

роятности того, что руководство средств массовой информации вспомнит о функциях журналистики. Сократить злодеяния, отучить людей быть жестокими в силах самого телевидения. Достаточно только уменьшить поток насилия, транслируемого с телеэкранов.

**Анна Курейчик**

*Белорусский государственный университет*

### **ПОЛИФОРМАТНОСТЬ БЕЛОРУССКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?**

Из всего спектра форматов сегодня белорусские вещатели отдают предпочтение исключительно музыкальным (выбирая лишь 2-3 из десятка существующих и апробированных). Форматы News и Talk лишь фрагментарно представлены в сетке вещания отдельных станций. Тогда как в Москве насчитывается 15 News/Talk радиостанций (что составляет 27% от общего числа в FM-диапазоне российской столицы). Можно ли говорить о полиформатности белорусского радиовещания в настоящем? Или в будущем?

Формирование и развитие белорусского FM-вещания происходило в несколько этапов в различных социально-экономических условиях, а также в рамках корректирующегося законодательства в сфере СМИ. Опосредованно влияние на данный процесс оказывало развитие радиовещания в соседних странах и регионах. Таким образом, лишь комплексный анализ ситуации позволяет сделать вывод о реальном положении дел и возможных перспективах.

Сегодня в Минске в FM-диапазоне вещает 16 радиостанций, 14 из которых можно отнести к форматным радио. 10 из них на сайтах радиостанции заявляют, а в эфире поддерживают в чистом или компилятивном виде два музыкальных формата – AC и CHR, что позволяет говорить о безусловном доминировании данных форматов в минском FM-диапазоне. Следование одному (или двум схожим) формату подразумевает адресацию вещания одной и той же целевой группе, идентичную сетку вещания

и музыкальный материал. Фактически, одна и та же целевая группа делится между 10 радиостанциями. При этом в качестве целевой группы с незначительными вариациями заявлен «слушатель от 25 до 49 лет, имеющий активную жизненную позицию, средний и выше среднего доход, высшее образование, машину». Очевидно, что такого слушателя интересует не только музыка, но и информация, а она на музыкальных радиостанциях носит второстепенный характер.

Минские FM-радиостанции предпринимали попытки усиления информационной составляющей эфира. В свое время это делали радио «Мир», «Радио Минск», «Радиус-ФМ», но все они были признаны неуспешными. Свидетельствует ли это о том, что в Беларуси (в Минске в частности) попросту не востребовано информационно-разговорное радио? Скорее это свидетельствует о просчетах в организации эфира и выборе времени появления подобного продукта.

Первой радиостанцией формата News/Talk в России стало «Эхо Москвы», которое до сих пор удерживает лидерские позиции в рейтинге, а к тому же практически независимо от владельцев и учредителей, т.к. является коммерчески успешным медиаресурсом. Создавалась концепция вещания фактически пятью энтузиастами, которые просто очень любили свою работу. Поэтому сетования, что для создания и открытия News/Talk радио необходим большой кадровый ресурс, скорее отражают пожелания, нежели необходимость. Следовательно, кадровый потенциал современной белорусской радиожурналистики вполне может породить информационно-разговорное радио. Тем более, что развитие современной техники позволяет решать множество проблем, которые стояли ранее перед журналистами: программы голосового обмена сообщениями, мобильные телефоны, мобильный Интернет, ноутбуки, высокое качество звукозаписывающей аппаратуры и все возрастающие возможности звуковых редакторов более не требуют обязательного присутствия гостя в студии и часов на производство репортажа. То, что раньше успевала целая редакция информации за день, вполне могут осилить 1-2 человека, надлежащим образом обученных и экипированных.

Второй тезис, который фигурирует в среде вещателей: News/Talk – это дорого. Но подавляющее большинство из 15 подобных радиостанций в Москве появилось именно за два последних года, когда Россия пребывала в состоянии кризиса. Именно экономическая нестабильность делает важную и интересную информацию тем товаром, на который есть повышенный спрос у аудитории. Курсы валют, цены на товары и услуги, анализ и прогнозы – все это важнее для аудитории, чем новая песня любимого исполнителя. Все лето 2011 года многие в своих действиях руководствовались слухами и искусственно создаваемыми прогнозами, т.к. не хватало надежной, интересной и полезной информации, а также ее интерпретации. Если о событиях и фактах в эфире сообщают, то каково значение новости для аудитории, каковы будут последствия принятия того или иного решения руководством страны, остается только домысливать. Возможно, появившись информационно-разговорное радио в вещательном сезоне 2011–2012 года, оно стало бы самым популярным каналом.

Еще один сдерживающий фактор – мнимое отсутствие информационного контента для News/Talk радио. Блоггерство и процветающие социальные сети доказали: источниками информации могут и должны быть не только традиционные (документы, информационные агентства, другие СМИ и т.д.), но и сами потребители новостей. К тому же именно разговорная составляющая, дискуссионные жанры, привлечение к созданию эфира слушателей посредством интерактива позволит заполнить эфир действительно полезными и понятными сообщениями.

К сожалению, сегодня приходится констатировать, что полиформатность белорусского FM-вещания проявляется лишь в некоторых музыкальных отличиях четырех из 14 радиостанций. Тем не менее предпосылки и возможности для создания радиостанции принципиально нового для Беларуси формата есть.