

НОВЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НОВОСТНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В ГТРК «БЕЛГОРОД»

© 2008 О.В. Быкова

Белгородский государственный университет

В отечественной литературе по истории и теории телевидения пока недостаточно комплексных исследований о трансформации вещательных моделей, которая происходит на государственных региональных каналах. Региональная тележурналистика постсоветского периода продолжительное время оставалась вне пристального внимания отечественных исследователей. Научные изыскания в области региональной телевизионной журналистики появились лишь в последние годы. Пока что не существует научных монографий, системно характеризующих специфическую проблематику функционирования постсоветского регионального телевидения в России. Осмысление этих проблем ведётся на уровне разрозненных научных статей и учебных пособий. Так, в 2004 г. вышло учебное пособие В.Л. Цвика «Телевизионная журналистика: История, теория, практика». Это первый опыт осмысления современного состояния и практических проблем телевидения постсоветской России в новых социально-политических и экономических условиях. В этой книге имеется лишь очерковая глава, посвящённая региональному телевидению [1]. Специфику деятельности регионального тележурналиста отражает учебное пособие «Школа регионального тележурналиста» Н.В. Зверевой. Автор, рассматривая специфику регионального ТВ, основное внимание уделила формулированию практических советов тележурналистам российских регионов [2]. В данном учебном пособии затронуты проблемы программирования и структурирования регионального телевизионного вещания. Пособие Л. Агаповой посвящено региональной специфике телевизионных выпусков новостей, изученной на материале телеканалов Оренбургской области, но не отражает некоторые существенные аспекты, свойственные деятельности телекомпаний в других регионах, включая белгородский [3]. В учебном пособии «Региональная тележур-

налистика», подготовленном председателем Кировской ГТРК «Вятка» В.Г. Семёновым, рассматривается опыт преимущественно этой региональной телерадиокомпании [4]. В учебно-теоретическом издании Н.И. Дворецкой «Телевидение. Время местное», посвящённое 10-летию ГТРК «Белгород», оценивается роль местного телевидения в духовно-нравственном возрождении России, а также роль телевидения в профилактике наркомании. Отдельная глава посвящена телевизионным новостям – важному средству консолидации общества [5].

Все вышеназванные работы не содержат системного анализа новейших перемен в новостном телевидении, произошедших на уровне региональных филиалов ВГТРК – как в концептуальном аспекте, так и в практике вещания.

Цель данной статьи – выявить новейшие тенденции развития государственного информационного телевизионного вещания, изучить концепцию новостной политики регионального государственного ТВ и её реализацию на примерах из деятельности ГТРК «Белгород». При этом решаются следующие исследовательские задачи: проследить трансформацию информационного телевидения в этой региональной компании в момент решительного слома прежних стереотипов («точки бифуркации»); проанализировать способы программирования и структурирования новостных передач под влиянием произошедших изменений, а также рассмотреть результаты, к которым привела работа в соответствии с новыми технологиями.

Государственная телерадиокомпания «Белгород» начала вещание телевизионных программ 29 декабря 1992 года [6]. Если учесть, что большинство региональных ГТРК России освоило телеэфир ещё в 1950 – 60 е гг., то прошедшие 14 лет работы Белгородского телевидения являются сравнительно коротким историческим сроком. Редакция телевизионного вещания ГТРК «Белгород», пожалуй, одна

из самых «молодых» в составе медиахолдинга Всероссийской государственной телерадиовещательной компании.

Вещание Белгородского телевидения (именовавшегося тогда БТВ) началось с выделенных ему 30 минут эфирного времени, причём вечером и только в будние дни. Программирование телеэфира сопровождалось на БТВ поиском собственного «лица» вещания. Отдельные выпуски телепередач состояли из единственного материала либо имели монотематический характер. Например, 31 декабря 1992 г. в эфир вышла программа с участием главы администрации области В. Берестового и председателя областного Совета М. Бесхмельницина «Итоги и перспективы социально-экономического развития Белгородской области». Программа, тоже посвящённая одной теме, вышла в эфир 16 марта 1993 г. В ней шла речь о приватизации Лебединского горно-обогатительного комбината. Если первые передачи выходили в эфир лишь раз в неделю, то через некоторое время зрители смогли видеть их по вторникам и четвергам, а затем и ежедневно по будням.

