

региональной прессе, как в зеркале, отражается именно лицо провинциальной культуры, не культуры.

Библиографические ссылки

1. *Красовская Е. В.* Роль региональных СМИ в формировании современного социокультурного пространства // Журналистика и СМИ. София, 2018. № 1. С. 80–86.
2. *Саенкова Л. П.* Необходима ли тема культуры в региональной прессе? (на прикладзе раённых выданняў Гродзенскай вобласці) // Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы. Матэрыялы Рэспубліканскай навуковай-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. Мінск, 2006. С. 80–84.
3. *Орлова Т.* От информационной к просветительской функции в освещении культуры региональными СМИ // Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы. Матэрыялы Рэспубліканскай навуковай-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш. Мінск, 2006. С. 10–13.
4. *Шпенглер О.* Закат Европы: Очерки морфологии мировой истории. Т. 2. Всемирно-исторические перспективы. Минск. ООО «Попурри», 1999. 720 с.

РЕГИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ (на примере работы телерадиовещательного канала «Гродно плюс»)

С. Г. Мазайло

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
radiohit@tut.by,*

*научный руководитель – О. М. Самусевич,
кандидат филологических наук, доцент*

В материале поднимаются проблемы эффективного развития городских и районных студий телевидения. Особое внимание уделяется вопросам тематических приоритетов программ в регионах. Проанализирован опыт России и предложены пути усовершенствования работы регионального телевидения в современных условиях.

Ключевые слова: региональное телевидение; региональные СМИ; кадровая политика; распространение сигнала; тематические приоритеты.

REGIONAL TELEVISION: PROBLEMS AT WORK (on the example of the work of the TV and radio broadcasting channel «Grodno Plus»)

S. G. Mazaylo

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: S. G.Mazaylo (radiohit@tut.by),*

*scientific supervisor – O. M. Samusevich,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor*

The article raises the problem of effective development of city and regional television studios. Special attention is paid to the issues of thematic priorities of the programs in the regions. The experience of Russia is analyzed and the ways of improving the work of regional television in modern conditions are proposed.

Key words: regional television; regional media; personnel policy; signal distribution; thematic priorities.

Региональное телевидение, представленное городскими или районными телекомпаниями, существенно отличается как от областных студий, так и от республиканских телеканалов. Отличия наблюдаются и в техническом оснащении, и в кадровом обеспечении, и в тематических приоритетах.

В связи с переходом на цифровое вещание первой проблемой в регионах стало распространение сигнала телекомпаний. В кабельных сетях местных операторов сразу после пакета общедоступных каналов у телеканалов имеется собственная частота. Однако с республиканскими операторами (например, сеть Zala либо Zala Smart) приходится договариваться на коммерческих условиях. Городские и районные телеканалы при этом не попадают даже в первую сотню списка. Так, в Гродненской области телеканал «ЛидаТВ» на 111-й кнопке, а телеканал «Гродно Плюс» на 112-й. Решением данной проблемы пока никто не занимается, в то время как в России все определено на федеральном уровне: в региональных мультиплексах 21-я и 22-я кнопки отданы под региональные телеканалы. Свой сигнал телеканалы распространяют там бесплатно [1].

Вторая проблема – кадровое обеспечение. Штат региональных телекомпаний редко превышает 15 человек. Часто в одной организации сразу две редакции – телевидения и радио. Из-за региональной специфики

работникам приходится выполнять одновременно несколько функций: быть и корреспондентом, и ведущим, а порой и монтажером. Такое совмещение не дает возможности кадрам развиваться профессионально, совершенствовать свои уникальные компетенции. Многие не обладают практическими умениями, не работали на больших телеканалах, приходят на работу только с теоретическими знаниями. Да и найти на работу кадры с профильным образованием в регионах сложно. Студенты предпочитают закрепиться в столице. В данном случае исключение составляет Гродно. На телеканале «Гродно Плюс» открыт филиал кафедры журналистики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Студенты получают тут все необходимые практические навыки для дальнейшей работы. Это позволяет уже с первого курса готовить себе необходимых специалистов. Схожее положение и на региональных телеканалах России. Если в городе нет учебного заведения с профильным образованием, журналистов приходится искать среди выпускников филологических факультетов [2].

