

что наглядно иллюстрируют материалы рубрики «Без лишних слов» в газете «Челябинский рабочий» (ЧР). Читатель быстро и достаточно полно получает информацию, предложенную автором. Инфографика содержит все необходимые сведения для того, чтобы материал можно было понять без сопровождения текста дополнительной цифровой информацией. Данные, требующие цифровых обозначений, красиво обыграны, в силу чего информация, достаточно большая по объему, легко воспринимается читательской аудиторией: графика говорит сама за себя.

В других ситуациях графика дополняет текст, служит для его иллюстрации. В качестве примера творческого ее использования можно привести инфографику, иллюстрирующую публикацию Н. Иваненко «Первый снег – первые жертвы» (ЧР, 2010, 12 ноября, с. 25). Предложенная графика способствует актуализации предложенных данных, призывает быть бдительными в зимний период.

Еще один пример – иллюстрация к публикации «Плавники и внутренности в банке» (ЧР, 2011, 25 февр., с. 5), посвященной описанию результатов сравнения образцов консервов сардины, проведенного экспертной дегустационной комиссией. Результаты представлены в виде ранжированного ряда, а у автора появляется возможность проанализировать полученные результаты, рассказать о ценности продукта, дать рекомендации покупателю.

Такое сочетание вербальной информации и графики позволяет более наглядно и полно донести информацию до читателя, экономно используя газетную площадь. Информация, требующая цифрового выражения, выглядит при этом ненавязчиво. Ее расположение в графической иллюстрации позволяет сравнить массу и стоимость продукта с его ценой-качеством. Иллюстрации подобного типа повышают эмоциональное восприятие материала, делают полезную информацию интереснее, позволяют газете стать ближе к читателю. Такие иллюстрации, подающие информацию с использованием визуально-графической составляющей, повышают читательский интерес и к текстовым материалам, повышают коэффициент полезного действия публикации и газеты в целом.

Рассмотренные приемы применения инфографики на страницах современной прессы убеждают, что в силу информационной компрессии и борьбы за привлечение читателя тенденция использования эффективного приема – замещения цифрового контента инфографикой – имеет устойчивую перспективу и обретает все большую популярность.

Наталья Тумилович

Белорусский государственный университет

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ЕЖЕДНЕВНЫХ ГАЗЕТ

В условиях активного развития коммуникационных технологий современная пресса активно конкурирует не только с другими традиционными средствами массовой информации, но и с Интернетом. Экономическая ситуация нескольких последних лет как в мировом, так и национальном масштабе также влияет на способность печатных изданий завоевать и тем более сохранить постоянную аудиторию.

Современный читатель, выбирая общественно-политическое издание, желает найти в одном газетном номере максимум материалов о разных сферах жизни. Тематика большинства ежедневных белорусских газет повторяющаяся, и это закономерно. Свидетельством активного поиска способов привлечь читательский интерес служат в первую очередь спецпроекты («В поисках утраченного», «Конференц-зал», «Спор-прогноз» («СБ»), «7 кудаў Беларусі», «ЭкоСреда», «Мама, я уже родился!» («Народная газета»), экономические приложения («Рэспубліка»). «Звезда» и «Народная газета» делают достаточно много выпусков совместно с министерствами и ведомствами страны, хотя не всегда их материалы способны вызвать интерес у читателя, далекого от данной сферы деятельности. Проблема заключается в шаблонности публикаций, которые зачастую строятся либо по принципу новостной расширенной заметки, либо в виде стандартного интервью, где журналист всего лишь задает тему беседы, но не является ее равноправным участником.

Основными жанрами, которые используют журналисты, являются заметки и официальные отчеты, причем источниками новостей служат в большинстве случаев сообщения и материалы БелТА и Интернета. Иногда, но не слишком часто встречаются интервью, которые, как правило, носят характер комментариев. Безусловно, точка зрения эксперта важна, актуальна и вызывает у аудитории доверие, но хочется видеть в газете прежде всего яркие журналистские имена и авторскую позицию. Ведь роль журналиста заключается не только в транслировании информации, но еще и в формировании читательского мнения, создании целостной картины современной реальности. Очень редко и нерегулярно используется ежедневными газетами (за исключением «СБ») такая характерная для современной журналистики России и Запада жанровая форма, как авторская колонка, по сути, и представляющая отклик журналиста на актуальные события. Только для «Рэспублікі» и иногда «СБ» характерны регулярно выходящие аналитические авторские материалы на экономическую («Рэспубліка») либо международную и культурную («СБ») тематику. Очерки, рецензии, эссе – жанры, практически исчезнувшие со страниц ежедневной прессы.

