СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Глава 1.

1.1 История возникновения коммерческого телевидения в РБ

1.2 Первая попытка производства в Беларуси телевизионной программы при вложении денег частной компании

1.3 Количество коммерческих СМИ на сегодняшний день

1.4 Коммерческое вещание в современных условиях

1.5 Работа и структура коммерческой телекомпании

1.6 Перспективы развития коммерческих телекомпаний

Глава 2. Частные телекомпании и их продукция

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Экспериментальные исследования, касающиеся существующих в Беларуси коммерческих телекомпаний, представляют большой интерес. Имеются довольно скудные сведения об их деятельности и положении в общедоступной литературе. Это вызвало некоторые трудности при поиске информации и написании курсовой работы. Однако, несмотря на возникшие трудности, мне удалось буквально по крупицам собрать нужную информацию для того, чтобы в полной мере раскрыть эту тему.

В связи с существующей тенденцией к увеличению количества частных телекомпаний, изучение этого вопроса представляет практический и научный интерес. Кроме того, исследование деятельности телекомпаний в реальных условиях сопряжено с большими трудностями, так как зачастую информация, необходимая для полного и планомерного раскрытия темы является закрытой. Поэтому, важное значение приобретает теоретический анализ их деятельности.

К настоящему времени, эта сфера изучена недостаточно, что и подтолкнуло меня взяться за её исследование. Имеющиеся в литературе данные часто противоречат и не соответствуют друг другу. Что связано с отсутствием должного интереса к этой теме. При этом следует заметить, что развитие всего белорусского телевидения в целом во многом зависит и от развития такой его области как негосударственное телевидение. Так как оно является его неотъемлемой частью.

Целью моего исследования является определение положения коммерческих телекомпаний и перспектив их развития в будущем. Для успешной реализации этой цели в курсовой работе сформулированы и решаются следующие задачи: изучить коммерческую телекомпанию как отдельную единицу. ( Определить, как она устроена, из чего состоит, как функционирует). Выявить механизм её существования. Проанализировать деятельность таких структур на территории Беларуси, определить их влияние и значимость в сфере белорусского ТВ. А также, дать оценку их продукции.

Определяя тему для своего исследования, в первую очередь я руководствовалась степенью её изученности. В научной литературе практически нет упоминаний, касающихся этого вопроса. Для меня немалый интерес представляет именно эта сфера, так как она относится к новейшей истории белорусского телевидения. А значит, связана с теми тенденциями и процессами, которые происходят в области современного ТВ. А так как этот вопрос изучен мало, это придало моему исследованию настоящий азарт. Кроме того, свою первую практику я проходила в коммерческой телестудии, поэтому эта тема мне близка. В дальнейшем, я не исключаю возможность того, что моя карьера будет связана с такого рода деятельностью, так как я нахожу её довольно увлекательной и творческой. Что полностью соответствует моим требованиям и предпочтениям в выборе рода занятия.

Глава 1

1.1 История возникновения коммерческого телевидения в РБ

Более двух десятилетий республиканское телевещание работает в режиме самостоятельной трансляционной частоты. После открытия в 1956 г. студии Белорусского ТВ в Минске это был важный этап обретения мастерства на пути к подлинно творческому программированию деятельности. На фоне скудного выбора эфирных частот и неразвитости коммуникационной инфраструктуры это была довольно смелая цель. Подобного рода шаги со стороны как местной, так и центральной власти призваны обеспечить соответствие республиканской телевизионной сети растущему интересу людей к многоканальному, а главное, бесплатному телевидению. Для удовлетворения этих запросов сейчас имеются и определённые возможности. Кроме того, несмотря на разного рода трудности, растёт число локальных студий в глубинке с небольшим объёмом эфира. Интерес к местной информации у аудитории намного выше, чем к поступающей из Минска.

С точки зрения эволюции, характера взаимодействия телевизионного вещания и аудитории многолетний период деятельности национально ТВ можно условно разделить на три основные фазы.

Консервативная. (1985-1991) Несмотря на значительные изменения во внешнем стиле подаче телевизионного материала доминирующем на ТВ оставался авторитарный тип вещания, при котором ТВ целенаправленно навязывает своё мнение аудитории. По существу палитра программ БТ того времени состояла апробированных моделей вещания. Создатели информационно-публицистических циклов белорусского телевидения по-прежнему старались оказывать давление на административные структуры, а то и просто использовали эфир как таран, пытаясь подтолкнуть функционеров к принятию определённых решений. Эта схема, продемонстрировавшая свою неуклюжесть, ещё в годы застоя, при разрушении строгой иерархии партийной подчинённости оказалась и вовсе нежизнеспособной. Для этого периода характерна персонификация новостного вещания, а также исчезновение института дикторов. Существовало 2 программы белорусского телевидения: БТ-1 и БТ-2.

(1991-1993) этот период характеризуется расцветом либерального типа вещательного процесса и наступлением соответствующей фазы эволюции вещания на БТ. Показательно, что в основном новые модели программ были связаны с творчеством отдельных журналистов, которые стремились представить аудитории максимально полную и объёмную картинку. Большей частью это были серьёзные аналитические авторские циклы, которые впоследствии были выкуплены у ТВ коммерческими фирмами и финансировались в дальнейшем за счёт бизнес-структур. Фактически это было преддверие современно фазы, которую в виду множественности разнообразных источников предлагающих информацию можно назвать плюралистичной( с 1993 года и по настоящее время). Метод создания творческих бригад, работающих на основе самоокупаемости программы, широко используется молодыми телекомпаниями. Вслед за первыми попытками финансовой поддержки наиболее перспективных белорусских телециклов они перешли к созданию собственных программ (в первую очередь развлекательной и коммерческой ориентации), а также независимых телекомпаний, кабельных сетей.

 Собственные программы на национальном канале тогда имели 25 негосударственных телекомпаний. Как правило, их подготовка и выдача в эфир осуществлялась на основе договора с главной дирекцией программ Белорусского телевидения и оплачивалась « по бартеру», путём предоставления времени под рекламу. Наиболее преуспевающими были две крупные независимые телекомпании – «Фит» и « Свой круг».

 Одним из переломных моментов в деятельности БТ этого периода стало «время Григория Киселя», человека, незнакомого прежде с телевизионной « лабораторией», пришедшего на БТ со свежим глазом среднестатистического зрителя. Надо отдать должное, этой команде удалось осуществить техническое перевооружение, на базе которого значительно расширился объём вещания , модернизировалась информационная служба, стало осваиваться развлекательно-рекреационное направление.

