

Грамадская кампанія “Наш ФарМат”



Маніторынг дзейнасці FM-радыёстанцый у Рэспубліцы Беларусь

Аўтар: Міхал Нядзьвецкі

Мінск

2009

Рэзюмэ

Прадстаўлены ў дадзеным маніторынгу тэкст прысвечаны аналізу дзейнасці і спецыфікі FM-радыёстанцый у Рэспубліцы Беларусь і ў сваёй сукупнасці дазваляе зразумець, якім чынам у сучаснай Беларусі звязаны паміж сабой радыёны рынак з дзяржаўнымі органамі кіравання.

Дадзены маніторынг падрыхтаваны Міхалам Нядзьвецкім у межах грамадскай кампаніі “Наш ФарМат” (nashfarmat.org). Пры напісанні аналізу былі выкарыстаныя матэрыялы з інфармацыйных рэсурсаў: eugamost.org, zbsb.org, naviny.by, tut.by. У рамках даследвання была выкарыстана статыстыка рэйтынгу мінскіх FM-станцый, якую прадаставіла сацыялагічная лабараторыя NOVAK.

Вертыкаль “Дзяржава -- FM-радыё”

У Беларусі ўсталяваліся вертыкальныя адносіны паміж дзяржавай і кіраўніцтвам радыёстанцый, што абумоўлена наяўнасцю моцнага уладнага цэнтра і адсутнасцю самастойнасці прадстаўнікоў кіраўніцтва радыё. Вертыкальныя адносіны абумоўлены яшчэ тым, што дзяржава валодае вялікім рэсурсам уздзеяння на кіраўніцтва радыёстанцый шляхам устанаўлення пастановаў, прадпісаняў, указаў і правядзення розных праверак на прадмет іх выканання.

Праблема ўскладняецца яшчэ тым, што ў краіне адсутнічае перамоўная пляцоўка паміж чыноўнікамі і “радыйшчыкамі”, у ролі якой маглі бы выступіць прадстаўнікі недзяржаўнага сектару: некамерцыйныя асацыяцыі музыкаў, кампазітараў, прадусараў і г.д., аналітычныя цэнтры і іншыя арганізацыі ў сферы культуры.

У цэлым развіццё беларускага радыёнага рынку ідзе не па законах цывілізаванай эканомікі, а па ўказцы зверху. Уплыў дзяржавы на медыярынак і на прыняцце рашэнняў у гэтай сферы вялікі, наяўнасць манаполіі дзяржавы на айчынным медыярынку нясе за сабой шырокія рэгулятыўныя паўнамоцтвы. Варта прывесці прыклад адстаўкі з паста генеральнага дырэктара “Альфа радыо” Сяргея Кузіна ў снежні 2003 г., які не пагадзіўся працаваць з новым кіраўніцтвам радыёстанцыі, прызначаным Міністэрствам інфармацыі. Другім прыкладам з’яўляецца дзейнасць у 2004-2007 гг. негалоснага “чорнага спісу”, у які ўвайшлі некаторыя выканаўцы, якія ўлетку 2004 г. у сталічным парку Горкага правялі канцэрт, прымеркаваны да дзесятай гадавіны кіравання Аляксандра Лукашэнкі. На працягу трох гадоў гэтая музыка не мелі доступу да эфіру, а таксама не маглі афіцыйна праводзіць свае канцэрты на тэрыторыі Беларусі. Пасля адмены “чорнага спісу” ў лістападзе 2007 г. сітуацыя з прадастаўленнем эфіру хоць і выправілася, але мае касметычны характар, бо колькасная ратацыя беларускамоўных трэкаў адносна не павялічылася і засталася на мінулым узроўні: беларуская мова працягвае лічыцца “нефарматам” для айчынных радыёстанцый.

У выніку, інстытуцыйная мадэль узаемадзеяння дзяржавы і радыёстанцый мае іерархічную структуру: у ёй вялікае месца займае роля нефармальных ці выбарчых правілаў і тактык, у той час калі фармальныя правілы шматвобразныя і непастаянныя.

