

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ КАБЕЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В НАЧАЛЕ XXI в.

В начале XXI в. негосударственные телевизионные каналы успешно завоевывают информационный рынок в российских регионах. Впервые они появились в нашей стране в 1990-е г. в русле перехода от государственной монополии на телевизионное вещание к новым альтернативным формам. В условиях виртуализации и дигитализации информационной среды, растущей конкуренции со стороны платных кабельных каналов, наземные эфирные и спутниковые телеканалы вынуждены пересматривать собственный контент, концепцию вещания и взаимодействие с аудиторией. Развитие новой специфики современного российского телевидения связано с освоением и расширением форм, средств и методов отражения действительности посредством широкого спектра интерактивных коммуникативных каналов, в том числе кабельного телевидения. Кабельное телевидение сегодня становится одним из наиболее устойчивых форм телевизионных практик, черты которого все отчетливее проявляются на фоне медленного «умирания» традиционного эфирного телевидения с одной стороны и бурного распространения онлайн телевидения с другой.

К популярным региональным телеканалам относится «АТВ» – так называемое «Первое альтернативное телевидение» в Республике Бурятия, которое полноценно вещает с 2013 года в формате кабельного телевидения, в цифровом формате, а также на социальной платформе ВК. Сети этого платного телеканала протянуты практически во все многоэтажные застройки Улан-Удэ, а также в близлежащие к городу сельские районы. Это стало возможным благодаря новейшим достижениям компьютерного моделирования и таким компьютерным программам, как TV Designer v. 5.7, позволяющим обеспечить кабельным ТВ и интернетом большую аудиторию в кратчайшие сроки и с высоким качеством. Аудитории телеканала «АТВ» импонируют молодые журналисты-репортеры с их свежим восприятием социальной реальности, остротой и злободневностью репортажей. Привлекает телезрителя «повестка дня» новостных и информационно-аналитических программ, тематической доминантой в которых являются жизнь и проблемы жителей столицы республики. Это особенно актуально в условиях, когда в республике отсутствуют сугубо городские СМИ, хотя на эту нишу с самого основания претендует рассматриваемый телеканал «АТВ». Для прочного завоевания городского телерынка «АТВ» необходимы серьезные усилия по позиционированию и продвижению в данном сегменте, однако финансовые трудности и частая смена руководства телеканала не способствуют принятию решительных мер. В настоящее время в основу программирования телеканала заложен приоритет информационно-развлекательных блоков. Вызывающий интерес духовно-просветительские проекты, такие как «Метод и мудрость»: в этой программе в роли ведущего программы выступает буддийский геше-лама, ему удается доступным языком рассказывать аудитории о буддизме в самых разных его аспектах. Просветительский формат присутствует также в выпусках программы «Бурядаар дуугараял (давайте говорить по-бурятски)», которая знакомит с особенностями устной речи и риторикой бурятского языка – второго государственного языка Республики Бурятия.

Становление и развитие кабельного телеканала «АТВ», его потенциала связано с объективными условиями наступления глобальных цифровых информационных технологий, в которых модель данного телеканала как «истинно народного» воспринимается весьма органично и актуально. Телеканал «АТВ» максимально приближен к своему телезрителю, знает его потребности и интересы. Возникшие в стране в качестве альтернативных форм телевидения кабельные телеканалы в регионах являются успешными востребованными проектами.

Ключевые слова: кабельное телевидение, телесмотрение, телевизионные новости, интерактивность, информационная безопасность, специфика телевидения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью исследования процессов функционирования современного телевидения в историко-социальном ключе, позволяющем проследить становление новых телеформатов в сфере регионального телевидения. Существующие модели телевизионного вещания вынуждены пересматривать собственный контент, концепцию вещания и взаимодействие с аудиторией под влиянием цифровизации телевидения и связанных с этим тенденций дигитализации и виртуализации телевизионной медиареальности. Как справедливо считает М.А. Мясникова,

