

УДК 070:654

**В. М. Пяткевіч**

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

**ТЭЛЕФАРМАТ МІЖНАРОДНАГА МЕДЫЯВОБРАЗА  
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

Разгледжаны асноўныя этапы фарміравання міжнароднага аўдыявізуальнага вобраза Рэспублікі Беларусь у глабальнай інфармацыйнай прасторы на аснове архіўных матэрыялаў Белтэлерадыёкампаніі за 1991–2006 гг. Выяўлены стратэгічныя мэты тэлеканала «Беларусь-ТБ» («Беларусь 24») у кантэксце дзяржавы, глядача і кліента. Акрэслены ключавыя стратэгіі медыяпрысутнасці краіны на міжнародным узроўні (стратэгія мэтавага сегмента і пазіцыянавання, стратэгія прадуктовага партфеля, стратэгія якасці, стратэгія сеткі вяшчання, стратэгія праграмавання). Абазначаны асноўныя характарыстыкі вяшчання тэлеканала «Беларусь-ТБ» («Беларусь 24»).

**Ключавыя словы:** медыявобраз, міжнароднае аўдыявізуальнае вяшчанне, стратэгія вяшчання, Белтэлерадыёкампанія, тэлеканал «Беларусь-ТБ» («Беларусь 24»).

**V. M. Piatkevich**

Belarusian State University

**TV FORMAT OF INTERNATIONAL IMAGE  
OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

This paper presents the main stages of developing of the international audiovisual image of the Republic of Belarus in the global information space. Presented information is based on the archival materials of Belarusian TV and Radio Company in the period of 1991–2006 years. Identified strategic objectives of the TV channel “Belarus-TV” (“Belarus 24”) from the perspective of the state, the viewer and the customer. Outlined key strategies of the media image of the country at the international level (target segment and positioning strategy, product portfolio strategy, quality strategy, broadcasting network strategy, programming strategy). Specified key broadcasting characteristics of “Belarus-TV” channel (“Belarus 24”).

**Key words:** media image, international audiovisual broadcasting, broadcasting strategy, Belarusian TV and Radio Company, TV channel “Belarus-TV” (“Belarus 24”).

**Уводзіны.** Імклівае развіццё трансгранічнай медыйнай камунікацыі актуалізуе ролю і значнасць міжнароднага вяшчання, мэта якога канцэптуалізуецца на глабальным узроўні, а аб'ектам выступае дзяржава. Яго любы тэматычны кірунак, тэма, праграма, інфармацыйны сюжэт працягваюць найперш на якаснае ўспрыманне краіны, рэалізуюць рэпрэзентатыўную функцыю і фарміруюць медыявобраз краіны.

Відавочна, што ў сучасных умовах вялікую ролю ў фарміраванні цэласнага вобраза краіны ў грамадскай свядомасці адыгрываюць сродкі масавай інфармацыі. Так, з дапамогай масмедыя ў грамадскай свядомасці фарміруюцца вобразы разнастайных супольнасцей, краін, этнічных груп і іх асобных прадстаўнікоў. Даследаванне вобраза як феномена культуры праз аналіз медыяпрасторы сучаснай рэчаіснасці з'яўляецца новым і запатрабаваным. Гэта выяўленне алгарытму ідэалагічнага ўздзеяння ўлады на сучаснага чалавека. Вобразы фармаціруюць грамадскую свядомасць, выбудоўваючы пункт гледжання і ацэначныя меркаванні любога грамадзяніна, сацыяльныя і індывідуальныя чаканні [1, с. 6–7]. На думку А. Л. Вартанавай, для

большасці людзей менавіта масмедыя застаюцца адзінай пастаяннай крыніцай уяўленняў і ведаў пра замежныя краіны. Таму даследаванне сучасных СМІ прадугледжвае вывучэнне патэнцыйнага і рэальнага вобраза краіны ў кантэксце рэдакцыйнай дзейнасці ў гэтым накірунку [2].

Пераважная большасць незалежных дзяржаў аказвае фінансавую падтрымку міжнародным вяшчальнікам, якія ствараюць медыявобраз краіны ў глабальнай інфармацыйнай прасторы. Калі ў другой палове ХХ ст. гэтую функцыю пераважна выконвала радыё, то сёння дамінуе аўдыявізуальны кантэнт, які транслюецца праз тэлебачанне і інтэрнэт-рэсурсы.

**Асноўная частка.** Узнікненне міжнароднага тэлевяшчання стала магчымым праз распаўсюджванне спадарожнікавай сувязі. Першы выпадак агульнадаступнага спадарожнікавага вяшчання з Еўропы ў Паўночную Амерыку быў зафіксаваны ў 1962 г. Яго далейшае імклівае развіццё істотна пашырыла плюралізм меркаванняў, свабодны доступ да інфармацыі. Эфектыўным сродкам масавай камунікацыі любой дзяржавы стаў не толькі аўдыяльны, але і аўдыявізуальны фармат.