На Белгородском телевидении информационное вещание оформилось к августу 1993 г. С этого времени в эфир стала выходить десятиминутная информационная программа «Отражение». Она начиналась с блока новостей, которые заимствовались у службы информации областного радио. Радиожурналист читал в телевизионной студии информационные сообщения, которые уже ранее звучали в эфире областного радио. Эти устные информационные выпуски на телевидении обычно не сопровождалась видеокадрами. Со временем к таким подборкам новостей стали подвёрстываться телесюжеты с актуальным информационным поводом. Так, например, 28 октября 1993 г. информационный выпуск программы «Отражение» состоял из восьми устных радиосообщений и одного телерепортажа.

Таким образом, в то время на БТВ ещё не существовало полноценного собственного выпуска телевизионного новостей, концепция информационного вещания отсутствовала. Это объясняется тем, что на БТВ не было собственной информационной службы. Она была организована только через два года, в феврале 1995 г., когда в штатном расписании появилась должность заведующего отделом информации.

С этого времени информационная программа «Отражение» стала выходить ежедневно по будням в прайм-тайм. Продолжительность выпусков колебалась от 12 до 15 минут. Информационная программа по-прежнему состояла в основном из репортажей корреспондентов и устных сообщений без видеоряда. Тематика

репортажей отражала по преимуществу официальную жизнь региональной исполнительной власти. Журналисты рассказывали о бесконечных совещаниях, заседаниях, награждениях, презентациях. А. Золотарёва, автор статьи в белгородской городской газете «Вечер», назвала такой информационный эфир «шоколадно-карамельным». Она проанализировала выпуски информационной программы «Отражение» за январь 1999 г. Журналистка пришла к выводу, что об актуальных проблемах того времени: долгах из-за задержек выплат заработной платы, росте цен, демографическом спаде, критической ситуации в главных отраслях белгородской индустрии в эфире не было сказано ни слова. «Жанровый диапазон скуп. Острых материалов нет вообще... — подводит итог автор статьи. — К тому же структура выпусков не продумана, однотипные материалы без информационных поводов составляли большую часть выпусков информационных программ» [7].

Автор вышеназванной статьи не был далёк от истины в своих резких оценках. Тематический анализ выпусков информационной программы «Отражение» с 11 по 15 января 1999 г. показал, что 31 процент публикаций был посвящён праздникам и поздравлениям, различным знаменательным датам и тому, как они отмечались. 17 процентов составляли сообщения о всевозможных совещаниях местных органов власти и лишь три процента материалов информационной программы «Отражение» были отведены социальной тематике. Таким образом, почти половина новостного эфира (48 %) отводилось «официозу».

Этому есть объяснение. Белгородское телевидение, входя в систему ВГТРК, подчинялось также и областной администрации. И так продолжалось до сентября 2000 г. — когда начала осуществляться новая федеральная политика в отношении государственных электронных СМИ, которая строилась на принципах усиления влияния центра в регионах. В результате реорганизации ВГТРК региональные компании стали подчиняться только ей одной [8]. И все полномочия определения генеральной информационной политики теперь принадлежали ВГТРК. Назначение руководителя региональной ГТРК стало происходить без согласования его кандидатуры с областной администрацией. У ВГТРК появилась возможность без помех выстраивать новую информационную политику в региональных телерадиокомпаниях.

С сентября 2000 г. в телевизионном эфире ГТРК «Белгород» появилась новая информационная программа «Вести. Белгород». Однако первоначально это означало не более чем смену названия старой информационной программы «Отражение». Силы инерции и скромные техни-

ческие возможности компании не позволяли за короткий срок улучшить качество информационного вещания. Социологические исследования, проведённые управлением информационного планирования (УИП) департамента информации и внешних связей ВГТРК в 2001 году, показали недостатки передачи «Вести. Белгород». На взгляд социологов, эта программа отставала по оперативности реагирования на текущие события в регионе. Все два ежедневных выпуска «Вести. Белгород» выходили в эфир в записи. В то время уже многие региональные государственные телекомпании давно освоили прямой эфир, а ГТРК «Белгород» не имела информационного вещания в прямом эфире. Кроме того, новости в прайм-тайм (в 20.35) в точности повторяли программу, вышедшую в эфир ранее, в 18.00. Эти факты наглядно свидетельствовали о недостаточной мобильности информационной службы.