Однако из поля зрения совершенно выпало областное вещание, ресурсы которого теперь в лучшем случае используются в качестве корреспондентских пунктов. С 1998 перестал выходить информационный сборник « Эфир и час»F па содержанию методический бюллетень, с помощью которого хотя бы на серой бумаге и в полуслепой ротапринтной печати, творческие работники в областях и в столице получали возможность узнать о деятельности друг друга. В этом издании периодически публиковались аналитические обзоры единичных в республике специалистов в сфере телевизионной критики. Прекратила своё существование и еженедельная газета « Белорусское телевидение и радио».

Большой потерей для укрепления творческого потенциала ТВ оказались прерванные контакты с московскими коллегами. В бывшем СССР существовал Всесоюзный ( сейчас Всероссийский) институт повышения квалификации работников телевидения и радио, регулярно проводились всевозможные фестивали – телефильмов, телетеатров, молодёжных, детских и т. Д. ТВ - программ. Никогда представленная белорусская продукция не оставалась незамечено, удостаиваясь призов и дипломов.

Вынужденный уход из стен телевидения целой группы людей, за плечами которых стоял не просто трудовой стаж, а годы, в течение которых они непосредственно созидали самый влиятельный сегмент популярной, народно – демократической культуры, подточил авторитет нынешнего руководства. Но этот этап необходимо было пройти , чтобы в конце концов конкурировать с другими телеканалами.

1.2 Попытка производства в Беларуси телевизионной программы при вложении денег частной компании

Во всем мире телевидение считается одним из самых прибыльных видов бизнеса. Количество государственных, частных, кабельных каналов за рубежом исчисляется сотнями, а их право присутствия в эфире определяется зрительским интересом.

Первой попыткой производства в Беларуси телевизионной программы при вложении денег частной компании была передача "Капитал", которая в начале девяностых выходила в Главной редакции информации при поддержке ПИКФ "Марат". Затем появился "Рейтинг", который создавался на технике Гостелерадио при сотрудничестве и спонсорской поддержке компаний "Эридан", "Старый свет" и "Марат". В то время у фирм, которые решали попробовать себя в телевизионном производстве еще не было собственной технической базы. Их первые шаги были скорее попыткой понять: представляет ли телевидение интерес в качестве новой сферы бизнеса. На определенном этапе государственное телевидение проявляло заинтересованность в частных телепроизводящих компаниях, их даже рассматривали в качестве реального субъекта вещания. Очень быстро стало понятно, что рамки государственного канала для этих компаний становятся малы и для того, чтобы развиваться дальше им нужен собственный эфир. Эта проблема решалась по-разному. В частности, тогда были осуществлены попытки создания сети минского кабельного телевидения, для чего под эгидой Мингорисполкома было организовано акционерное общество МКТ, куда входили ПО "Горизонт" и другие серьезные акционеры. К белорусским частным телепроизводящим структурам стал проявлять интерес международный фонд СМЕ, оказывавший помощь средствам массовой информации в странах Центральной и Восточной Европы, который был готов инвестировать в развитие частного телеканала десятки миллионов долларов. Говорят, что начальный капитал, с которого в свое время стартовал канал НТВ составлял $20млн... Тогда же начали развиваться станции в областных городах и районных центрах, была сделана попытка создать систему ТВС, закуплены локальные ретрансляторы, которые позволяли создать собственную телевизионную сеть.

Все связанные с телевизионным производством компании, которые к этому времени развернулись на белорусском рынке, условно можно было разделить на три категории -- те, кто обладает эфиром, например, "8 канал", "ТВС" и МКТ. Затем -- рекламные агентства, такие, как IP и "Сэлмон", которые по примеру московских "Videointernational" и "Премьер SV" размещали в программах уже готовую рекламу. К следующей категории относятся те, кто занимался собственно производством телепрограмм. К началу 1995 года собственную телепродукцию выпускали телекомпания "ФИТ", две-три программы делал "Свой круг", студия "Рай", "Валидия" и некоторые другие. Будучи в той или иной степени бизнес - структурами, эти компании ставили перед собой задачу продать свой товар, который должен был быть более качественным, нежели тот, который уже имелся на государственном телевидении. Это обеспечивало постоянный рост качества их программ и вселяло надежду на дальнейший рост уровня частных студий. Однако в январе 1995 года стало ясно, что процессы, связанные с дальнейшим развитием телепроизводящих компаний приостановились.

1.3 Количество негосударственных СМИ на сегодняшний день

По некоторым данным на телевизионном рынке Беларуси присутствуют 54 телекомпании, из них 72 процента — частные. По состоянию на 1 мая 2008 года количество зарегистрированных программ составляет 221. Из них 156 радиопрограммы, а 65 – телепрограммы. ( 29 государственных и 36 негосударственных). В Беларуси зарегистрировано 39 телекомпаний, учредителями которых являются негосударственные организации. Наиболее известные среди них:

«Фит»

«Видеофильм»

«Свой круг»

«Скиф»

«СТК»

«Солтек»

«Дион»

«Буг ТВ»

«8канал»

«ТРК Ранак»

Лепельская студия детского телевидения

«42»

« ОКО ТВ»

«Квант»

«2кило»

«Карамболь»

« Нирея»

«Фил ТВ»

«Веста»

Лидское телерадиообъединение

«Каскад»

«Варяг» и другие

(К сожалению, не все коммерческие телекомпании имеют свои сайты в Интернете, поэтому написано только о тех из них, о которых удалось найти информацию.)

1.4 Коммерческое вещание в современных условиях

Для современного телевидения характерно присутствие и усиление роли государственного телевидения, развитие общенациональных телевизионных каналов, увеличение финансирования, укрепление и развитие материально-технической базы, поиски новых телевизионных журналистов. В связи с этим большинство коммерческих телекомпаний являются лишь производителями программ, которые продают государственным телекомпаниям. Это своего рода симбиоз. Чем больше государственных крупных каналов, тем больше шансов на выживание у мелких компаний. Тем больше у них заказов и работы. Но, с другой стороны, такое положение вещей устраивает обе стороны. Если создаваемые частными компаниями программы высокого качества, то для многих крупных каналов выгоднее купить их у них, чем создавать собственные проекты из-за отсутствия необходимой базы, технических возможностей, сотрудников.

