

СЛУЖБА ИНФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ РАДИОСТАНЦИИ: СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

А. Л. Лебедева

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

В статье обозначены тенденции, связанные с изменениями в структурно-функциональной модели службы информации современной белорусской радиостанции. Структура и количественный состав этого подразделения детерминированы рядом факторов. Немаловажную роль играют также типологические признаки радиостанции.

Ключевые слова: радиостанция; служба информации; структура; модель; цифровизация; кадровая универсализация; оптимизация; контент.

INFORMATION SERVICE OF A MODERN BELARUSIAN RADIO STATION: STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ASPECT

A. L. Lebedeva

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. L. Lebedeva (LebedevaAL@bsu.by)*

The article identifies trends associated with changes in the structural and functional model of the information service of a modern Belarusian radio station. The structure and quantitative composition of this unit are determined by a number of factors. The typological characteristics of the radio station play an important role also.

Key words: radio station; information service; structure; model; digitalization; personnel universalization; optimization; content.

Каждая FM-радиостанция Республики Беларусь имеет собственную службу информации, в работе которой главным является формирование

контента для выпусков новостей. Исследователь Е. Н. Ионкина выделяет ряд причин, по которым в организации современных радиостанций служба информации выступает в качестве ключевого подразделения: постоянная потребность в информации, страх общества оказаться в информационном вакууме, проявление интереса к новостям со стороны рекламодателей (объясняется психологическими особенностями аудиторного восприятия) [1, с. 106–107]. При этом обозначим, что качественная и количественная составляющие предлагаемого слушателям информационного продукта во многом определяются структурой и штатным составом службы информации, на которые влияет ряд факторов.

Прежде чем их рассматривать, отметим, что единый подход к названию редакционного подразделения, которое занимается обеспечением радиозфира информационным контентом, сегодня отсутствует. Оно может называться отделом, службой, дирекцией. Исследуемые радиостанции эти подразделения именуют следующим образом: «Першы нацыянальны канал Беларускага радыё» – *дирекция информационного и общественно-политического вещания*, состоящая из 3 отделов: новостей и корреспондентской сети, социально-экономических программ, подготовки политических программ; «Радиус FM» – *отдел новостей*; «Минская волна» – *служба информационно-аналитических проектов*; «Радио Рокс» – *служба информации*. В качестве единого названия нами используется наименование «служба информации».

При исследовании особенностей функционирования службы информации важно обратиться к преобразованиям белорусского радиовещания в 1990-е гг. Они заключались как в изменении структуры сетки вещания, так и данного подразделения. Появление коммерческих станций стало причиной возникновения конкурентной среды, что послужило началом развития рыночных отношений и формирования радиорынка. Коммерческая деятельность для ряда средств массовой информации оказалась если не единственным, то основным источником доходов, в результате чего радиовещание, в особенности частной формы собственности, стало восприниматься как сфера бизнеса. Для радиостанций первостепенной целью становится их рентабельность и экономическая самостоятельность. В сложившихся условиях СМИ занимаются поиском новых моделей организации вещания: трансформацией либо формированием на начальном этапе рыночно-ориентированной вещательной политики, подразумевающей отказ от неприбыльных передач и увеличение объема развлекательного контента. В сетке вещания присутствует контент,

производство и трансляция которого оплачивается спонсорами. Как правило, это программы игрового или рекламного характера. При этом происходит вытеснение из эфира качественного публицистического информационного и аналитического продукта: «... законы бизнеса из факторов, субъективно влияющих на труд журналиста, становятся факторами объективными» [2, с. 249].

Факторы экономического характера оказывают существенное воздействие как на качественную составляющую информационного контента, так и на модель службы информации (структуру, количественный состав). Здесь важно обозначить концептуальные различия между коммерческими и государственными радиостанциями, обусловленные задачами как информационного, так и социального порядка, которые поставлены перед аудиальными СМИ. Исследуемые подразделения коммерческих радиостанций состоят из небольшого штата сотрудников – 3–5 человек (ведущих, редакторов и корреспондентов) по ряду причин. Во-первых, радиостанция финансируется не из бюджетных средств, а функционирует в условиях самоокупаемости, в связи с чем требуется минимизация расходов. Во-вторых, данная тенденция объясняется преобладанием музыкально-информационного типа вещания, при котором информационной функции, а значит и выпускам новостей отводится второстепенная роль. Как правило, главной задачей радиостанций является реализация рекреативной функции. В-третьих, для большинства таких СМИ основными источниками информации служит уже готовый контент – ленты информационных агентств, интернет, а не сеть собственных корреспондентов. Как показывает практика, один сотрудник может выполнять одновременно несколько функциональных обязанностей: журналиста, редактора, ведущего новостей. По мнению Ю. Д. Коровиной, это является результатом того, что «медиабизнес вообще и коммерческое радиовещание в частности идут по пути одновременных глобализации и диверсификации» (минимизации) [3, с. 144]. Деятельность службы информации, в особенности коммерческих радиостанций, представлена в максимально упрощенном варианте: поиск и отбор контента в интернет-источниках осуществляет редактор-ведущий. Его функции сведены к следующей схеме: поиск – копирование текста – минимальная редакторская обработка. Степень приоритетности в подборе новостного контента для эфира во многом определяется вкусовыми предпочтениями редактора. Исключение составляют четко выраженные территориальная, тематическая, аудиторная направленность радиостан-