Всероссийская государственная телерадиокомпания порекомендовала белгородским вещателям перейти на новую технологию подготовки новостей, которая позволяла бы включать в программу больше свежей оперативной информации, сообщать о самых последних событиях текущего дня. От творческого коллектива программы «Вести. Белгород» потребовалось переосмысление, а в чём-то — и кардинальная смена парадигмы. Социологами были предложены следующие рекомендации в целях повышения конкурентоспособности информационного вещания ГТРК «Белгород»:

- Создать полноценный выпуск новостей в вечерний прайм-тайм;
- Расширить тематическое поле программы «Вести. Белгород» за счёт увеличения количества репортажей и информационных сообщений, затрагивающих разные стороны жизни населения Белгородской области — от бытовых до социально-политических. Сделать правилом ознакомление аудитории с разными мнениями относительно актуальных вопросов жизни области;
- Повысить уровень оперативности информации, в первую очередь за счёт ведения прямого эфира. Включать в программу преимущественно «свежие» сообщения о событиях текущего дня;
- Анонсы передач подавать в стилистически яркой, рекламной упаковке. Они должны иметь в себе «изюминку», интригу сюжета;
- Улучшить качество содержания подводок и устных сообщений;
- Шире использовать в новостной передаче стилистические и текстовые «мосты», логически связывающие предшествующие и последующие репортажи, различные по тематике сюжеты;
- Обратить внимание на соотношение текста и видеоряда в репортажах и видеосообщениях,

особенно в официальных сюжетах, добиваться точного комментирования происходящего на экране. Чаще использовать в репортажах жизненный материал: житейские зарисовки, «бытовые» интервью горожан;

- Шире использовать такую эффективную форму подачи новостей с места события, как стендап [9, 26-28].

Содержание, структура и оформление программы «Вести. Белгород» стали кардинально меняться с сентября 2003 г. Информационная программа начала выходить в эфир семь раз в день. На государственное региональное телевидение перешли журналисты и операторы, работавшие ранее на других каналах — в основном, из частной Белгородской городской телекомпании «Магнит». На экране появилось много новых молодых лиц. Если раньше один сюжет в информационной программе мог длиться до пяти минут, то теперь появилось жесткое требование: максимальная продолжительность репортажа в программе «Вести. Белгород» должна составлять не более двух минут. Всё это сделало выпуски новостей динамичными, более содержательными.

В итоге ежедневно стало производиться в среднем до 20 оригинальных информационных эфирных материалов. Улучшилось качество съёмки. Операторы теперь проводили съёмки только с использованием штатива — за исключением случаев, когда это невозможно из-за активного перемещения оператора, а также в чрезвычайных ситуациях. И последняя очень важная новация: информационные выпуски «Вести. Белгород» начали выходить в режиме прямого эфира.

Сегодня программа «Вести. Белгород» выходит девять раз в день: в 6.15, 6.45, 7.15, 7.45, 11.30, 13.40, 17.20, 19.40 и в 23.55. Передачи новостей осуществляются в режиме прямого эфира, ведущие утренних, дневных и вечерних выпусков меняются.

Региональная информационная программа идёт вслед за федеральной программой «Вести». Такое программирование даёт телезрителям полную информационную картину дня. Аудитория имеет возможность получать информацию о том, что происходит в стране, за рубежом и на Белгородчине. Жители удалённого от Москвы региона в итоге не ощущают себя оторванным от столицы и имеют возможность почувствовать, что их родной город, посёлок, село — часть большой страны. Кроме того, когда в очередной программе «Вести» в прайм-тайм происходят разовые включения какого-либо региона с анонсом главных местных новостей, телезрители по всей стране получают дополнительную информацию о жизни этой территории.

Вместе с тем заместитель директора ГТРК «Белгород» С. Запороженко отмечает, что региональным телекомпаниям очень трудно попасть в федеральный эфир с анонсом своей вечерней программы. Существуют чёткие требования, которые предъявляет второй канал для включения в свой эфир телесюжетов региональной студии. Необходима интересная новость социального порядка, должна быть не менее интересной политическая новость и плюс к этому надо предложить так называемый «информационный бантик» (какую-либо особо занимательную новость). Если соблюдены все эти требования, у регионального филиала ВГТРК появляется шанс быть проанонсированным в федеральном эфире. ГТРК «Белгород» включалась в федеральные «Вести» с анонсом своих главных новостей неоднократно.

Дополнительно к дневным и вечерним выпускам новостей, в полночь на втором канале появился синдицированный выпуск программы «Вести плюс», который завершает информационную картину дня. ГТРК «Белгород» готовит его совместно с редакцией информационных программ Всероссийской государственной телерадиокомпании. «Вести плюс» содержат не только региональную, но и федеральную информацию и состоят из двух блоков. В первом блоке освещаются важные события страны, во втором — региона.