автор морфологического анализа современного российского телевидения, «в медийном пространстве повсеместно идут противоречивые процессы стандартизации и индивидуализации потребления телеинформации; глобализации, связанной с все более расширяющейся аудиторией, и глокализации, означающей адаптацию глобальных явлений к местным, национальным условиям» [9]. Нельзя не согласиться с такой позицией автора, который рассматривает феномен современного телевидения с точки зрения научной коммуникативистики. Шире взглянуть на эту проблему

призывает автор статьи «Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ» Е.Л. Вартанова, когда говорит о том, что телевидение столкнулось с цифровизацией впервые в 1970–1980-х гг., и это новое явление встречалось тогда лишь в сферах кабельной индустрии. В дальнейшем «становление кабельного сегмента в телеиндустрии, использование спутникового способа передачи телевизионного сигнала существенно преобразили программные стратегии и формы телесмотрения, заложенные традиционными вещателями» [2]. На современном этапе функционирование телевидения как никогда обусловлено комплексом взаимосвязанных факторов – технологических, коммуникативных, информационных, экономических, порождающих новые аспекты телевизионной практики, которые пока еще недостаточно исследованы. В системе массовой коммуникации глобальные изменения затронули прежде всего функции телевидения, которые значительно расширяются и уточняются. Так, современный ТВ-приемник представляет многофункциональное устройство, работающее совместно с компьютером, видеомagniтофоном, факсом и другими устройствами. Внедрение в телевизионную аппаратуру компьютерных технологий, цифровых методов обработки сигналов, твердотельных преобразователей изображения коренным образом изменяют телевизионные системы, создают возможности построения телесетей с двухсторонней связью, по которым абонентам могут быть представлены такие виды услуг, как коммерческое и учебное телевидение, передача программ по заказам зрителей, видеотелефон, фототелеграф, почтовая корреспонденция, газеты, журналы, доступ в библиотеку или вычислительный центр.

Специфика телевизионного вещания в силу присущих ему специфических качеств и свойств как нельзя лучше отражает коммуникативные тактики телепроизводителей, которые находятся в активном поиске наиболее прибыльного телеконтента. В свою очередь развитие специфики современного телевидения связано с освоением и расширением форм, средств и методов отражения действительности посредством широкого спектра интерактивных коммуникативных каналов. Другими словами, современное телевидение не только не завер-

шено в своем формировании, но переживает серьезные изменения, оказывающие влияние не только на функционирование каждого из элементов телевизионного вещания, но и на деятельность целых государственных институтов. Другими словами, «являясь сложным социальным явлением, современное телевидение представляет собой сложную коммуникационную и производственную систему со специфическими функциями, деятельностью и организационной структурой» [12, С. 37].

Кабельное телевидение сегодня становится одним из наиболее устойчивых форм телевизионных практик, черты которого все отчетливее проявляются на фоне медленного «умирания» традиционного эфирного телевидения с одной стороны и бурного распространения он-лайн телевидения с другой. По мнению ряда авторов, в сфере кабельного телевидения осваиваются новейшие достижения компьютерного моделирования и уже существуют компьютерные программы, такие как TV Designer v. 5.7, позволяющие обеспечить кабельным ТВ и интернетом большую аудиторию в кратчайшие сроки и с высоким качеством [11, С. 7]. Подтверждением тому могут служить региональные кабельные телеканалы, которые появились вслед за первыми российскими кабельными ТВ проектами «Комкор» и «МТУ-информ». Кабельные телеканалы на телевизионном рынке занимают особую нишу, будучи коммерческим проектом, медиабизнесом, т.е. не являются прерогативой государства в отличие от спутникового и наземного эфирного телевидения [14].