Следующая проблема – тематика программ. Из-за скудности инфоповодов даже выпуски региональных новостей (исходя из рейтингов самые популярные программы) становятся неинтересными зрителям. К тому же производство большинства программ у небольших телекомпаний финансируется из городского или районного бюджета. Это откладывает отпечаток на тематике. Местные власти просят больше информации о мероприятиях, которые они проводят. В итоге выпуски новостей превращаются в отчеты о работе местных властей. При этом, если в регионе появился инфоповод республиканского уровня, а на съёмках присутствуют группы больших телеканалов, рейтинги сюжетов по этой теме у региональных студий в интернете (количество просмотров на YouTube) выше в разы. К примеру, новость «В Гродно открыли теннисный центр» на YouTube-канале «Гродно Плюс» – 4 171 просмотр, ОНТ – 4 063 просмотра (новость не была «запопшена» отдельно, это количество просмотров всего выпуска), Беларусь 4 Гродно – 122 просмотра, СТБ – 50 просмотров. В то время как рейтинг продукта всего телеканала за сутки гораздо ниже. Если взять за основу данные Media Metrix по Гродненской области в системе Zala, то самыми рейтинговыми программами телеканала «Гродно Плюс» являются прямые трансляции из костела (до 10 процентов всех абонентов Zala области), выпуски новостей и криминальные сводки (до 5 процентов) и кулинарная программа (до 2 процентов), в целом за сутки чуть менее одного процента от всех абонентов Zala Гродненской области. Конечно, как мы уже отмечали,

эти цифры были бы выше, если бы телеканал располагался в списке сразу за общедоступным пакетом.

Еще один важный момент при тематическом планировании. Исходя из опыта республиканских телеканалов и тестовых прямых эфиров с представителями власти, востребованными у телезрителя являются аналитические программы и программы, позволяющие получить ответы на личные вопросы и решить собственные проблемы. Программы последнего типа для региональных телеканалов создать (например, раз в месяц в определенное время) не представляет труда. Однако подготовить к эфиру аналитическую программу на злободневную в обществе тему сложно. Здесь причин может быть несколько. Часто это отсутствие должного журналистского опыта, а порой и боязнь самих редакций – маленький город, все друг друга знают, да и просто нет авторитетных экспертов. На создание аналитических программ региональным телеканалам все же стоит обратить особое внимание. Как показывает анализ небольших телекомпаний, например, России, такие программы по рейтингам обгоняют даже выпуски местных новостей [3]. Их чаще репостят в интернете, чаще комментируют, темы вызывают горячие дискуссии. Все это повышает рейтинги, аудитория растет, по сути, телеканалы начинают управлять местным информационным полем в интернете.

Таким образом, региональным телеканалам, даже несмотря на нехватку кадров, оборудования и финансирования, необходимо прежде всего пересмотреть тематику собственных программ, попытаться анализировать проблемы региона и делать аналитические программы с привлечением экспертов в данной области как в собственном регионе, так и выходить на специалистов из Минска. Это позволит создавать рейтинговый продукт и конкурировать хотя бы в своем регионе с интернет-СМИ. Распространение сигнала местных телекомпаний в сетях кабельных операторов всей области вопрос более сложный и требующий принятия решений на уровне соответствующих министерств.

Библиографические ссылки

1. Дерик Е. Приказано выжить: региональное телевидение после аналога [Электронный ресурс] URL: <https://telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/article/prikazano-vyzhit-regionalnoe-televidenie-posle-analoga/> (дата обращения: 20.04.2021).
2. Иосько С. С. Проблемы в работе регионального телевидения // Молодой ученый. 2020. № 47. С. 426-428.
3. Вартанова Е. Л., Коломиец В. П. Телевидение в России в 2018 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. 2019. С. 26–52.