1.5 Работа и структура коммерческой телекомпании

Телекомпании можно условно разделить на вещательные (или государственные) и производители (или частные). В идеале работа телепроизводящей компании выглядит следующим образом: фирма делает передачу по заказу вещающей организации, которая впоследствии приобретает ее для показа в своем эфире. Ранее национальная телерадиокомпания, предоставляла эфир для передач производящей компании, рассчитывалась за готовые передачи рекламным временем, причем, часть его возвращалась в бюджет в виде налогов и согласованного с БНТРК процента от платы за рекламу. Но, например, когда на « Фите» появилась новая программа "Криминальная хроника" -- технологически сложная передача, требующая ночных съемок, круглосуточного обеспечения транспортом и иных затрат. Было очевидно, что приобрести такую передачу в готовом виде для Национальной телерадиокомпании гораздо выгодней и проще, чем делать ее самостоятельно. "Криминальная хроника" стала первой частной телепрограммой, которую Национальная телерадиокомпания согласилась покупать и даже заказала "ФИТу" целый цикл из 55 программ.

Как правило, штат сотрудников коммерческой телекомпании невелик. Не более 20 максимум 30 человек. Не все сотрудники имеют высшее образование. Однако по уровню профессионализма и качеству подачи материала не уступают, а порой и превосходят работников некоммерческих телекомпаний.

1.6 Перспективы развития коммерческих телекомпаний

Для координации деятельности независимых телекомпаний была создана Белорусская ассоциация негосударственного телевидения. Члены этой ассоциации уже разработали несколько совместных проектов.

По словам одного из инициаторов этого проекта, исполнительного директора акционерного общества «Минское кабельное телевидение» Петра Черноморца, крупнейшие белорусские негосударственные белорусские телекомпании, ряд банков и фирм, способных проводить значительные инвестиции, и общественные организации объединились в одну телекомпанию под названием «Независимая телерадиокомпания БелТВ», существующую в форме открытого акционерного общества. Цель его - создание второго национального канала.

Вторая идея была рождена непосредственно в недрах акционерного общества «Минское кабельное телевидение». Это создание совместного американско-белорусского СП «Новые телевизионные технологии». В результате использования новейших технологий предполагается обеспечить уже в ближайшее время передачу дополнительно к уже имеющимся восьми новых телевизионных каналов и одновременно значительно удешевить поставку сигнала. Вызывает сомнение лишь один вопрос: будет ли заполнение этих каналов отдано белорусской стороне?

В стадию практической реализации переведен и еще один глобальный план: заключено соглашение об участии в проекте «Славянский канал». Спутниковый телевизионный канал должен будет охватить 700 миллионов потенциальных зрителей (Европа, Азия, часть Африки, часть России, Украина, Белоруссия и т.д.) Канал будет передавать информацию непосредственно из республик и регионов. В проекте участвуют представители Латвии, Литвы, Украины, России и других стран. Каждая сторона будет иметь квоту эксклюзивного времени и возможность передавать сигнал в эфир с собственной территории.

Тем не менее, рассматривать сегодня телевизионное производство в Беларуси как самостоятельный вид бизнеса, по крайней мере, несерьезно. В России, на Украине, Балтии уже существует настоящий телевизионный рынок, на котором телепроизводители предлагают собственную готовую продукцию, а десятки и сотни региональных станций их покупают. Как правило, стоимость программ невелика, прибыль получается за счет продажи большого количества копий, что приносит весьма солидный доход. К примеру, городской канал в Красноярске за год вышел на прибыль около $3млн.

Открытие еще одного белорусского телевещательного канала, означает несомненный прогресс и очевидную выгоду для действующих и потенциальных частных телепроизводящих фирм, ибо дополнительный эфир гарантирует их существование, а возможно даже -- дальнейшее развитие.

Глава 2. Частные телекомпании и их продукция

Пионером среди телекомпаний, тыла « Валидия». Телекомпания занималась производством телевизионной продукции. Была образована в 1989 году, директор – Сергей Гончаров. В то время ещё не было сотрудничества между государственными и частными телекомпаниями. Компания начала сотрудничать с БТ-1, предложила создание ТВ компьютерной графики , потом « Валидия» предложила и телевизионные программы.

Телекомпания «Фит» сыграла значительную роль в развитии белорусского телевидения. Была выстроена по западному образцу. Существовала на гранты фонда « Сорокс». Сотрудники телекомпании проходили стажировку на ВВС. Одной из программ, созданной "ФИТом" стал "Астрологический проноз", который был насыщен рекламой, что позволило взять первый кредит для покупки первой аппаратной. На новой аппаратуре была запущена программа экономических новостей "Экономикст", а затем -- "Проспект" и "Пять минут на шутки". В число работ компании также входят программы "Абїбок", "Автопарк", "Экономикст", "Галерея", "Криминальная хроника". За время работы студия смогла приобрести техническое оборудование, которое позволяет делать передачу "под ключ" и отдавать ее заказчику. Сегодня в "ФИТе" работает около 50 человек, компания располагает более чем четырьмя камерами и двумя аппаратными "Матрокс", конечный стандарт -- "Betacam SP". Объем вещания студии составляет более десяти часов в месяц.

Ещё одна коммерческая телекомпания "Свой Круг". Осуществляет свою деятельность с 1992 года и является старейшей в стране частной телекомпанией. Директор Влад Вашкевич. Является соучредителем ЗАО 2ой национальный телеканал.

Основные направления деятельности это: производство телерекламы, производство телепрограмм, музыкальные видео и киноклипы, представительские, презентационные, учебные, рекламные, юбилейные и информационные фильмы.

Что касается Web-разработок, то здесь осуществляется весь комплекс действий, необходимых для достижения целей проекта, начиная с маркетингового подхода к техническому заданию, дизайна проекта, программирования, необходимой раскрутки данного проекта в сети и заканчивая последующим сопровождением.