Во время работы над информационной программой стало больше внимания уделяться её вёрстке. В ежедневных выпусках программы «Вести. Белгород» используется метод обновления важной информации. Каждый информационный выпуск программы «Вести. Белгород» содержит новые сюжеты, которые должны составлять не менее тридцати процентов. И здесь важно, какую информацию оставить на повтор — и на какое время, а какую необходимо заменить. При вёрстке программы новостей применяется и метод дополнения, когда информация подается в развитии. Вначале она может появиться только как устная информация, затем на видеоряде, в следующем выпуске к видеоряду добавляется синхрон, и затем выходит в эфир подробный сюжет. Так, например, 21 марта 2006 г. в редакцию позвонил телезритель и рассказал о стихийном митинге жителей микрорайона «Южный» г. Белгорода, которые выступали против передачи своего РЭУ-15 новым собственникам. Съёмочная группа оперативно выехала на место события и успела снять кадры стихийного митинга жильцов. Корреспондент по телефону в 11.30 сообщил в прямом эфире, в чём суть конфликта и что происходило в тот момент. Оказалось, ночью неизвестные заварили двери в расчётно кассовый центр этого РЭУ и остановили его работу. Ситуацию под контроль взяли бойцы ОМОНа. Конфликт в развитии был представлен

в двух дневных информационных выпусках, и уже в вечернем — телезрители смогли увидеть репортаж, в котором присутствовали мнения жителей микрорайона, милиции и руководителей конфликтующих организаций. Репортаж сопровождался комментарием представителя администрации Белгорода.

Использование принципа дополнения уже известной информации новыми деталями и новыми данными позволяет привлекать внимание зрителей к нестандартной ситуации и удерживать их интерес к происходящему в течение дня. По принципу дополнения информации строятся и другие общезначимые сюжеты в программе «Вести. Белгород».

Информационная программа ГТРК «Белгород» имеет свою чёткую структуру. В выпусках «Вести. Белгород» присутствие шпигеля стало обязательным. Как правило, он содержит не менее трёх анонсов с видеорядом. Анонсируются наиболее заметные события официальной, социальной и культурной жизни региона. Все заявленные в шпигеле темы выпуска в обязательном порядке подаются в развёрнутом виде. Каждому материалу предшествует подводка. При повторном показе сюжета он обновляется, и подводка к такому материалу пишется заново.

Большое внимание в новостных выпусках уделяется внешнему оформлению. Произошла унификация информационной программы с точки зрения подачи титров, отбивок, шапок. В кадре, в правом верхнем углу, расположен логотип ГТРК «Белгород», который выполнен в том же шрифтовом решении, что и логотип телеканала «Россия». Графическое оформление титров выполнено в едином ключе.

Кроме того, сочетаются разнообразные формы подачи материалов в выпусках, чередуются сюжеты с видеорядом, видеорядом с синхронном. Каждый сюжет не должен превышать двух минут. Исключение из этого правила распространяется только на особо важные события. В этом случае допускается сюжет хронометражем до трёх минут. Информационные материалы в коротком временном режиме придают динамику выпуску «Вести. Белгород». Заданный ритм удерживает внимание телезрителей и не даёт им скучать у экрана. Меняются сюжеты, голоса репортеров, звучит оптимальный темп речи ведущего — всё это создаёт у телезрителей ощущение быстротекущей жизни.

Новая политика в области программирования, структурирования и вёрстки информационной программы «Вести. Белгород» позволила поднять рейтинг регионального государственного телеканала. Социологические исследования, проведённые в 2005 г. PR-студией «Рекламист»,

показали, что изменения в подаче информации на местном государственном телеканале не остались незамеченными телезрителями Белгородской области. Опрашивалась социально адаптированная группа зрителей в возрасте от 18 до 45 лет и старше. 30 процентов опрошенных (самое большое количество респондентов) указали, что предпочитают смотреть информационные программы ГТРК «Белгород». 12 процентов опрошенных пользуются информацией областной телерадиокомпании «Мир Белогорья», 9 процентов – городской телерадиокомпании «Белый город» [10, 10]. Таким образом, опрос 2005 г. выявил, что респонденты отдают предпочтение государственному региональному телеканалу как источнику оперативной информации. Более того, итоги исследования белгородского медиарынка в 2007 г., проведённые консалтинговым агентством «Рекламист», показали, что уже 36 % опрошенных предпочитают смотреть информационные программы ГТРК «Белгород» [11].