ции, запросы рекламодателей, спонсоров. Таким образом, сложившаяся ситуация обусловлена не только финансовыми возможностями, но и вещательной политикой средства массовой информации.

В отличие от коммерческих, у государственных радиостанций (за некоторым исключением), чьей специализацией является полноценное, объемное информирование аудитории, в службах информации работают от 5 штатных сотрудников. Радиостанции информационного и информационно-музыкального типов вещания в Республике Беларусь, как правило, являются государственными. В качестве примера приведем «Першы нацыянальны канал Беларускага радыё», «Минскую волну», «Сталіцу», «Беларусь», «Культуру», «Альфа Радио». Данные СМИ занимаются производством оригинального информационного контента.

Специфика работы службы информации современной радиостанции детерминирована также причинами социального характера. Во второй половине XX в. усиление роли телевидения поспособствовало выработке общественного мнения относительно сдачи радиовещанием информационно-просветительских позиций в будущем. Данной точки зрения придерживалось большинство футурологов. Немецкие ученые Х. Байнхауэр и Э. Шмакке [4], демонстрируя другое мнение, заявили о сохранении аудиального СМИ, обозначив единственную уступку с его стороны – разработку новой структуры программ. Такого рода изменения, в свою очередь, затронули не только программный сектор, но и структуры эфирного производства, в том числе службу информации, что оказало влияние на профессиональные компетенции журналиста. Наметилась тенденция к универсализации журналистской деятельности – стали востребованы специалисты, «умеющие создавать информационный продукт в различных форматах...» [5, с. 159].

Еще один фактор, оказывающий влияние на функционирование службы информации современной белорусской радиостанции, – активизация процесса перехода радиовещания на цифровые платформы. Во второй половине 1990-х гг. компьютеризация, обновление технической базы (появление новой аппаратуры звукозаписи и монтажа) вызвали перестройку всей технологической цепочки в журналистской работе. Дальнейшая модификация технической базы цифрового вещания, представляющего большие возможности для интерактивных форм, также оказала существенное влияние на процесс создания эфирного контента и качество радиомонтажа. Появившиеся программы-редакторы аудиофайлов (Sound Forge, Wave Editor, MP3 Cutter and Editor и др.) с

широким функциональным диапазоном в значительной степени ускорили и упростили процесс подготовки информационных материалов и программ к эфиру.

Таким образом, наличие технического фактора, в числе прочих, способствовало изменению структуры службы информации и утверждению новых принципов ее работы. Существенное влияние на работу службы оказывают также факторы экономического и технологического характера. Экономические реалии диктуют правила игры на рынке производства информационного продукта – новостной контент рассматривается в качестве товара, который должен соответствовать критериям (новизна, оперативность, оригинальность), определяющим его конкурентоспособность. Кадровая универсализация и минимальный количественный состав службы информации в том числе являются результатом влияния указанных факторов. Изменения затронули функциональный и творческий профили структурного подразделения. Структура службы информации также во многом определяется такими типологическими признаками радиостанции, как форма собственности, тип программирования, тип вещания.

Бібліографічныя спасылкі

1. *Ионкина Е. Н.* Информационное радиовещание петербургских FM-станций: структурно-функциональные и проблемно-тематические аспекты. Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб., 2005. 231 л.
2. *Ильченко С. Н.* Типологическая идентичность жанровой системы отечественных электронных СМИ: к постановке проблемы // Вестн. СПбГУ. Сер. 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 248–253.
3. *Коровина Ю. Д.* Информационный выпуск как способ локализации эфира сетевой радиостанции // Вестн. РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2015. № 3. С. 138–146.
4. *Байнхауэр Х.* Мир в 2000 году: Свод международных прогнозов. М.: Прогресс, 1973. 240 с.
5. *Горюнова Т. А.* Универсализм – логика журналистской профессии // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2012. № 2. С. 158–160.