Кабельные телеканалы в регионе существуют в условиях сильной конкуренции, стремятся интегрироваться в существующую систему региональных СМИ, чтобы оказывать влияние на развитие медиасферы данного региона. Это подкрепляется важным коммуникативным фактором, связанным с активной социальной ролью того или иного СМИ, через которые «происходит познание информационного пространства региона с выявлением его основных тенденций и проблем» [6, С. 93]. Эти черты позволяют автору шире взглянуть на специфику вещательной деятельности кабельного телеканала «АТВ», который фактически существует в Республике Бурятия с 2013 года. «АТВ» позиционирует себя как первое альтернативное телевидение, его аудитория – это жители столицы республики Бу-

рятия, в чьи дома и квартиры протянуты кабельные сети. Этот телеканал также смотрят в ряде близлежащих к Улан-Удэ районов, куда проникли новые информационно-коммуникационные технологии, в том числе кабельное ТВ.

Говоря о телевидении, следует подчеркнуть преимущественное развитие информационного телевидения. Набор новостей универсален – от политики до погоды, включая все имеющееся прикладное, ориентирующее значение для любого слушателя-зрителя... Новостные программы – «лицо телекомпании», опорные точки вещательного дня. Они удовлетворяют важнейшую потребность современного человека – быть в курсе происходящих событий в стране и в мире» [8]. Информационное вещание на «АТВ» также является важнейшим направлением в эфирной сетке кабельного телевидения, которое в отличие от наземных эфирных телеканалов обладает следующими специфическими признаками: более высокое качество сигнала, высокая помехозащищенность, отсутствие проблем с передачей сигнала в городах с плотной многоэтажной застройкой, возможность расширения предоставляемых абоненту услуг и количества каналов. Кабельное телевидение – это модель телевизионного вещания (а также иногда и FM-радиовещания), в которой телесигнал распространяется посредством высокочастотных сигналов, передаваемых через проложенный к потребителю кабель. Кабельное телевидение противопоставляется эфирному и спутниковому телевидению, оно привело к увеличению каналов и, как следствие, дифференциации аудитории.

Кабельное телевидение позволило сделать первые шаги к интерактивности процесса телесмотра. Интерактивность телевизионной коммуникации заставила производителей телеконтента заговорить о формате отдельных ТВ-программ и телеканала в целом. ТВ-формат рассматривается как важнейший аспект производственного и вещательного телепроцесса, производящего и продающего массовый продукт. Другими словами телеформат развивается в русле коммерциализации телевидения и является основанием для создания узкоспециализированных и местных каналов и, как следствие, новых аудиторий [4]. Программирование и тематическое планирование на том или ином телеканале подчиняется требованиям формата, тогда как

отходит на второй план творческий аспект телевидения, создающий смыслы и транслирующий ценности, нивелируется традиционная жанровая классификация и утверждается классификация по аудитории. Умение просчитать потребителя, выбрать заказчика и продать идею – одно из ключевых умений для сегодняшнего телевизионного профессионала [7, С. 45].

В настоящее время для кабельного телевидения России и ее регионов характерны следующие принципы функционирования: цифровизация, многоканальность, внедрение сетей нового поколения, конвергенция. Вместе с этим необходимо признать, что принципы функционирования российского кабельного телевидения имеют свою специфику: «При значительном спросе на услуги кабельного телевидения процессы возникновения и развития кабельных сетей идут медленно» [13]. Серьезные последствия для кабельных телеканалов может иметь желание некоторых законодателей изменить правила размещения рекламы на кабельных телеканалах с целью ее запрета. Этот острый вопрос активно обсуждался медиа-сообществом, которое прямо заявляло о том, что запрет рекламы приведет к закрытию кабельных телеканалов по всей стране. 27 января 2015 года Государственной Думой РФ был принят Закон, снимающий запрет на размещение рекламы на кабельных телеканалах с преимущественно российским контентом, другими словами, при условии распространения такими телеканалами не менее 75 % национальной продукции. «Под национальной продукцией средства массовой информации понимается, в частности, продукция на русском языке или языке народов Российской Федерации, которая произведена гражданами Российской Федерации» [10]. Прозвучавшие требования для кабельных телеканалов в регионах, в том числе телеканала «АТВ» оказались созвучными его вещательной практике. На данном телеканале ядром телеконтента являются собственные программы, отвечающие информационно-развлекательному формату канала. Среди них особое место занимают образовательно-просветительские телепрограммы на бурятском языке. В целом благодаря «АТВ», гостелерадиокомпании «Бурятия» и ряду других телеканалов ситуация с национальными телепрограммами на бурятском языке в республике выглядит чуть лучше в сравнении

с другими сибирскими регионами. «Аудитория республики имеет возможность смотреть четыре двуязычных телеканала, которые передают в эфир достаточно качественные программы на бурятском языке [5, С. 105].