У Беларусі гэты кірунак пачаў развівацца з набыццём незалежнага статусу. Міжнароднае пазіцыянаванне краіны першапачаткова фарміравалася праз масавае тэлевяшчанне на падставе пагадненняў паміж медыяпартнёрамі з іншых краін. З 1993 г. нацыянальная тэлерадыёкампанія Беларусі стала членам Еўрапейскага вяшчальнага саюза (ЕВС) – аб'яднання нацыянальных вяшчальных арганізацый у свеце. Членства ў ім забяспечвае і сёння інфармацыйны абмен з іншымі дзяржавамі – членамі арганізацыі пры наяўнасці адпаведных тэхнічных сродкаў. Партнёрскія стасункі на той час былі ўстаноўлены з тэлерадыёкампаніямі Украіны, Малдовы, рэгіянальнымі студыямі Расіі і Польшчы [3, л. 159].

Пачынаючы з сярэдзіны 1990-х гг. Белтэлерадыёкампанія сумесна з дзяржаўнымі ведамі распрацоўвае праграмны прадукт, скіраваны на пазіцыянаванне краіны за мяжой. Сярод прыярытэтных кірункаў дзейнасці кампаніі вылучаецца «масавае праца, праца з насельніцтвам» і «прэстыж Рэспублікі Беларусь» [4, л. 209].

У гэты час у тэлеэфір Першага нацыянальнага тэлеканала запускаецца штотыднёвая праграма «Зроблена ў Беларусі», мэтай якой – дэманстрацыя развіцця ў навукова-тэхнічнай, прамысловай, сацыяльнай сферах жыццядзейнасці беларускага грамадства. Згодна з канцэпцыяй аўтараў, «падняцце прэстыжу беларускай маркі можа стаць адным з галоўных складнікаў нацыянальнай ідэі аб магчымасцях інтэлектуальнага патэнцыялу беларускага народа» [4, л. 209].

У 1997 г. найважнейшай палітычнай задачай Белтэлерадыёкампаніі дэкларавалася пашырэнне інфармацыйнай прасторы за межы дзяржавы. Медыяўстанова абмяркоўвае з упаўнаважанымі асобамі Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь «недапушчальнае становішча, пры якім Беларусь не мае рэальнай магчымасці заяўляць пра сябе ўласным голасам, у той час як пра яе ў замежных СМІ часта транслюецца неаб'ектыўная інфармацыя» [3, л. 158]. Такая сітуацыя звязвалася з адсутнасцю ў краіне адпаведных тэхнічных сродкаў: на той час Беларусь з'яўлялася адзінай у Еўропе і краінах СНД дзяржавай без уласнай спадарожнікавай перадавальнай станцыі. Мэта стварэння міжнароднага тэлеканала Рэспублікі Беларусь заключалася ў тым, каб павысіць палітычную ролю і аўтарытэт дзяржавы, падтрымаць аб'яднаўчы працэс краін СНД.

Пытанне распаўсюджвання інфармацыі пра Беларусь за межы рэспублікі стаяла на кантролі вышэйшых дзяржаўных органаў і перш за ўсё было адрасавана Нацыянальнай дзяржаўнай тэлерадыёкампаніі Рэспублікі Беларусь (НДТРК РБ). Так, у Дзяржаўнай праграме інфармацыйнага забеспячэння знешнепалітычнай і знешнеэканамічнай дзейнасці за 1998 г. была абазначана

наступная задача: НДТРК РБ пачынаючы з другой паловы 1998 г. павінна штомесяц рыхтаваць па матэрыялах Агенцтва тэлевізійных навін (АТН) 10-хвілінныя відэадайджэсты на англійскай мове (іншых замежных мовах) пра найбольш важныя падзеі ў жыцці Беларусі для таго, каб пасля накіраваць у замежныя ўстановы з мэтай распаўсюджвання ў электронных СМІ краін знаходжання [5, л. 263–264].

Матэрыялы, прызначаныя для абмену і агучаныя на замежных мовах, разнастайныя па тэматыцы. Гэта – прамысловасць Беларусі, яе сельская гаспадарка, гарады, пейзажныя матэрыялы, класічнае мастацтва і фальклор, расповеды пра мастакоў, пра замкі і крэпасці рэспублікі; нарысы пра шклозавод «Нёман», водачнае аб'яднанне «Крышталь», Веткаўскі музей старадаўніх ікон, унікальныя габелены мастака В. Дзёмкінай; мініятуры пра народных майстроў, запаведнікі, паляўнічыя гаспадаркі, здраўніцы Беларусі і інш. Яны былі разасланы ў многія краіны і рэгіёны Расіі.