Наяўнасць вертыкальных адносін вызначаецца маючым месца наступных рэгулятыўных механізмаў з боку дзяржавы:

- шматлікія праверкі з боку Міністэрства інфармацыі на прадмет выканання даручэнняў, указаў, пастановаў, якія рэгулююць дзейнасць радыёстанцый у Беларусі ;
- складаныя працэдурны арганізацыі новай радыёстанцыі, атрымання частаты;
- перманентныя змяненні умоў падаткаабкладання, ліцэнзавання і інш.;
- абмежаваная магчымасць для абароны бізнэсу на медыярынку і ўтварэння арганізацый і асацыяцый для абароны сумесных інтарэсаў бізнэсу;

- апеляванне суб'ектаў медыярынку і людзей датычных да яго пры вырашэнні спрэчных сітуацый непасрэдна на самы "верх" – Адміністрацыю прэзідэнта, урад і міністэрствы, суды;
- абмежаваныя магчымасці для развіцця моцнага прамежкавага зв'язна паміж шоў-бізнэсам і ўладай – арганізацый, якія здольныя абараняць інтарэсы бізнэса перад дзяржавай;
- няроўныя ўмовы гаспадарання для розных радыёстанцый, выбарчае правапряманенне (наяўнасць карупцыі) і г.д.

Механізмы прымусу (наказання) у рамках адносін паміж дзяржавай і кіраўніцтвам радыёстанцый выражаюцца ў наступным:

- нестабільныя і няроўныя правілы гульні для ўсіх эканамічных агентаў;
- вялікая колькасць праверак з боку дзяржаўных органаў;
- штрафы і папярэджанні аж да пагроз зняцця з кіроўных пасадаў;
- свавольніцтва чыноўнікаў і нізкая прававая абарона медыярынка перад дзяржавай.

Вертыкаль "Дзяржава – Шоў-бізнэс"

Пяройдзем да разгляду складнікаў адносін паміж дзяржавай і шоў-бізнэсам. У цэлым, прадстаўнікі шоў-бізнэсу, як і ўсе бізнэсмэны, найменш чакаюць ад дзяржавы льготыў і прэферэнцый, але адначасова яны вельмі разлічваюць на тое, што дзяржава будзе даваць магчымасць вольна зарабляць, займацца прадпрымальніцкай дзейнасцю, забяспечваць стабільнасць і законнасць у краіне.

Сучасныя праблемы беларускага шоў-бізнэсу:

Як паказалі вынікі шматгадовай дзейнасці беларускі шоў-бізнэс на сённяшні дзень мае шэраг істотных праблем:

- адсутнасць патрэбнага досведу ў прадстаўнікоў шоў-індустрыі (хібы пры арганізацыі клубных мерапрыемстваў, open-air'аў, прэс-канферэнцый);
- нізкая канкурэнцыя на рынку;
- практычная адсутнасць якаснай тэхнічнай базы для дзейнасці (гуказапісваючай і ўзмацняльнай тэхнікі);
- малая сетка клубных устаноў;
- наяўнасць бюракратычных працэдур: складаныя ўмовы атрымання гастрольнага пасведчання і распаўсюду квіткоў, вялікія абмежаванні ў рэкламнай дзейнасці;

- моўная дыскрымінацыя: крайне нізкая ратацыя беларускамоўнага прадукту шоў-бізнэсу ў параўнанні з рускамоўным або англамоўным прадуктамі;
- нізкі прыток рэкламадаўцаў і спонсараў;

Складанасць і супярэчлівасць заканадаўства ўжо шмат гадоў перашкаджае нармальнаму развіццю бізнэсу ў шоў-індустрыі краіны. Непадпарадкаванне, пратэст, адстойванне сваіх правоў з'яўляецца часцей дарагім і неэфектыўным механізмам ва ўзаемаадносінах дзяржавы з шоў-бізнэсам ў беларускіх ўмовах (па прычыне функцыянавання сённяшняй судовай сістэмы, наяўнасці шырокіх паўнамоцтваў кантралюючых дзяржаўных органаў і г.д.). Таму прадстаўнікі шоў-бізнэса вымушаны альбо прымаць правілы гульні, навязаныя дзяржавай, альбо не прымаць іх і тым самым ставіць вядзенне свайго бізнэсу на нелегальнае становішча альбо ўвогуле выходзіць з гэтай сферы.

Гульні з фарматам

Квота ў 75% беларускай музыкі ў эфіры беларускіх радыёстанцыяў была ўведзена Міністэрствам інфармацыі з пачатку 2005 году. Лабістам дадзенай прапановы выступіла Міністэрства культуры.