Производить собственную телепрограмму может себе позволить только крупная и финансово благополучная организация, так как затраты по ее производству значительно превышают стоимость рекламного времени в телеэфире, и единственным смыслом производства становится имиджевый подход и пропагандистские задачи. Средняя еженедельная телепрограмма продолжительностью около 15 минут в белорусском эфире обходится изготовителям в 1000-1500 €, причем только в случае долгосрочного финансирования, а концертная или шоу программа, продолжительностью около 1 часа, в 3000-4000. € На сегодняшний день в телеэфире БТ, Лад, ОНТ и СТВ существуют телепрограммы всех основных направлений и жанров, что позволяет при необходимости сделать заказной рекламно-коммерческий сюжет любой тематики. Стоимость производства и показа одного такого сюжета продолжительностью 2-5 минут колеблется от 300 до 700 € (все цены указаны для БТ и Лад, для ОНТ они умножаются, а для СТВ делятся приблизительно на 2)

Телекомпания "Свой Круг" также производит размещение телерекламы в эфире всех телеканалов, транслируемых в Беларуси

 Телевизионная реклама в Беларуси может быть размещена на семи эфирных телеканалах, городских кабельных каналах и спутниковом канале "Космос ТВ".

Телекомпания проводит и организует на постоянной основе акции, проекты и мероприятия, в которых можно принять участие. Степень участия и варианты сотрудничества могут быть различными и оговариваются в зависимости от поставленных целей и объема возможных бюджетов.

Одной из ведущих частных телестудий, является студия «ОКО» - это производитель корпоративных, рекламных, презентационных и учебных фильмов на территории Республики Беларусь. Здесь создаются фильмы любой сложности с использованием оригинального теледизайна и применением всех современных технологических возможностей. Студия «ОКО» готова предлагает телевизионное производство рекламных роликов, клипов, корпоративных фильмов, ток-шоу, программ, сериалов, компьютерной графики, мультипликации.

Датой рождения телестудии «ОКО» считается 1996 год, когда в эфир Белорусского телевидения вышел первый выпуск одноимённой ТВ–программы «ОКО. О рекламе и не только».

Сегодня Телестудия «ОКО» включает в себя три компании («Око-Инфо», «Око-ТВ» и «Мастер-Фильм») и является одним из ведущих производителей на территории Беларуси как телевизионных постановочных программ и ток-шоу, так и рекламных фильмов и роликов.

Телестудия «ОКО» обладает многолетним опытом работы в области производства и адаптации рекламных роликов, а так же корпоративных, презентационных и рекламных фильмов. В частности, её клиентами были: Coca Cola, Fiat, DHL, BMW (Рими-авто), Gallina Blanka, Kodak, Libresse, Lufthansa, Mazda (Holpy), Mobil, Opel (PM Маркет), Philips, Schwarzkopf & Henkel, кондитерская фабрика Спартак, Пинскдрев, Белита, Витэкс, Милавица, радио Юнистар, ВнешИнтурист, Белорусская железная дорога, Министерство культуры РБ, Национальный академический театр оперы и балета РБ, сеть магазинов обуви «Стэп», компания «Онега» и многие другие. Постоянный клиент - компания Савушкин продукт, для неё созданы ролики «Биофилин», «Пробилайф», «Хуторок», «Магия», «Белый вальс», «Йогурт «Класс».

Студия награждена многочисленными дипломами международных фестивалей рекламы:

Международный Минский фестиваль рекламы “Золотой волк” (Минск). Призеры фестиваля.

Международный фестиваль рекламы “Европейская линия” (Минск). Призеры фестиваля.

Фестиваль рекламной пародии “Алюминевый огурец” (Москва). Почетный Диплом.

Евразийский телефорум (Москва). Специальный диплом жюри «За информационную поддержку в Беларуси».

Киевский Международный Фестиваль рекламы (Украина). Ролики «ОКО» - призеры в нескольких номинациях.

Телекомпанией было создано множество телевизионных проектов. Так с 1996 г. по 2001 г. выходила еженедельная ТВ–программа «ОКО», посвященная рекламе во всех ее проявлениях, вопросам бизнеса, общественных и социальных связей, искусства.

С 2000 г. по 2005 г. - молодежное ток-шоу «5х5», 4 раза в неделю по 52 мин. в прямом эфире на Первом национальном телеканале. Ведущими были старшие школьники и студенты ВУЗов.

С 2001 г. по 2004 г. - сложно-постановочная 13-минутная детская развлекательная программа «5 чудес» на Первом национальном телеканале. В программе участвуют профессиональные актеры, школьники и виртуальные персонажи, созданные на базе современных компьютерных технологий.

В 2001 г. выходило ток-шоу «Дела житейские» - вечерний разговор с известными людьми на бытовые темы, касающиеся всех и каждого.

Ноябрь 2001 г. – главный новогодний проект Первого национального телеканала - игровой художественный видеофильм «Новогодние приключения или Поезд № 1». Действие фильма происходит в новогоднюю ночь в поезде Москва-Минск № 1, в котором едут знаменитые россияне и белорусы: ученые, музыканты, спортсмены. В главной роли снялся известный российский актер Д. Харатьян. (Через 4 года идею с поездом в новогоднюю ночь использовал и Первый канал России).

2002 г. – спортивный семейный телепроект «Молодая Беларусь» (4 выпуска). В 4-х этапах соревнуются спортивные семьи из разных уголков Беларуси. Семья-победительница едет в парижский «Диснейленд».

2002 г. - спортивное телешоу «7 дней – 7 боев». Программа включала лучшие бои Международного турнира по боксу с участием Николая Валуева.

В тот же период «ОКО» разрабатывает дизайн студии и компьютерную упаковку для информационно-аналитической программы «Главный вопрос».

2002 г. - ток-шоу о телевидении «Ложка меда» 52 мин.

2002 г. - телепроект «Музыкальная ночь», представляющий собой концерты исполнителей в минских ночных клубах, а в перерывах блоки из музыкально-развлекательных программ: «Рекламоход» - лучшее из коллекций фестивалей рекламы, «Кузин-Хит» - о парадоксальных и необычных фактах из жизни композиторов и исполнителей, «Матрица» - обзор музыкальных сайтов и рассказ о новостях шоу-индустрии, «Музыка в кино» - саундрэки к фильмам, «20-й век» - музыка ушедшего века, «Всё» - клипы и исполнители не для дневного показа. 2003 г. – 2004 г. Реалти-шоу «Моя страна». Отбор непрофессиональных актеров во всех регионах страны для съемок будущего телесериала о Беларуси. В каждой области отбирались шесть пар (юноша и девушка), которые снимались в 3-мин. сценках. В течение месяца зрители еженедельно смотрели как отбирались пары, как репетировали, и что из этого получилось. Раз в неделю голосовали за лучшую пару. На итоговом ток-шоу определялась лучшая из шести пар от области. В финале лучшие пары собирались в Минске, где в течение 2-х месяцев с ними работали профессионалы по сцен.речи, сцен.движению, гриму и т.д., а также продолжались съемки различных сценок. В финальном ток-шоу зрители выбрали лучшую пару.