У 2005 г. у структуры НДТРК РБ створаны асобны тэлеканал, скіраваны менавіта на замежную аўдыторыю, – «Беларусь-ТБ» (з 2013 г. – «Беларусь 24»). Яго стратэгічнае прызначэнне было разгледжана ў трох кантэкстах: дзяржавы, глядача і кліента.

Так, у кантэксте *дзяржавы* «Беларусь-ТБ» пазіцыянаваўся як беларускі дзяржаўны тэлеканал, які забяспечвае асвятленне дзяржаўнай палітыкі ва ўнутры- і знешнепалітычнай сферах з дапамогай тэлевяшчання на замежныя краіны і ўздзейнічае на фарміраванне пазітыўнага іміджу Рэспублікі Беларусь за мяжой.

У кантэксте *гледача* «Беларусь-ТБ» – гэта тэлеканал, які прапагандуе агульначалавечыя каштоўнасці і нацыянальныя культурна-гістарычныя традыцыі; забяспечвае атрыманне глядачом бліжняга і дальняга замежа поўнай, своечасовай і дакладнай інфармацыі аб Рэспубліцы Беларусь у грамадска-палітычнай, сацыяльна-эканамічнай, адукацыйнай і культурна-асветніцкай сферах; уздзейнічае на фарміраванне пазітыўнага іміджу дзяржавы за мяжой; транслюе праграмны прадукт, створаны на высокім прафесійным узроўні;

У кантэксте *кліента* (рэкламадаўцы і партнёраў) «Беларусь-ТБ» было прапанавана разглядаць як сучасны тэлеканал, які пастаянна развіваецца ў тэхналагічным плане і дзейнічае выключна ў прававым полі [6, л. 15].

Накірункі рэалізацыі стратэгічных мэт тэлеканала «Беларусь-ТБ» канцэптuallyзуюцца ў пяці ключавых стратэгіях.

**1. Стратэгія мэтавага сегмента і пазіцыянавання** заключаецца ў наступным.

**Мэталы сегмент:** тэлеканал арыентаваны на шырокія слаі рознаўзроставай руска-

і беларускамоўнай аўдыторыі, у першую чаргу на постсавецкай прасторы.

Галоўнымі мэтавымі групамі тэлеканала з'яўляюцца этнічныя беларусы, якія жывуць за межамі гістарычнай радзімы; грамадзяне іншых краін, якія звязаны сваяцкімі і прафесійнымі каранямі з РБ; грамадзяне іншых краін (не этнічныя беларусы), якія адабраюць інтэграцыйныя намаганні і захады Рэспублікі Беларусь на постсавецкай прасторы.

**Пазіцыянаванне:** тэлеканал «Беларусь-ТБ» – гэта тэлеканал для замежных тэлегледачоў, перш за ўсё для руска- і беларускамоўных жыхароў постсавецкай прасторы, якія жадаюць атрымаць усебаковую, своечасовую і дакладную інфармацыю пра РБ.

**2. Стратэгія прадуктовага партфеля** заключаецца:

- у трансляцыі найбольш якасных і папулярных праектаў, створаных БТ самастойна і ў супрацоўніцтве з іншымі арганізацыямі;

- адлюстраванні пазіцыі беларускай дзяржавы на конт працэсаў, якія адбываюцца ў краіне, СНД і свеце;

- інфармаванні пра найбольш значныя дасягненні РБ у эканамічнай, палітычнай, сацыяльнай, культурнай і іншых сферах;

- прапагандзе культурна-гістарычных традыцый і каштоўнасцей беларускага народа, лепшых прыкладаў нацыянальнай культурнай спадчыны РБ з мэтай іх інтэграцыі ў сусветную культуру;

- фарміраванні вобраза РБ як сучаснай еўрапейскай дзяржавы, перспектываў і надзейнага знешнепалітычнага партнёра;

- арганізацыі часткі эфіру на беларускай мове, прысутнасці на тэлеканале беларускамоўных праектаў;

- інфармаванні гледачоў аб дзейнасці замежных беларускіх арганізацый;

- трансляцыі прадукту, адпаведнага міжнародным прававым нормам.

**3. Стратэгія якасці** грунтуецца:

- на стварэнні і ўкараненні сістэмы кіравання якасцю, заснаванай на задачах, пастаўленых дзяржавай, на аналізе тэндэнцый развіцця міжнародных тэлеканалаў і ў адпаведнасці са стандартамі Еўрапейскага вяршальнага саюза (тэхнічны стандарт, змест і тэматыка перадач, маркетынговыя даследаванні);

- ацэнцы якасці і канкурэнтаздольнасці праграм з пункту гледжання прывабнасці тэлеканала для вяршальнікаў за межамі РБ.