Дадзеная квота значыць, што цягам 24-х гадзін кожная FM-станцыя, у незалежнасці ад фармату, прынятага устаноўчымі дакументамі (праграмная палітыка), была абавязаная выконваць гэтую норму. Амаль адразу за невыкананне гэтай нормы большасць радыёстанцый атрымала папярэджанні, і музычныя рэдактары пайшлі на хітрыкі: песні айчынных выканаўцаў у асноўным гучалі ўначы ў скарочаным выглядзе альбо за беларускіх аўтараў і выканаўцаў выдаваліся расійскія артысты, якія маюць беларускія “карані”: як, напрыклад, Барыс Маісееў ці Алёна Свірыдава. Дзякуючы такім мерам, норма неяк выконвалася.

У 2008 г. чыноўнікі паспрабавалі змяніць гэту сітуацыю. У лісце Міністэрства інфармацыі выказвалася пажаданне, каб ад 15 верасня 2008 г. усталяваная квота выконвалася толькі ў праймтайм – раніцай ад 7:00 да 10:00, удзень з 12:00 да 15:00 і ўвечары з 17:00 да 22:00. Міністэрства інфармацыі давяла адпаведныя рэкамендацыі да кожнага кіраўніка FM-станцыі. Мінуў год, аднак Міністэрства зноў выказала сваю незадаволенасць. Праведзены Міністэрствам маніторынг радыёстанцый паказаў, што не ўсе станцыі ставяць беларускую музыку ў прайм-тайм. На пачатку 2009 г. Міністэрства інфармацыі разаслала чарговы ліст, у якім запатрабавала ад станцый “падаць да 1 лютага сваю творчую канцэпцыю з улікам унесеныя у яе зменаў, што тычацца 75% “беларускай квоты”, няўхільна выконваць распрацаваную сетку вяшчання музычных кампазіцый беларускіх аўтараў і выканаўцаў”. У выпадку невыканання дадзенай пастановы, кіраўнікоў FM-станцый папярэдзілі, што ім пагражаюць жорсткія меры аж да вызвалення ад займаных пасадаў.

Вельмі дзіўнымі з'яўляюцца крытэрыі, паводле якіх адбываецца вызначэнне “беларускай музыкі” для ратацыі ў эфіры радыёстанцыі. Дадзеныя крытэры былі акрэслены Міністэрствам інфармацыі РБ. Паводле іх, пад “беларускай музыкай” трэба разумець любыя музычныя творы, напісаныя грамадзянамі Беларусі, выхадцамі з Беларусі, незалежна ад месца іх цяперашняга пражывання і грамадзянства. Да “беларускай музыкі” адносяцца таксама творы другіх аўтараў, не маючых ніякага дачынення да Беларусі, але аранжыроўкі якіх выкананы беларускімі аранжыроўшчыкамі ці кампазітарамі. Згодна з тымі ж крытэрыямі да “беларускай музыка” адносяцца творы, напісаныя з удзелам грамадзян, маючых дачыненне да Беларусі незалежна ад таго, аўтарам музыкі альбо тэкста быў гэты грамадзянін. Такія ж правілы распаўсюджваюцца і на выканаўцаў: дастаткова ў складзе гурта быць аднаму беларусу па паходжанню (нават не грамадзяніну Беларусі) і усе, выконваемыя гэтым гуртом творы, ужо аўтаматычна залічваюцца як беларускія. На практыцы гэта выглядае так: калі беларускі аўтар зробіць аранжыроўку на сімфонію Бетховена, то ўсю спадчыну Людвіга можна лічыць беларускай. Калі сур'ёзна прааналізаваць дадзеныя крытэрыі, то можа ўзнікнуць заканамернае пытанне: гэтыя крытэрыі былі ўведзены толькі па прычыне таго, што беларускі музычны фонд сапраўды з'яўляецца настолькі бедным, што прыйшлося пайсці на такія меры? На жаль, мы не ведаем чым кіраваліся чыноўнікі з Міністэрства інфармацыі і Міністэрства культуры пры вызначэнні крытэрыяў беларускай музыкі, але можам канстатаваць, што зроблена гэта досыць непрафесійна і нават авантурыстычна.

