

Елена Смирнова

Белорусский государственный университет

РЕБРЕНДИНГ БЕЛОРУССКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ. НЕ ИТОГИ

Эффективность ребрендинга определяется степенью достижения поставленных компанией целей и задач. В 2006 году с телевизионных экранов исчез логотип «БТ», на смену пришел новый телеканал «Первый». С позиции дня сегодняшнего амбициозная смена названия была бессистемной и не до конца продуманной, скорее всего речь шла лишь об оперативном смягчении негативной коннотации самой аббревиатуры «БТ», которая по сути объединяла все телеканалы Белтелерадиокомпаний.

Одна из причин ребрендинга – возникновение конкурентных компаний. В начале XX века на белорусском телевизион-

ном рынке появляются два новых игрока – телеканалы «СТВ» и «ОНТ». Поэтому не удивительно, что уже в 2006 году в Белтелерадиокомпании предпринимают меры по поиску нового логотипа и названия для старейшего общенационального телеканала. Однако полноценного ребрендинга в 2006 году не произошло. Кроме того, название «Первый» вводило многих зрителей в заблуждение.

Маркетологи отмечают, что ребрендинг – это еще более трудоемкий и «ювелирный» процесс, нежели создание нового бренда. Белтелерадиокомпания понадобилось пять лет, чтобы вернуться к идее ребрендинга, но на этот раз заявили о появлении новых телеканалов. Визуализации новых логотипов предшествовала заметная PR-кампания. Осенью 2011 года белорусский зритель увидел уже не «Первый» и не «ЛАД», а «Беларусь 1» и «Беларусь 2». В планах – дальнейшая дифференциация телевизионных каналов и расширение списка: «Беларусь 3» (белорусскоязычный культурно-просветительский телеканал), «Беларусь 4» (спортивный телеканал) и т. д. Пока рано подводить итоги, потому что с момента ребрендинга прошло не так много времени, тем не менее некоторые «не итоги» все же можно подвести.

Так, скептицизм, который сопровождал появление новых названий (а чаще всего критике подвергалась их простота, неоригинальность), видится не совсем оправданным. Если обратиться к практике зарубежных аудиовизуальных средств массовой информации, то можно отметить, что подобные названия скорее в тренде (Великобритания – BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, BBC News; Швеция – SVT1, SVT2, SVTB, SVTK, SVT24; Италия – Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rai 4, Rai 5, Rai News, Rai Sport 1, Rai Sport 2 и т. д.). Кроме того, подобные нумерованные названия свидетельствуют о принадлежности телеканала к холдингу: Беларусь 1, Беларусь 2, Беларусь 24 – к Национальной телерадиокомпании Республики Беларусь; BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four – к Британской вещательной корпорации и т. д.

Ребрендинг предполагает изменение не только названия, логотипа, но и, как правило, содержания, о чем и было заявлено руководством телекомпании. Многие зрители, наверняка,

восприняли это слишком буквально, рассчитывая получить абсолютно новую сетку вещания, об это свидетельствуют сообщения на различных форумах: «если бы я проводил ребрендинг, то я бы как минимум процентов на пятьдесят изменил бы программную сетку, сменил бы названия основным программам», «сколько шума было по поводу глобального ребрендинга и что в итоге ничего не изменилось кроме логотипов телеканалов» (орфография и пунктуация авторов сохранены. – *Е.С.*). Тем не менее в эфире обновленных телевизионных каналов Белтелерадиокомпании (пока двух) появились новые рубрики и проекты («Не итоги», «В курсе», «ВидеOVERсия рекордов Беларуси», «Завтра – это мы!», «Диалоги и цивилизации», «Судьба гигантов», «Нескучный глобус»). На мой взгляд, наибольший потенциал от ребрендинга можно было почувствовать, когда на несколько недель телеканал «Беларусь 2» стал олимпийским. Интересный опыт, который убедил в том, что спортивному телеканалу необходима отдельная частота, и не стоит смешивать его с «делами семейными», «культурными людьми» и другими проектами, которые не имеют отношения к спорту. Однако создание спортивного телеканала, наверняка, актуализирует проблему дефицита контента и профессиональных кадров.

Конечно, на данном этапе речь идет скорее о рестайлинге телеканалов, а не о ребрендинге. Для того, чтобы оценить эффективность процесса в целом, необходимо больше времени, ведь в эфире пока так и не появились новые телеканалы, которые способны значительно изменить и сетку вещания телеканалов «Беларусь 1» и «Беларусь 2». Пока можно подвести лишь промежуточные «не итоги».