2004 г. – 2006 г. - детский тележурнал «Бум» (4 раза в неделю по 26 минут) для детей 7-12 лет. Постановочные эпизоды с учителем Макар Макарычем и его учениками перебиваются познавательно-развлекательными сюжетами.

2004 г. - «Точка» - конкурс молодых исполнителей (26 минут, 1 раз в неделю).

2004 г. – 2006 г. – рубрики для утренних блоков Второго национального телеканала: «Даты» - события этого дня в истории, «Мелочи жизни» - советы из разных сфер жизни, «Погода» - прогноз на неделю по регионам Беларуси перемежается анекдотами веселого ведущего.

2004 г. - Новогодний проект «Пой, страна» для Первого национального канала. Караоке для телезрителя под утро новогодней ночи.

2005 г. - 2006 г. - Телепроект «Спасатели» - воссоздание (реконструкция) происшедших событий, использование документального оперативного материала, отснятого в момент трагедии и спасения МЧС и МВД. Портреты лучших специалистов своего дела.

2005 г. - 2006 г. - Молодёжное ток-шоу «Плюс и Минус», в котором команды ПЛЮС и МИНУС спорят на актуальные для Белоруссии темы, сопровождая своё выступление аргументами гостей и участников проекта.

2005 г. - 2006 г. - Молодежный проект «Твой формат», где каждый житель нашей страны может позвонить и рассказать о событиях и достопримечательностях в своём городе, школе, дворе. 4 выпуска в неделю по 6 познавательных и социально-значимых сюжета.

В настоящее время выходит в эфир ностальгический проект «Рождённые в СССР» .Это патриотический проект, который охватывает максимально широкую аудиторию. Ведущие – два брата - телережиссёр Иван Пинигин и театральный режиссёр Николай Пинигин.

Молодежная программа «Есть контакт»

Программа для молодежи, которая рассказывает обо всем, что интересует людей, считающих себя молодыми: от поисков работы до моды и стиля, от учебы до музыки, от компьютеров до путешествий.

Телешоу «Суперлото» - телевизионная лотерея с развлекательной шоу-программой.

Интеллектуальная шоу-игра «Лестница»

Компанией были созданы музыкальные клипы группам: «Леприконсы», «Ляпис Трубецкой», «Белорусские Песняры», «Джей Морс», «Куклы», «Тяни-Толкай» , а также более 20 видеоклипов в музыкальных проектах телеканала ОНТ.

Телеканал "МедиаСеть ТВ" полностью поддерживается телестудией "ОКО", на канале выходят в эфир программы, которые на студии создаются специально для него. Это принципиально новые для телестудии проекты, широко охватывающие интересы, работу и досуг телезрителей.

На российском, как и на международном ТВ рынке существует глобальная тенденция: доля общенациональных каналов уменьшается, а региональных и сетевых – растет. Это не минует и Беларусь – но, как правило, с запозданием на 5-7 лет. Региональные телестанции имеют высокий рейтинг в своих городах. В основном они занимаются производством новостей – производством информационных программ, а также развлекательных, социальных, криминальных. По количеству аудитории города различаются: аудитория областных городов - это 300000-500000 зрителей, есть города с аудиторией в 30-40 тысяч зрителей, в среднем же - это города со стотысячной аудиторией.

Некоторые станции, такие, например, как «Варяг» (г. Пинск), «Ранак» (г. Светлогорск), «Скиф» (г. Орша) имеют свои радиостанции, где также возможно размещение рекламных материалов. А в некоторых городах существуют настоящие медиа-холдинги, в рамках которых работает и ТВ, и радио, и газета. Общая численность аудитории телеканалов в городах, с которыми мы сотрудничаем – более 4 миллионов человек.

 «Телерадиокомпания «Гродно» -- это современная медиа-компания по производству профессиональной эфирной теле- и радиопродукции на рынке региональных телерадиокомпаний Беларуси. Директор – ПЕРЦОВ Владимир Борисович. В настоящее время телевизионная продукция компании представлена на национальном телеканале «Лад». Для регионального эфира готовятся программы: «Губерния», «Рубикон», «Время спорта», «Потребительская корзина». По заказу продюсерского центра телеканала «Лад» телерадиокомпания «Гродно» производит программы: «Дела семейные», «Мгновение вечности», «Росчерк времени», «Мой город», «Вторая родина», а также ежедневные выпуски «Новостей». С сентября 2004 года по заказу Гродненского областного исполнительного комитета выходит новый еженедельный цикл «PRO-движение» – 30-минутная молодежная программа.В 2005 году ТРК «Гродно» подготовлены новые проекты для республиканского и регионального эфира: информационнно-развлекательный тележурнал «Мужской интерес»; цикл из шести программ о жизни белорусского национального меньшинства в ближайшем зарубежье, о событиях в жизни белорусской диаспоры Польши и Литвы. Для телерадиокомпании приоритетным является информационное вещание. Несомненное преимущество телерадиокомпании – актуальная, оперативная местная информация для жителей Гродно и регионов.Радиовещание представлено эфиром радиостанции «Радио Гродно», а также региональными включениями областного радио в эфире Первого Национального канала радио. «Радио Гродно» стала одной из первых региональных радиостанций в стране, добавившей к вещанию на УКВ частотах работу на волне 101,2 FM.С 2004 года введены в эксплуатацию радиовещательные передатчики в Геранёнах, Слониме, Сморгони, с 2005 – в Свислочи, что позволило увеличить аудиторию слушателей «Радио Гродно» как в Гродненской области, так и в приграничных районах.

Телерадиокомпания «Гродно» активно развивается. Сейчас полным ходом идет ее техническое перевооружение, оснащение современной цифровой техникой. Это дает возможность на более высоком уровне готовить и выпускать в эфир как уже существующие программы, так и новые проекты. Существует также коммунальное унитарное предприятие «Лидское телерадиообъединение».Главный редактор – ПОЗНЯК Нина Михайловна. Редакция создана 1 июня 2000 года.

31 декабря 2004 года вышла в свет первая программа Лидского телевидения. Ежедневно жители г. Лиды имеют возможность получать оперативную информацию с экранов телевизоров о жизни города и района. Часовая телепрограмма включает в себя блок новостей, поздравления и рекламу. Выходит в 19.00 и в 10.00.