Вялікай праблемай да гэтага часу застаецца моўная дыскрымінацыя. Былі неаднаразовыя выпадкі, калі музычныя рэдактары адмаўлялі прымаць запісы, якія былі зроблены па-беларуску, з фармулёўкай, што запісаны матэрыял не адпавядае якасці неабходнай для ратацыі на радыёстанцыі. Сітуацыя даходзіла да абсурду тады, калі праз некаторы час музыкі прыносілі той жа матэрыял, толькі запісаны на рускай або англійскай мове - гэтым разам трэк ужо адпавядаў якасці неабходнай для ратацыі. Акрамя таго былі выпадкі, калі прадстаўнікі дырэкцыі некаторых радыёстанцый абразліва выказваліся аб беларускай мове і адмаўлялі прымаць па гэтай падставе запісы беларускамоўных выканаўцаў.

Такім чынам беларуская мова фактычна не гучыць на частотах FM-радыё. Рашэнне дзяржавы аб 75% квоты абавязковага гучання беларускай музыкі ў дзённым радыёэфіры не прадугледжвала канкрэтнага моўнага патрабавання. Ідэолагі дадзенай квоты вельмі любяць ставіць прыклад Францыі, дзе на радыё таксама існуе квота, але чыноўнікі не ўлічылі той факт, што французская квота ўсталявала 60% музычнага вяшчання на роднай мове. У дадатак да гэтага варта прывесці прыклад дзейнасці ў Францыі “моўнай паліцыі”, якая праводзіць маніторынг СМІ на прадмет выканання ўсталяванай квоты, але гэта квота распаўсюджваецца толькі на радыёСМІ з дзяржаўным капіталам: камерцыйнае радыё самастойна вызначае ўласную праграмную палітыку. Фіксаваныя квоты ўжытку нацыянальнай мовы ў радыёэфіры дзейнічаюць і ў краінах-суседках: на Украіне і ў Літве.

У Беларусі, па выніках розных маніторынгаў, доля беларускамоўнага вяшчання складае ад 3 да 9%. Такім чынам, у эфіры з абсалютнай перавагай гучыць музыка на рускай мове. Пры заяўленай роўнасці беларускай і рускай моў у Беларусі асноўныя фінансавыя сродкі беларускіх падаткаплацельшчыкаў выдаткоўваюцца на падтрымку

рускай мовы, якая такой падтрымкі не патрабуе. Таму мы можам канстатаваць, што ў сённяшняй Беларусі мае месца фінансава-эканамічная дыскрымінацыя беларускай мовы.

Высновы і рэкамендацыі

Шоў-бізнэс, як і іншыя віды камерцыі, з'яўляецца найбольш самастойнай і мабільнай часткай беларускага грамадства, які здольны прыносіць прыбытак дзяржаве. Але пры гэтым патэнцыйны яго ўнёсак у эканоміку краіны дагэтуль застаецца недаацэненым. Асобныя меры па лібералізацыі вядзення шоў-бізнэсу (як напрыклад адмена “чорнага сьпісу” ці правядзенне open-air’аў) можна ацаніць як частковыя і паверхневыя.

Ліберальныя настроі шоў-бізнэсу не дазваляюць яму пагаджацца з сённяшнімі правіламі гульні, але ў той жа час і не дазваляюць яму самастойна выжываць у склаўшымся асяродку. Шоў-бізнэс не імкнецца ўплываць на дзяржаву, аддаючы перавагу прыстасоўваюнню і чаканню паляпшэння ўмоваў “зверху”.

Наступныя прапановы могуць пасадзейнічаць лепшаму развіццю шоў-бізнэсу:

- абвясчэнне асабістай маёмасці як найбольш эфектыўнай формы гаспадарання на айчынным медыярынку;
- правядзенне рэальных рэформ у сферы культуры, якая напрамую ўзаемадзейнічае з шоў-бізнэсам;
- стварэнне стабільных і роўных правілаў для ўсіх эканамічных агентаў, задзейнічаных у шоў-індустрыі;
- стварэнне прававога поля для абароны інтарэсаў шоў-бізнэсу перад дзяржавай;
- скасаванне моўнай дыскрымінацыі (паляпшэнне пратэкцыянісцкіх захадаў з боку дзяржавы: замест існуючага закону аб 75% увесці закон, які рэгулюе ўжыванне беларускай мовы ў эфіры альбо даць магчымасць кожнай радыёстанцыі самастойна вырацоўваць уласную праграмную палітыку);
- павышэнне сацыяльнай ролі шоў-бізнэсу для раскрыцця яго патэнцыялу;
- стаўка на дыялог з органамі ўлады;
- скасаванне бюракратычных працэдур і бар’ераў.