

## **Секция «Журналистика»**

### **Стратегия развития регионального телевидения, на примере региональной телекомпании ФГУП ВГТРК «Бурятия» г. Улан –Удэ**

***Цыремпилова Наталья Галсановна***

*Студент*

*Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Ф. Филиппова,*

*Гуманитарный факультет, Улан-Удэ, Россия*

*E-mail: tsyrempilova.natali@yandex.ru*

Телевидение – одно из самых уникальных изобретений человечества, которое дало толчок к развитию журналистики, науки, искусства, литературы. Появление телевизионного источника информации во многом оказало влияние на развитие общества.

Каналы Центрального телевидения сегодня вещают на все регионы России, однако они крайне редко освещают проблемы регионов. Именно региональное телевидение имеет возможность налаживания тесного контакта с аудиторией. Региональное телевидение также имеет возможность осуществлять не только информационную функцию, но и социальную, которая выражается в помощи и поддержке определенных групп населения.

территориального отделения филиала ФГУП ВГТРК «Бурятия» в городе Улан-Удэ.

Век телевидения Бурятии ведет свой отсчет с 1961 года, когда в июне этого года был введен в постоянную эксплуатацию Улан-Удэнский программный телевизионный центр, и постановлением Совета Министров Бурятской АССР 10 июня 1961 года была организована «Улан-Удэнская студия телевидения».

Поскольку ФГУП ВГТРК «Бурятия» функционирует как государственная компания, основным источником финансирования компании является государственные субсидии. Данные субсидии настолько малы, а два других источника дохода – доходы от рекламы и плата за подключение – настолько неразвиты, что мы приходим к выводу: финансирование данного предприятия осуществляется по остаточному принципу. Заработная плата сотрудников (если говорить о стимулировании) является скорее отрицательным рабочим стимулом, нежели положительным.

Связь выше указанных проблем с низким уровнем развития управления в данной организации очевидна. Их решение, на наш взгляд, целесообразно осуществлять в трех основных направлениях:

- привлечение дополнительных источников финансирования (участие в конкурсах и грантах, привлечение инвестиций и благотворительных средств);
- совершенствование кадровой политики (профессиональное и социальное развитие кадров, повышение уровня организационного развития, создание системы мотивации и стимулирования сотрудников);
- расширение инфраструктуры рынка услуг (платные рекламные услуги, создание целевых передач, более тесный контакт с аудиторией).

Данные направления должны стать основой стратегии развития регионального телевидения, поскольку они представляют собой своего рода этапы развития.

Успех государственных региональных компаний сегодня напрямую зависит от количества дополнительных источников финансирования.

Поскольку ФГУП ВГТРК «Бурятия» не является акционерным обществом, единственным способом привлечения инвестиций для данной компании является стратегическое инвестирование. В сложившихся условиях оно может проводиться в двух направлениях, связанных с реформированием предприятия:

1. Изменение организационной структуры и методов управления. Данное направление реформирования нацелено на совершенствование процессов управления, обеспечивающих основные функции эффективно действующего предприятия, и организационных структур предприятия, которые должны соответствовать новым процессам управления. В условиях реструктуризации системы управления ФГУП ВГТРК «Бурятия» и оргструктуры, на наш взгляд, наиболее целесообразно:

нахождение и устранение лишних звеньев в управлении;

введение в процессы управления и соответствующие организационные структуры недостающих звеньев;

налаживание информационных потоков в части управленческой информации;

проведение других сопутствующих мероприятий.

2. Реформирование производства. Данное направление реструктуризации нацелено на совершенствование производственных систем. Целью в нашем случае может быть повышение эффективности производства услуг; повышение их конкурентоспособности, расширение ассортимента или перепрофилирование. Данный процесс в условиях ФГУП ВГТРК «Бурятия» может осуществлять, в первую очередь, за счет освоения и внедрения перспективных, наиболее востребованных информационных услуг.

3. Безвозмездные пожертвования организаций и физических лиц. Возможно имеет смысл создание благотворительного фонда развития регионального телевидения. Однако, вся информация о доходах и расходах данного фонда должна быть открытой и общедоступной. Такую информацию можно разместить, например, на сайте ВГТРК «Бурятия», чтобы каждый житель мог отслеживать источники, из которых поступают данные средства, и направления, в которых они расходуются.

На втором этапе стратегии развития ФГУП ВГТРК «Бурятия» предполагается совершенствование кадровой политики. Она должна включать, на наш взгляд, следующие составляющие:

- развитие кадров;

- создание системы мотивации и стимулирования сотрудников.

Развитие кадров, как правило, требует определенных финансовых вложений. Наиболее эффективными направлениями в данной области для сотрудников ФГУП ВГТРК «Бурятия» могли бы быть стажировки и командировки в успешные развивающиеся телевизионных компаниях других регионов. Однако, говоря немаловажной составляющей профессионального развития сотрудников является самообразование, и поскольку оно практически не требует финансовых вложений, начинать следует именно с него. Развитие кадров является важнейшей, но не единственной составляющей системы мотивации труда.

Подобное явление обусловлено несколькими факторами:

— непрофессионализм сотрудников;

— совмещение должностей;

— собственно отсутствие мотивации персонала.

Решения данных проблем должно быть основано на следующих принципах:

- в телекомпании должно быть единоначалие, жесткое управление, контроль и справедливость;

- руководитель обязан изучать теорию управления, не полагаясь только на свой практический опыт;

- руководитель обязан четко разделять деловые и дружеские отношения.

Когда уровень мотивации и профессионального развития сотрудников телекомпании достигнет должного уровня, необходимо обратиться к расширению дополнительных услуг как платных, так и бесплатных. Расширение рынка платных услуг наиболее эффективно за счет развития рекламных технологий. Однако привлечение аудитории также является немаловажным фактором в развитии телевизионных компаний. В связи с чем необходима разработка новых телевизионных продуктов (создание передач для целевых аудиторий, смс-викторины, интеллектуальные теле-шоу, обсуждения актуальных тем онлайн и др., благо, что новейшие информационные технологии позволяют сегодня расширить поле деятельности телекомпаний).

В свете выше изложенного, можно говорить о возможности развития регионального телевидения.

### **Литература**

1. Иванова Е.А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы (на примере Ростовской области) / Е.А. Иванова. – Ростов-на-Дону, 2003.
2. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. Е.Л. Вартановой, В.П. Коломийца. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010.
3. Сайт ГТРК «Бурятия» [www.bgtrk.ru](http://www.bgtrk.ru)
4. Россияне о телевидении и общественном влиянии на его содержание. Основные результаты опроса общественного мнения // Сайт исследовательской группы «Циркон» [www.zircon.ru](http://www.zircon.ru).
5. Молоденков А. Кадровые проблемы местных телекомпаний / А. Молоденков // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. – 2010. - 1. – С.