Телестудия «Каскад» СПК «Октябрь» Гродненского района

Телестудия «Каскад» работает с 1993 года. Выходит в прямой эфир каждую субботу и воскресенье, начиная с 18 часов. Время вещания – 8 часов в неделю. В программе телестудии – будни и праздники хозяйства. Ведется большая культурно-просветительская и образовательная работа, как среди взрослого населения, так и среди детей и подростков. Директор – ЗАНКОВСКИЙ Владислав Марьянович. Для того, чтобы информировать работников своего хозяйства обо всех новинках, снимается много репортажей, связанных с открытием животноводческих объектов, зажинок, дожинок, всех праздников, которые проводятся на территории хозяйства.

Эфирное время предоставляется работникам милиции, МЧС, ГАИ, охраны природы. Частыми гостями телестудии «Каскад» являются работники здравоохранения, которые информируют население об эпидемиях и консультируют по возникающим вопросам. Особое место уделяется профилактике СПИДа. Постоянные гости студии «Каскад» - народные умельцы, ветераны войны и труда, самодеятельные поэты, творческие коллективы. Самой большой популярностью пользуется программа «Желаем Вам». Это поздравительная программа, посвященная именинникам и юбилярам. Музыкальная программа «Молодежный калейдоскоп» знакомит зрителей с творчеством популярных исполнителей отечественной и зарубежной эстрады. В праздничные дни проводятся телеигры «Звуковая дорожка» и «Шанс». На кануне каждого профессионального праздника в эфир выходит поздравительная передача «От всей души».«Все про все» - это развлекательно-познавательная программа. «Хозяюшка» знакомит с разнообразными кулинарными рецептами. В программе «Гороскоп» - дается астрологический прогноз на предстоящую неделю. А «Новинки литературы» знакомят юных зрителей с наиболее интересными книгами. «Школа этикета» - программа, состоящая из цикла уроков по соблюдению правил этикета. С 2004 года к 60-летию Великой Победы выходит тематическая программа «Встречи с ветеранами».

ООО Дион занимается разработкой и проведением рекламных кампаний. Изготовлением видеорекламы. Проведением презентаций, рекламных акций, шоу. Разработкой бренда. Размещением рекламы во всех СМИ. Находится в Могилёве. Основана в 1991 году. А также предоставляет такие услуги как производство документальных, образовательных и обучающих фильмов. Создание рекламных роликов. Производство короткометражных фильмов и клипов, промышленных и технических фильмов. Предоставляет услуги по созданию телевизионных программ по спецификации заказчика, производство киноанонсов, киноафиш для киноиндустрии.

Телекомпания "Скиф" начала свою работу в г. Витебске в апреле 1995 года.

Первой собственной телепрограммой ТК "Скиф" стали регулярные выпуски "Новостей". Для более полного освещения жизни Витебской области в эфир выходит коллективный проект станций, входящих в ТК "Скиф" (Орша, Полоцк, Борисов, Витебск) - программа "Регион": специальные выпуски новостей, состоящие из тематических сюжетов региональных телекомпаний.

Следующей программой стал "Диалог в прямом эфире" - это теледебаты на актуальные социальные и культурные темы между гостями в студии и зрительской аудиторией. Информационно-публицистическая программа "Правопорядок" освещает деятельность правоохранительных органов, МЧС, налоговой, таможенной служб, прокуратуры.

"Сила закона" – получасовая программа в прямом эфире, направленная на создание и поддержание позитивного имиджа работников правоохранительных и контролирующих служб, профилактику преступности среди населения.

О жизни молодежи и подростков, о проблемах, волнующих молодое поколение, идет разговор в интерактивной информационно-развлекательной программе "Точка зрения". Информационный проект, рассказывающий об актуальных проблемах современного общества, о людях, которые живут рядом с нами - "Крупным планом". Журналисты проекта готовы рассказать о насущных проблемах простых горожан, об их жизни и ежедневном труде.

Программа "Врача вызывали?" - это пропаганда здорового образа жизни, полезные советы, комментарии специалистов-медиков.

"Изюминка" - авторская программа для стильных, деловых, модных и красивых. Это программа для женщин и о женщинах. Секреты и уроки красоты, стиль и мода, здоровье, фитнес, подарки и сюрпризы, - обо всём этом и многом другом смотрите в новой передаче. Мы поможем Вам найти свою изюминку, не затеряться в толпе и в любой ситуации оставаться уникальной и неповторимой.

Выходит в эфир новая передача выходного дня - "Домашний очаг". Программа рассказывает о том, как сделать свой дом уютным, привлекательным и удобным для всей семьи.

Основываясь на примере ведущих российских и белорусских телеканалов, творческий коллектив ТК "Скиф" организовал "Миг Удачи" - телевикторину, основанную на принципе интерактивных игровых шоу "вопрос-ответ".

По заказу фирм и организаций создано большое количество рекламных видеороликов: игровых и с использованием компьютерной графики.

Создан целый ряд представительских фильмов о предприятиях города Витебска. В их числе Витебское отделение белорусской железной дороги, Витебская ТЭЦ, ОАО "Керамика", Витебский филиал Белгосстраха, СООО "Марко", СООО "Белвест", Витебская СЭЗ, ЗАО "КИС", СООО "Фортэкс-водные технологии", ДП "Викос-продукты питания", ИП "Вителла".На протяжении ряда лет телекомпания "Скиф" занимается производством документальных фильмов. Часть из них получили признание в разные годы на международных фестивалях документального кино. Ведется работа по производству телесериалов.

Студия «42» (подразделение ООО «42 Медиа») представляет собой творческое объединение людей, профессионально работающих в теле-, кино-, видео-, аудиопроизводстве.

Основные направления:

ТВ-программы;

ток-шоу;

рекламные ролики и плакаты;

корпоративные, обучающие фильмы;

документальное кино;

радиопередачи.

Основной костяк компании составляют специалисты высокого профессионального уровня — продюсеры, режиссеры, дизайнеры, операторы, сценаристы, журналисты — стаж работы которых составляет более 10 лет. На сегодняшний день телекомпания производт рубрики «Твой выходной» (эфир на канале ОНТ в программе «Субботнее утро»), «Новые люди» (эфир на канале ОНТ в программе «Воскресное утро»), «Доказано» (эфир на канале ОНТ в программе «Субботнее утро»). Молодежную программу «PRIVET.TV» (эфир на Первом музыкальном канале, по субботам в 11:00).