**4. Стратэгія сеткі вяршання** заснавана:

- на выкананні грамадска-палітычных і сацыяльных задач;

- выніках маркетынговых даследаванняў спажывцоў і чаканнях аўдыторыі;

- прынцыпах паслядоўнага праграмавання з улікам зоны распаўсюджвання сігналу.

**5. Стратэгія праграмавання** прадугледжвае:

- стварэнне максімальных умоў для пазнавання тэлеканала на постсавецкай прасторы ўладальнікамі сістэм індывідуальнага і калектываўнага прыёму;

- стварэнне сеткавай сістэмы распаўсюджвання;

- пашырэнне вяршання на далыяе замежжа паводле пакетнага прынцыпу ў кааперацыі з расійскімі і ўкраінскімі тэлекампаніямі [6, л. 26–27].

Сёння вяршанне міжнароднага тэлеканала НДТРК РБ вядзецца круглыя суткі на беларускай і рускай мовах. «Беларусь 24» распаўсюджваецца ў пакетах апэратараў спадарожнікавага (сігнал даступны з двух спадарожнікаў – ABS-2A, HotBird) і кабельнага тэлебачання, таксама даступны on-line на афіцыйным сайце, мабільных сервісах, IPTV- і OTT-платформах.

На вэб-сайце belarus24.by распрацаваны старонкі на трох мовах (рускай, беларускай і англійскай). Карыстальнікі маюць магчымасць прачытаць кароткія навіны на любой з гэтых моў, а таксама прачытаць базавую інфармацыю пра тэлеканал і праграму тэлеперадач (у беларуска- і англамоўнай версіях скарачаную). Кожны дзень інфармацыйная стужка абнаўляецца ў адпаведнасці з тэматычнымі раздзеламі («Палітыка», «Эканоміка», «Грамадства», «Культура», «Спорт», «У свеце» і інш.).

**Заклучэнне.** На пачатку ХХІ ст. пазіцыянаванне краіны за мяжой і фарміраванне прадуманага медыявобраза ёсць абавязковы складнік дзяржаўнай палітыкі. Трансфармацыі, што адбываюцца ў розных сферах, у значнай ступені закранаюць медыяпрасторы, якая ў многім мадэлюе актуальную сітуацыю як у лакальным, так і ў глабальным кантэксце.

Аўдыявізуальны медыякантэнт, які выяўляе колькасны і якасны ўзровень прысутнасці краіны ў віртуальнай прасторы, з'яўляецца важным паказчыкам узроўню краіны і паспяховасці яе ўзаемадзеяння на міжнароднай арэне. З гэтага вынікае неабходнасць у распрацоўцы, фарміраванні і арганізацыі адаптаванай мадэлі медыявобраза краіны за мяжой і пошуку яго ўкаранення.

Арыентацыя на замежную аўдыторыю патрабуе абдуманнага і эфектывага выкарыстання магчымых камунікатыўных рэсурсаў для карэктнага ўспрымання і разумення медыявобраза, які трансляецца ў спецыялізаваных СМІ.

### Літаратура

1. Белоусова Ю. В. Генезис образа и его функционирование в медиaprостранстве. СПб.: Алетейя, 2015. 116 с.
2. Вартанова Е. Л. Editorial // Меди@льманах. 2007. № 6: Образ современной России в зарубежных СМИ. С. 3.
3. Архіў НДТРК РБ. Ф. 871. Спр. 78.
4. Архіў НДТРК РБ. Ф. 871. Спр. 76.
5. Архіў НДТРК РБ. Ф. 871. Спр. 96.
6. Архіў НДТРК РБ. Ф. 871. Спр. 227.

### References

1. Belousova Yu. V. *Genezis obraza i yego funktsionirovaniye v mediaprostranstve* [Genesis of the image and its functioning in the media landscape]. Saint Petersburg, Aleteyya Publ., 2015. 116 p.
2. Vartanova E. L. Editorial. *Medi@l'manakh* [Medi@lmanac], 2007, no. 6: The image of modern Russia in foreign media, p. 3 (In Russian).
3. Archive NSTRC RB. Fund 871. F. 78.
4. Archive NSTRC RB. Fund 871. F. 76.
5. Archive NSTRC RB. Fund 871. F. 96.
6. Archive NSTRC RB. Fund 871. F. 227.

### Інфармацыя пра аўтара

**Пяткевіч Вікторыя Міхайлаўна** – магістр філалагічных навук, старшы выкладчык кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання. Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (220004, г. Мінск, вул. Кальварыйская, 9, Рэспубліка Беларусь). E-mail: viktoryia.piatkevich@gmail.com

### Information about the author

**Piatkevich Victoryia Michailauna** – Master of Philology, Senior Lecturer, the Department of Medialinguistics and Editing. Belarusian State University (9, Kalvariyskaya str., 220004, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: viktoryia.piatkevich@gmail.com

Паступіў 24.02.2020