В дальнейшем в процессе функционирования кабельного телевидения вещателям этого профиля предстоят непростые задачи по поиску новых содержательных форматов, расширения абонентской сети, широкой интеграции в цифровое медийное пространство. Сегодня телеканал «АТВ» присутствует в интернете, в социальных сетях, но эти цифровые каналы доступа к его контенту значительно уступают кабельному формату по численности аудитории. Активное присутствие в среде интернета становится необходимым условием выживания и развития коммерческих телеканалов, поэтому сегодня нельзя не считаться со стремительными изменениями в электронной среде. Создание сайта телеканала (<http://www.baikal-atv.ru/>) лишь первый шаг к освоению интернет пространства, в дальнейшем необходимо позиционирование и продвижение телеканала в электронной среде, использование новых коммуникативных инструментов, позволяющих, к примеру, для удобства аудитории и к выгоде рекламодателей синхронизировать телевизионную и интернет рекламу.

Развитие регионального кабельного телеканала, ориентированного на создание собственного оригинального контента должно рассматриваться в качестве важных вопросов, связанных с развитием региональных СМИ, поскольку такие кабельные телекомпании как «АТВ» целенаправленно участвуют в процессе сохранения и развития информационной безопасности, рассматриваемой в ключе сохранения и поддержания социального порядка в обществе. Это является важнейшей функцией информационной безопасности, а она в свою очередь представляет собой «специфическую информационную реальность, определенный набор типологических конструкций, которые направляют и определяют наше понимание социальных ситуаций и ситуаций других индивидов» [3, С. 99].

По данным за 2014 год, в Бурятии насчитывалось 8 местных телекомпаний. Четыре телекомпании осуществляют деятельность без сетевых партнеров, то есть имеют собственное программирование. Следует отметить, что

половина бурятских телеканалов являются кабельными. Для сравнения, в соседнем Забайкальском крае действует две телекомпании («Альтэс» и ГТРК «Чита»), при этом лишь одна телекомпания действует по принципу собственного программирования – это «Альтэс». В соседней Иркутской области общее количество телеканалов – четыре, при этом единственной телекомпанией без сетевых партнеров является телекомпания «Альтернативная Иркутская студия телевидения» – («АИСТ» – прим. автора). В целом же развитие кабельного телевидения в Улан-Удэ можно разделить на два этапа:

1. На первом этапе (2004–2009-е гг.) была осуществлена организация кабельного вещания пятидесяти каналов различной тематики (новостные, детские, познавательные, кино и т.п.). В состав ныне транслируемых каналов входят как наиболее популярные русскоязычные спутниковые каналы, так и большинство эфирных телеканалов, что позволяет снизить проблемы телевидения в районах неуверенного телеприема.

2. На втором этапе (2009–2014-е гг.) появляются новые провайдеры, внедряются дополнительные сервисы – цифровое вещание (до 100 телеканалов), высокоскоростной Интернет и т. п.

В столице республики г.Улан-Удэ в 2012 году уже были подключены к кабельному телевидению 96 000 квартир, причем вместе с пакетом кабельного ТВ-вещания потребителям продавался высокоскоростной интернет. Объективными факторами распространения кабельного ТВ-вещания служат мероприятия по поэтапному прекращению передачи телесигнала в аналоговом формате в период с 2014 по 2017 годы, что заставило многие эфирные телестанции перейти к вещанию через кабель или создавать отдельные кабельные аналоги своих эфирных каналов. По такому пути пошла одна из телекомпаний в Бурятии – «Ариг Ус», запустив кабельный телеканал «Ариг Ус 24».