Медиагруппа «42» является компанией-производителем с собственной технической базой.

Производит такие телевизионные программы как:

«Твой выходной»

Телепрограмма о том, как максимально интересно провести время с вечера пятницы по утро понедельника. В какую страну полететь, какие руины посетить, где пива холодного попить...Выходит в утреннем эфире выходного дня на канале ОНТ.

«Программа У»

Молодежная программа о музыке, моде, необычных увлечениях и активной жизни. Выходит на 20-ти региональных телестанциях в прайм-тайм.

«Новые люди»

Программа для тех, кто не боится принимать решения, менять жизнь, открыт для новых идей. Эта программа и о тех, кто реализовал себя, кто уверенно смотрит в свое будущее, своим примером может помочь другим. Эфир в программе "Воскресное утро" на канале ОНТ (8:10).

«PRIVET.TV»

Динамичная, интерактивная программа для молодых людей, которые идут в ногу со временем. Благодаря большому количеству рубрик, программа представляет собой калейдоскоп ярких и позитивных сюжетов. Главная особенность - программа предлагает зрителям активно участвовать в создании и её формировании .Для этого нужно позвонить на номер горячей линии программы или отправить SMS с темой для сюжета.

«Тайны и преступления прошлого»

В XIV веке в местечке Крево загадочным образом умер князь Кейстут. Случилось это в темнице одной из башен замка, куда князь был заточен своим племянником Ягайло. Версии смерти (или убийства?) выдвигает ведущий фильма, а эксперты их поддерживают или опровергают.

Юмористическая рубрика «Доказано»

Исследователи Алекс и Юстас тщательно изучают заданную тему, а какие-то явления пробуют на себе и потом выносят вердикт, скорее всего, разбивают общественные стереотипы самыми радикальными методами, но с юмором.

«Мобильная компания»

Мобильное утро с компанией VELCOM на канале ОНТ. Просто, занимательно и практично о новинках рынка сотовой связи и мобильных технологиях.

«Профессия VELCOM»

Специальный корпоративный проект компании VELCOM в национальном эфире. От установки вышки мобильной связи до разработки тарифного плана. Истории профессионального успеха и тонкости создания мобильной связи от сотрудников первого мобильного оператора.

Ток-шоу «Время жить!»

Производилось в рамках совместного проекта Программы развития ООН и Министерства здравоохранения Республики Беларусь «Профилактика и лечение ВИЧ/СПИДа в Республике Беларусь».

ЗАО "8 КАНАЛ", как самостоятельное СМИ, было зарегистрировано 19 августа 1996 года. Телекомпания «8 канал» приступила к вещанию своих программ 3 октября 1996 года. В настоящее время «8 канал» осуществляет вещание с 700 до 2400 в будние дни и с 900 до 2400 –– в выходные. Сигнал «8 канала» распространяется в радиусе до 90 км вокруг г. Минска, на территорию с населением около 3,5 миллиона человек. На канале работает профессиональная команда специалистов во всех областях телевизионного производства и вещания. Компания ЗАО «8 канал» активно занимается производством документальных фильмов, презентационных видеофильмов, телевизионных программ, репортажей, мини-фильмов рекламного характера, рекламных роликов и музыкальных видео клипов, которые могут транслироваться и на других каналах ТВ (ОНТ, 1-й музыкальный, РТР, БТ, СТВ, ТВЦ), а также размещением бегущих строк в эфире. Телекомпания «8 канала» качественно и в самые сжатые сроки разрабатывает и успешно проводит любые рекламные кампании. В сентябре 2005 г. ЗАО «8 канал» совместно с ООО «БелРосРеклама» запустили эксклюзивный проект –– размещение рекламы на плазменных панелях минского метрополитена. Используются экраны Samsung диагональю 160 см. Панели размещаются на перронах метрополитена по 2 экрана на станции (см. «Рекламная служба»). ЗАО «8 канал» активно сотрудничает со Вторым Национальным телеканалом (ОНТ). Для программы «Наше утро» мы производим такие рубрики как «В печать», «Обзор светской печати», «Полезные советы», «Народный календарь».Программная политика «8 канала» –– семейно-развлекательная, направленная на все возрастные и социальные группы –– сделала канал популярным среди населения. В программу передач входят художественные и документальные фильмы, сериалы и мультфильмы, информационно-познавательные передачи, а также собственные программы. «8 канал» производит местные информационные и спортивные программы, новости кино, программы экономической направленности, передачи для детей и подростков, прогноз погоды. Телекомпания «8 канал» неоднократно награждалась дипломами за цикл фильмов «Знакомьтесь: Беларусь», а на фестивале «Золотой нищий» – 2003 в Словакии –– за фильм «Ли Харви Освальд. Неизвестная жизнь в России» –– специальным призом Австрийской журналистской ассоциации. Телекомпания официально приобретает программный продукт. Программы телекомпании «8 канал» были высоко отмечены на Всемирном конгрессе русской прессы в Берлине в 2002 году. В 2001 году «8 канал» построил собственный телевещательный центр: передатчик, передающая антенна и мачта находятся в собственности компании. ЗАО «8 канал» самостоятельно формирует сетку своего вещания, обходясь без ретрансляции зарубежных каналов. Его телепрограммы не носят деструктивного характера, а учитывают интересы всех социальных и возрастных категорий зрителей.

В вещательном диапазоне первой крупной альтернативой государственному телевидению стал именно 8-ой канал. Уже в первые месяцы своего существования канал свободно конкурировал с национальным телевидением. После работа канала была приостановлена в связи с новым указом о выдаче лицензии.

После реабилитации 8-го канала право работы на нем получили четыре коммерческие телекомпании - «Рамас», МКТ, ММ-4 и «Акционерное общество 8-ой канал», предложившие наиболее интересные концепции вещания\*.

Телекомпания «Нiрэя» находится в Гомеле. Её директор Александр Шакала. Компания занимается производством и демонстрацией киновидеопродукции, рекламы. Транслирует передачи на 35-дециметровом канале. Аудитория - 510 тысяч человек (г.Гомель, Гомельский район, города Добруш, Речица, Буда-Кошелево; Клинцы и Новозыбков -Россия). Продолжительность эфира: в будние дни с 13.00 до 24.00, в выходные - с 0.00 до 24.00. Программы собственного производства: "Твой день", "Городские новости", "Крупным планом", "Телевитрина", "Телегазета", "Вакансии" «Телевещание».

