфире радиоканала «Культура» доминирующее положение занимают музыкальные, информационно-развлекательные, аналитические и художественные программы. Классические информационные представлены лишь выпусками новостей.

**Выпуск новостей** – основная форма информационного вещания. Обычно информационный выпуск занимает 5–15 минут. В каждом выпуске звучит значительное число сюжетов, содержательных сообщений и по форме, и по содержанию.

Традиционный для отечественных радиостанций блок новостей в эфире радиоканала «Культура» является специализированным (тематическим) выпуском. В программной сетке вещания периодичность выпусков в сутки составляет каждые 2 часа и является постоянным блоком, т.е. выпуски новостей выходят каждый день в одно и то же время в начале часа, что, очевидно, является преимуществом. Такой метод размещения новостного блока – в начале часа – является классическим и за долгое время работы, в том числе других радиостанций, является привычным для слушателей.

Первый выпуск новостей в сетке значит в 6:05 утра и далее выходит каждые 2 часа, с единственной разницей: последующие выпуски стартуют ровно в начале часа. Это обусловлено концепцией государственной радиостанции – в начале утреннего вещания (сегмент эфира) первым идет государственный гимн, что, очевидно, сдвигает утренний выход.

**Верстка выпуска** имеет уникальную концепцию по сравнению с другими радиостанциями: пирамидальный метод (метод пирамиды) акцентируется не на тематике новости (экономика, политика), а на географическом положении: первыми идут новости Минска, далее – региональные, последними, но необязательными (вариативными по наличию) могут быть анонсы мероприятий с комментарием организаторов.

Такая структура новостей, по нашему мнению, обусловлена двумя объективными факторами: 1) в Минске происходит гораздо больше масштабных культурных событий, которые по степени важности, в основном, перекрывают региональные; 2) редакция радиоканала размещается в Минске, что удобно для журналистов, корреспондентов для оперативного получения комментариев и интервью.

### **Библиографические ссылки**

1. Герасименко, А. С. Радио в сети Internet и подкастинг: Создание собственного подкастинга и радиостанции в сети Internet / А. С. Герасименко. – М.: Триумф, 2007. – 176 с.
2. Кузнецов, Г. В. Ток-шоу: неизвестный жанр. Так работают журналисты телевидения. / Под ред. Г. В. Кузнецова. – Москва, 2004. – 145 с.
3. Радиоканал «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tvr.by/radio/kanal-kultura/>. – Дата доступа: 01.06.2021.
4. Программы радиоканала «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://radiokultura.by/ru/program>. – Дата доступа: 03.06.2021.

### **АСАБЛІВАСЦІ ДЗІЦЯЧАГА ВЯШЧАННЯ НА КАНАЛЕ «КУЛЬТУРА»**

**В. А. Зразікава**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

Сёння дзіцячая радыёжурналістыка рэдка трапляе ў поле зроку беларускіх даследчыкаў, хаця і з'яўляецца неад'емнай часткай сучаснага культурнага жыцця краіны, важным аспектам айчынай медыяадукацыі. У параўнанні з папярэднім (савецкім) перыядам значна скараціліся аб'ём і разнастайнасць такіх перадач. У час камерцыялізацыі і манетызацыі СМІ яны адышлі на другі план праз сваю некамерцыйную скіраванасць і ператварыліся ў незаслужана забыты канал камунікацыі.

Нягледзячы на гэта, дзіцячае радыёвяшчанне паступова развіваецца і ўдасканальваецца, што патрабуе падтрымкі з боку дзяржавы і грамадскасці. У адрозненне ад расійскіх СМІ, дзе існуюць розныя па тэматыцы і мэтавай аўдыторыі спецыялізаваныя радыёстанцыі для дзяцей і падлеткаў («Детское радио», «Радио KIDS FM», «KIDS HITS», «ANNA. FM», «ТМ-Радио», «Baby FM», «Радио Гамаюн», «MolodFM: Молодежное радио»), беларускае дзіцячае радыёвяшчанне выступае як дадатковы элемент да асноўнага эфірнага кантэнту асобных радыёстанцый.