В начале 2013 года в тестовом режиме в сети кабельного телевидения начал вещание новый местный телеканал «АТВ – Первое Альтернативное телевидение». Телеканал «АТВ» принадлежит ООО «АТВ – Медиа», авторские права на его контент защищены знаком «Информационное агентство «Байкал – АТВ»©. С 1 апреля 2013 года телеканал вышел из режима

тестового вещания и начал полноценное вещание в цифровом формате, в формате кабельного телевидения, а также в онлайн формате на сайте телеканала. Все программы дублируются в социальных сетях. Ядром телеканала являются информационные (новостные) телепрограммы, формирующие информационный имидж телеканала в сознании массовой аудитории телеканала «АТВ». Главной информационной программой является «Новости АТВ». Между выпусками новостей транслируются оригинальные телепрограммы «Открытый эфир», «Прогноз погоды», «Зурхай» – астропрогноз, «Культурная виза», готовятся к выпуску новые проекты. Все оригинальные телепрограммы «АТВ» отражают интересы местной телеаудитории. Новости «АТВ», аналитическая программа «Открытый Эфир» формируют разностороннюю «повестку дня», представляют альтернативные мнения по важным и актуальным событиям в Улан-Удэ и республике. Тематической доминантой в телепрограммах «АТВ» является жизнь и проблемы столицы. В основу программирования на данном кабельном телеканале заложен приоритет информационно-развлекательных блоков. Они включают в себя ряд обязательных рубрик, соединенных между собой постоянно обновляющимися графическими перебивками, анонсами, промороликами и межпрограммными вставками или стрит-шотами. Рассмотрим некоторые из этих элементов подробнее:

1. Графические перебивки – это видео заставки для телевизионных программ и телепередач, особый вид заставок, основной характеристикой которых является четкое выражение сути представляемой программы или телепередачи. Графические заставки основных программ канала «АТВ» решены в едином стиле, а выразительные средства заставок, включающие графическое оформление, инфографику, цветографику, призваны усиливать восприятие «АТВ» как медиабренда. Хронометраж заставок в среднем 10-15 сек. Музыкальное оформление заставок является оригинальным, однако не исключается использование в программах развлекательного характера песенных материалов и готовых джинглов.

2. Стрит-шоты – короткие зарисовки с планами города, колоритными пейзажами Бурятии. Стрит-шоты выполняют на телеканале запол-

няют образующиеся по различным причинам «эфирные дыры». Помимо прикладных задач элементы телевизионного дизайна решают другие, не менее важные, связанные с повышением узнаваемости, а вместе с ним и рейтинга телеканала. Имеется ввиду способность дизайнера при помощи средств графического дизайна грамотно и эффективно структурировать информационные потоки, донести их до сознания и подсознания потребителя визуальной продукции [15]. Телевизионный дизайн «АТВ» не уступает другим, а доработки, причем серьезной требует программирование на телеканале, борьба за четкие хронометражи. По признанию журналистов телеканала, сетка вещания кабельного телеканала уступает эфирным наземным телеканалам по количеству телепрограмм, по уровню профессионального опыта как творческих, так и технических кадров. Средний возраст журналистов не превышает 32-35 лет.

«АТВ» имеет высокую популярность, его аудитории импонируют молодые журналисты, которые ищут и находят новые грани в отображении местной тематики, оказываются первыми там, где происходят интересные события. Вызывают интерес духовно-просветительские проекты, такие как «Метод и мудрость»: в этой программе в роли ведущего программы выступает буддийский геше лама, ему удастся доступным языком рассказывать аудитории о буддизме в самых разных его аспектах. Просветительский формат присутствует также в выпусках программы «Бурядаар дуугараял (давайте говорить по-бурятски)» которая знакомит с особенностями устной речи и риторикой бурятского языка – второго государственного языка Республики Бурятия. Программы «АТВ» отличаются просветительским и познавательным дискурсом, отвечающим формату и аудитории платных кабельных телеканалов. Стоит в этой связи отметить, что «эфирное телевидение почти ничего не дает знатокам, умный зритель уходит в неэфирное ТВ, где гораздо больше познавательных телепрограмм» [1, С. 9]. Становление и развитие кабельного телеканала «АТВ», его потенциала связано с объективными условиями наступления глобальных цифровых информационных технологий, в которых модель данного телеканала как «истинно народного» воспринимается весьма органично и актуально.