Телерадиокомпания "Телевид", г. Речица, директор Евгений Дудкин Производит собственную телевизионную программу «Речица ТВ» и распространяет её на территории Речицкого района. Вещание осуществляется посредством собственного передатчика в открытом эфире ежедневно продолжительностью до 10 часов в сутки. Накоплен богатый творческий потенциал по производству документальных и учебно-методических фильмов, рекламных видеороликов. Выпускает еженедельную информационно-рекламную газету "Телевид-инфо" тиражом 7500 экземпляров.

Телекомпания "Ранак", г. Светлогорск

Выходит в эфир на 36-дециметровом частотном канале. Аудитория - 80 тысяч человек. Время выхода в эфир - ежедневно с 17.30 до 23 часов. Виды деятельности: видеопроизводство информационных, развлекательных и коммерческих программ. Производство программ рекламной, развлекательной и детской тематики. выпускает еженедельную информационно-рекламную газету "Ранак-плюс". Тираж издания превышает 14000 экземпляров. Директор Игорь Кашликов.

ОДО "Студия КОМПАС» находится в Гомеле, осуществляет свою деятельность как телерадиокомпания: производство телерадиорекламы, размещение в эфире областных и республиканских СМИ, производство документальных фильмов и т.д., занимается замещением рекламных блоков на телеканалах ТВЦ и REN-TV.

Телекомпания «Варяг» находится в Пинске. Охватывает аудиторию около 300000 человек. Стандарт оборудования VHS, количество часов вещания –8.

Телекомпания «Солтек» находится в Солигорске. Охватывает аудиторию около 100000 человек. Канал вещания 7 МВ, стандарт оборудования S-VHS, количество часов вещания – 9.

В Борисове негосударственное телевидение представлено филиалом ООО «Телеком-Гарант» (телекомпания «СКИФ»). У канала культурно-просветительский формат. Эфир строится на основе новостных и авторских программ. Наиболее значимыми являются программы «Позиция», «Правопорядок», «Регион» и «Плюс». В перерывах между программами транслируются музыкальные клипы белорусских исполнителей. Телекомпании также создает документальные фильмы, посвященные проблемам экологии, профессиональной ориентации молодежи, и социальные ролики. Общий объем вещания в неделю – не менее 115 часов.

Телекомпания «Веста», г. Бобруйск, охватывает аудиторию около 250000 человек, канал вещания 9 МВ, стандарт оборудования S-VHS, количество часов вещания –8.

коммерческий телевидение телекомпания

Заключение

На основании проведённого исследования о положении коммерческих телекомпаний и тенденций их развития, можно сделать некоторые выводы. Во-первых, сегодня преобладает государственное телевидение, а количество частных телекомпаний велико, однако они очень мелкие. Во-вторых, большая часть этих структур занимается созданием программ по заказу крупных телекомпаний, что выгодно обеим сторонам. Так как крупным телекомпаниям проще купить программу высокого качества у частной компании, чем тратить свои ресурсы на создание очередного проекта, которых и так много. Из всех известных частных телекомпаний, можно выделить не более десятка преуспевающих. Рассматривать телевизионное производство в Беларуси как вид бизнеса довольно сложно, так как влияние негосударственных телекомпаний незначительно. Существует тенденция роста их количества, однако большинство из коммерческих телекомпаний мелкие, хотя их продукция по качеству не уступает продукции государственных телекомпаний. Выявлены закономерности, что увеличение количества негосударственных структур в сфере телевидения способствует рождению конкуренции и повышению качества программ, которые они производят. В-третьих, коммерческие телекомпании появляются и в регионах, что связано в первую очередь с необходимостью освещения местных новостей конкретного региона.

Полученные данные подтверждают тот факт, что многие программы, транслируемые на государственном телевидении, сделаны по заказу коммерческими телекомпаниями. Например, в программе «Наше утро» на канале ОНТ, такие программы как «Бизнес-школа», « Вкуснятина», «История костюма», «Ваше право» и другие, производит частная телекомпания «Видеофильм».

Многие из телекомпаний созданы по западному образцу, что гарантирует креативность в произведённой продукции. Это способствует повышению качества телевидения в целом, благодаря свежему взгляду и несколько иному подходу к производству программ.

Экспериментально было установлено, что в отличие от государственных телекомпаний, частные состоят из гораздо меньшего количества сотрудников (не более 30 человек). С одной стороны, это свидетельствует о том, что одни и те же работники совмещают несколько специальностей. Другими словами, это указывает на отсутствие узких специалистов, необходимых для производства качественной телепродукции. Однако практика говорит об обратном. Одной из причин того, что большие телекомпании покупают программы у мелких частных структур, является то, что купленные программы, зачастую, поднимают рейтинг канала. Это происходит благодаря высокому уровню профессионализма сотрудников редакций коммерческих структур.

В результате досконального исследования коммерческих телекомпаний Беларуси, их продукции и перспектив развития, можно сделать вывод, что телебизнес в Беларуси находится в стадии зародыша. Пользуясь опытом стран-соседей (России, Украины, Балтии), где уже существует настоящий телевизионный рынок, можно развивать его и совершенствовать. Как уже отмечалось ранее, этот бизнес является прибыльным и перспективным. Однако, для того, чтобы вырасти до уровня стран-соседей необходимо время. Возможно в ближайшем будущем ситуация изменится и количество коммерческих телекомпаний возрастет.

Список использованной литературы:

1. Булацкий В. /Белорусское телевидение: в начале перемен/ Вячеслав Булацкий//Журналистика – 2002; матер. 4й международной научно-практической конференции. Минск, 2002.-с. 33-36

2. Кузнецов Г.В. / Так работают журналисты ТВ: Учебное пособие.—2-е изд., доп.—М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004, --с.211

3. Смирнов В.В. / Формы вещания.— М.: Аспект Пресс, 2002.—129

Ресурсы Интернет:

1. www.mininform.gov.by/activity/epress/

2. www.ulc.ru

3. www.sovrep.gov.by/images/page47/vystuplenia\_2004\_002.htm

4.www.bymedia.net

5.www.pressby.net

6.www.minsk-region.gov.by

7.www.lidofon.com

8.www.okotv.com