

К ХАРАКТЕРИСТИКЕ БЕЛОРУССКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ

Ключевые понятия, характеризующие содержание творческих процессов в национальном телевидении 1956–2000-х гг., – *становление, подражание, отрицание*. Наиболее ярко данные характеристики проявились в документальном сегменте, в первую очередь в информационных телепрограммах.

Становление информационного вещания на БТ в 1956–1970-х гг. осуществлялось в условиях ограниченного творческо-технического ресурса. Ведущие новостные передачи этого периода («Последние известия» – «Телевизионные новости» – «Панорама новостей» – «Панорама») развивали традиции безличной коммуникации по образцу общесоюзной информационной программы «Время». Творческая стратегия БТ не предусматривала в этот период выработку собственной, отличной от Центрального телевидения, модели информационного вещания. Подражание новостным выпускам ЦТ не воспринималось как свидетельство творческой несостоятельности БТ и расценивалось как убедительное свидетельство преемственности лучших традиций советской тележурналистики.

1980-е гг., период становления самостоятельной телепрограммы, выдвигают перед творческим коллективом БТ качественно новые стратеги-

ческие задачи. Функционирование национального информационного телевидения в этот период характеризуется не только значительным увеличением объемов, но и стремлением к повышению эффективности. В частности, практикуется учет и анализ действенности критических выступлений «Панорамы». В контексте «Панорамы» появляется еженедельная рубрика «Субботний репортаж», отрицающая безличность информационной программы: репортеры редакции информации получают возможность проявить в этой рубрике творческую индивидуальность. Преимущества персонализированной информации демонстрирует и «Минский вестник», аналогов которому не было на ЦТ. Еженедельные выпуски «МВ» ведут не дикторы, а сами тележурналисты, проявляя творческую изобретательность. До середины 1980-х гг. на производство «МВ» практически не выделялась киноплёнка, и репортеры воссоздавали информационную картину жизни Минска и столичного региона, организуя в студийном павильоне выставки товаров народного потребления, демонстрируя новые модели одежды и т. д. Подражая ЦТ, белорусские тележурналисты тяготели в информационных выпусках к интерпретации фактов и событий повседневной жизни.

В 1990-е гг., с обретением Республикой Беларусь государственного суверенитета, начинается качественно новый этап развития национального информационного вещания, целью которого становится достижение высокого европейского уровня, интеграция в межгосударственное, межнациональное информационное пространство. Творческие инновации этого периода предстают как результат *подражания* мировым, в первую очередь, российским, аналогам (обновленная «Панорама», «Деловая жизнь», «Зона Х» и т. д.), так и *отрицания* традиций, в недрах которых эти инновации зарождались.

Так, информационная программа «НИКа» (1991–1994 гг.) продуцировала отрицание организационно-творческих подходов «Панорамы» и других новостных передач БТ. Из отрицания негативного опыта «Панорамы» 1980–1990-х гг. в известной степени исходили и создатели информационных выпусков «24 часа» (СТВ), «Наши новости» (ОНТ).

Существенное обновление в 1995–2000-х гг. кадрового состава национального телевидения породило качественно иной тип отрицания, проявившийся в принципиальном отказе от традиций отечественной тележурналистики как таковых. Стремительное омоложение кадрового потенциала, резкая смена поколений способствовали распространению на белорусских телеканалах психологии «чистого листа», проявлением кото-

рой стало невольное подражание национального телевидения *себе самой* – копирование ранее существовавших на БТ информационно-символических конструкций.

Так, ряд инноваций АТН 1990-х гг. («АТН-диалоги», «АТН-власть», «АТН-экспертиза», «Тема дня», «Событие») представляли собой по форме и содержанию эфирные «клоны» телепередач республиканской группы комментаторов, организованной в самом начале 1980 г.: «Наш комментарий», «Факты и мнения», «Четверг у комментаторов». Однако в 1970–1980-х гг. статус телекомментатора предполагал житейскую мудрость, гражданскую зрелость, самостоятельность и независимость суждений, в то время как современное национальное телевидение, отрицая данные характеристики, нередко выдвигает в качестве первостепенных лишь молодость и амбициозность творческого субъекта.

Анна Павлова

Институт социологии НАН Беларуси

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕЛЕАУДИТОРИИ МОГИЛЕВЩИНЫ

Одним из наиболее распространенных направлений в исследовании массовой коммуникации является изучение массовой аудитории СМИ. Популярность подобных исследований объясняется необходимостью получения достоверных знаний о предпочтениях телезрителей и их роли в формировании общественного мнения.

Широкий охват аудитории, попадающей под информационное воздействие СМИ, в очередной раз подтвердился в ходе социологического опроса, проведенного могилевскими социологами летом 2007 года. В состав выборочной совокупности было включено 686 человек, отобранных по квотно-пропорциональной выборке в областном центре и еще пяти районах Могилевской области, исследование проводилось методом анонимного анкетирования.

Среди жителей Могилевщины, наиболее популярными источниками информации являются: телевидение (89,9 %); периодические издания (43,4 %); радио (34,3 %); Интернет (7,0 %). Популярность телевидения среди прочих СМИ, по данным ряда опросов, в том числе и могилевских социологов, остается неоспоримой на протяжении многих лет. Популярность объясняется такими его преимуществами как: массовость, доступность,