Высокий рейтинг ГТРК «Белгород» в регионе стал возможен благодаря новейшим технологиям новостного телевидения, изменениям в программной политике и в сфере структурирования вещательного дня, появлению новых моделей вещания. Политика ГТРК «Белгород» теперь строится на

постоянном присутствии информационной программы в телеэфире. В течение дня зрители могут видеть девять обновляющихся информационных выпусков, каждый из которых представляет собой сложное структурное образование из различных информационных потоков, составляющих определённую целостность содержания.

Выпуски информационных программ «Вести. Белгород» стали более разнообразными по тематике и приблизились к ожиданиям телевизионной аудитории. Анализ тематики информационных программ ГТРК «Белгород» в течение трёх месяцев (за период с 9 января по 6 апреля 2007 г.) показал, что больше всего сюжетов отводилось спортивной жизни. На втором месте оказались информации и репортажи на темы культуры. На третье место по количеству сюжетов вышли социальные темы: трудоустройство, борьба с бедностью, социальная защита населения, пенсионное обеспечение, социальные льготы, субсидии. Затем – следуют материалы о работе местных властей, деятельности силовых структур, общественно-политических организаций (см. табл. 1).

Табл. 1
Содержание программы «Вести. Белгород»
(с 9.01. по 6.04. 2007 г.)

РЕГИОНАЛЬНАЯ ТЕМАТИКА	КОЛИЧЕСТВО СЮЖЕТОВ	%
Деятельность местных властей	82	10,4
Работа предприятий	43	5,5
Агропромышленный комплекс	25	3,2
Реформа ЖКХ	5	0,6
Статистика	2	0,2
Общественно политическая	34	4,3
Силовые структуры	62	7,9
Таможня	16	2,0
Реформирование Армии	5	0,6
Социальная	100	12,7
Здравоохранение	29	3,7
Экология	9	1,2
Образование	26	3,3
Наука	7	0,9
Право	7	0,9
Культура	112	14,3
Молодёжная	24	3,1
Православная церковь	23	3,0
Происшествия	36	4,6
Спорт	138	17,6
ВСЕГО	785	100

Таким образом, с 2000 г. была произведена решительная трансформация телевещательной политики ГТРК «Белгород». Главным информационным продуктом регионального государственного канала стала информационная программа «Вести. Белгород». Новая концепция вещания, ориентированная на рядового телезрителя, его интересы и запросы, отодвинула на второй план освещение деятельности местной политической элиты. Из эфира ушла значительная часть новостей о совещаниях, презентациях, юбилеях, исчезли помпезность и комплименты в адрес региональной и местной власти. Акцент сделан на широкое освещение жизни региона. Для смены концепции телевизионного вещания были использованы такие инструменты, как программирование, структурирование и современная вёрстка информационных выпусков телепрограмм, а также возможности прямого эфира. Тематический анализ новостных выпусков свидетельствует, что телевизионный канал ГТРК «Белгород» достаточно полно отражает жизнь региона и ориентирован на освещение тем, которые близки и интересны большинству населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. Учебное пособие / В.Л. Цвик. — М., «Аспект — Пресс», 2004.
2. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. Учебное пособие / Н.В. Зверева. — М.: Аспект-Пресс, 2004.
3. Агапова Л. Телевизионные выпуски новостей. Региональная специфика (на примере телеканалов Оренбургской области) / Л. Агапова. — М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2004.
4. Семенов В.Г. Региональная тележурналистика / В.Г. Семенов. — М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2004.
5. Дворецкая Н.И. Телевидение. Время местное / Н.И. Дворецкая. — Белгород, 2003.
6. Трещалин А.С. ГТРК «Белгород» — движение по нарастающей / А.С. Трещалин // Вестник ГТРК. — 2001. — № 2.
7. Золотарёва А. БТВ: шоколадно-карамельный эфир. Газета «Вечер» (Белгород). 1999 — № 3 (67). — 26 января.
8. Указ президента РФ № 1671 от 19 сентября 2000 г. «О внесении изменения в Указ Президента Российской Федерации от 8 мая 1998 г. № 511 «О совершенствовании работы государственных электронных средств массовой информации».
9. Вопросы регионального информационного вещания. — М.: ВГТРК, 2002. — Выпуск VI. — Ч. I. — С. 26-28.
10. Отчёт по исследовательскому проекту «Изучение медиа-предпочтений белгородцев и их отношение к рекламе в СМИ»; PR студия «Рекламист». — Белгород, 2005. — С.10.
11. Рейтинг белгородских СМИ. Консалтинговое агентство «Рекламист». — (www.reklamist.su).