30.09.2015

Библиографический список источников:

1. Аудитория познавательных телеканалов: исследовательские гипотезы и методологические подходы / В. П. Демкин, Ю. М. Ершов, Г. В. Майер, Т. В. Руденко // Открытое и дистанционное образование. 2012. № 4. С. 5-10.
2. Вартанова Е.Л. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, 2011. С.6-26.
3. Васильева Е.Н., Артамонова Я.С. Влияние информационной безопасности на формирование экономической культуры современного предпринимателя // Вест. Волгогр. Гос.ун-та. Серия: Философия. Социология и социальные отношения. 2013. № 1 (19). С.95-100.
4. Виноградов Д.Н. Аудитория российского телевидения: факторы формирования и тенденции развития [Электронный ресурс]: автореф. дис... канд. соц.наук. Москва. URL: <http://cheloveknauka.com/v/73308> (Дата обращения 02.06.2015).
5. Войтик Е.А., Ершов Ю.Н. Этнические и языковые характеристики телевизионной аудитории Сибирского федерального округа.
6. Телевидение Сибири: монография / Байдина В. С., Блинова Э. В., Войтик Е. А. и др. ; под ред. А. Е. Ярославцевой ; Фак. журналистики, Том. гос. ун-т. – Томск : ТГУ, 2010.
7. Войтик Е.А. Проблематика развития регионального ТВ в современном информационном пространстве России // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 4. С. 51-55.
8. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, 2010. С.41 – 52.
9. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ: учебное пособие. М. Г.В.Кузнецов. – М.: МГУ, 2004. 400 с.
10. Мясникова М.А. Морфологический анализ современного российского телевидения [Электронный ресурс]: Автореф. дис... д-ра филол. наук. Екатеринбург. URL:<http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/2877/2/urgu0772s>. (Дата обращения: 02. 06. 2015).
11. Путин отменил запрет на рекламу на кабельных телеканалах с российским контентом [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vsesmi.ru/news/8390700/13233470/> (Дата обращения: 03.06.2015).
12. Семейкин В.Д., Скупченко А.В. Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. Астрахань: Изд-во ФГБОУ ВПО «Астраханский госуниверситет», 2010. С.7-10.
13. Солнцева С.А. Телевидение как социальный институт. Современные социальные функции телевидения // Наука и бизнес: пути развития. М.: Изд-во Фонда развития науки и культуры, 2014. С.36-39.
14. Трифонов О.И. Кабельное телевидение: история, типология и принципы функционирования [Электронный ресурс]: Автореф. дис... канд. филол. наук. Краснодар. URL: <http://cheloveknauka.com/kabelnoe-televidenie-istoriya-tipologiya-i-printsipy-funktsionirovaniya> (Дата обращения: 03.06.2015).
15. Щербак Н. Переход к цифровому телевизионному вещанию // Электроника: наука, технология, бизнес. М.: Рекламно-издательский центр Техносфера, 2002. С. 14-16.
16. Ярошенко А.В., Марченко М.Н. Роль дизайна в современном телевидении // Наука, образование, общество. Тамбов: Изд-во Консалтинговая компания Юком, 2014. С. 138-145.

Сведения об авторе:

Шагдарова Баярма Баторовна, старший преподаватель кафедры журналистики и рекламы Института Филологии и массовых коммуникаций Бурятского государственного университета, кандидат исторических наук

670000, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова, 6, корпус № 2 Бурятского госуниверситета, кафедра журналистики и рекламы, e-mail: univer@bsu.ru, тел.: (3012) 211020.