Возможно, проблемы стандартности, схожести, а зачастую и в определенной степени безликости жанрово-тематической структуры ведущих изданий – прежде всего в огромном количестве материалов, перепечатанных из Интернета, а главное, в элементарном нежелании журналистов проявлять творческие способности при создании качественных материалов в погоне за очередной новостью. Между тем, даже при поиске информационного повода, раскрытии аспектов новостного сообщения, обращении за комментариями к первым лицам и экспертам журналист, в частности репортер, способен привнести в процесс создания новости элементы самовыражения и трансляции особенного, авторского взгляда на мир (более подробно см. у А. Колесниченко [1]).

Главное же преимущество, которым может и должна пользоваться пресса в сравнении с другими видами СМИ, – наличие аналитической составляющей. Но аналитики, тем более авторской, журналистской, в ежедневных газетах очень и очень не-

много, гораздо чаще полосы пестрят стандартными заметками в несколько абзацев.

Выход газеты пять раз в неделю как минимум на восьми полосах формата А2 неоправдан ни в финансовом отношении, ни с точки зрения удовлетворения потребностей аудитории. Думающий читатель в общественно-политической (а не специализированной, рекламной, бульварной и др.) газете ищет более серьезного и качественного анализа современной действительности, нежели новостные сообщения, с которыми если не в Интернете, то по телевизору и радио ознакомится практически любой. Как справедливо указывают современные исследователи, превалирование информационных жанров над аналитическими и художественно-публицистическими, подача «факта без комментария и комментария без факта» принципиально изменяют жанрово-тематические приоритеты ежедневных газет. В результате возникает закономерный вопрос: целесообразно ли в сложившихся технологических и экономических условиях сохранять основные общественно-политические издания в существующих объемах и форматах.

Перспективу создания государственного холдинга уже были вынуждены выбрать городские газеты Минска. Министр информации О. Пролесковский, отвечая в августе 2011 г. на вопрос о возможности функционирования подобных систем в медиапространстве Беларуси, обозначил приоритеты их развития: «Создание укрупненных информационно-издательских структур (медиахолдингов, издательских домов) – стратегическое направление структурных преобразований в сфере СМИ. <...> Такие структуры будут обеспечивать выпуск газет и журналов схожих тематических направлений, а также отраслевых СМИ. Это позволяет оптимизировать расходы, сконцентрировать организационно-творческий и финансовый потенциал. В результате повышается конкурентоспособность СМИ как в содержательном, так и в экономическом плане. Этот вопрос остается актуальным, в том числе с учетом сложившейся экономической ситуации, когда вопросы оптимизации деятельности приобретают первостепенное значение» [2].

Возможно, имеет смысл расширить сферу кардинальных преобразований в структуре белорусской прессы и начать изменения с главных печатных ресурсов страны.

Літаратура

1. Колесниченко, А.В. Элементы творчества в информационной журналистике / А.В. Колесниченко // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2010. – С. 110–111.
2. Пролесковский, О. Все, что вы хотели узнать о СМИ / О. Пролесковский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mininform.gov.by/rus/publication/~page_m17=1~news_m17=1011. – Дата доступа: 05.09.2011.

Светлана Харитонова

Белорусский государственный университет

ВИЗУАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРВЫХ БЕЛОРУССКИХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ

За период своего существования периодические издания для детей изменялись количественно и качественно. Трансформировался визуально-семантический образ газет и журналов – их содержательная составляющая и внешнее оформление.

Предшественник журнальной периодики для детей и подростков «літаратурна-навуковы месячнік для беларускай моладзі» «Лучынка», вышедший в свет накануне первой мировой войны в частной типографии в Минске, своим содержанием, структурой и оформлением напоминал книжное издание. Стихи известных белорусских авторов Я. Коласа, А. Павловича, Я. Журбы, рассказы Э. Пашкевич (Тётки), познавательные статьи, шарady, шутки и игры публиковались в книжке небольшого формата в твердой черно-белой обложке. В «месячнике» освещались проблемы использования родного слова, развития духовной культуры юных белорусов, пропагандировались общечеловеческие ценности. Однако богатому содержанию издания не соответствовало его графическое решение. На страницах «Лучынки»

редко встречались иллюстрации, отсутствовали постоянная рубрикация и оглавление, однообразной была шрифтографика.

Подобная визуально-семантическая несогласованность характерна для первого детского журнала на белорусском языке «Зоркі». В издании печатались материалы для самых маленьких читателей (детские игры, песни, загадки), произведения, доступные среднему и старшему школьнику, занимательные сказки, стихи, рассказы, колыбельные, пьесы белорусских писателей Я. Купалы, Я. Коласа, З. Бядули, К. Чорного, Я. Журбы. Интересное содержание, раскрывающее перед детьми сущность советской власти и призывающее усердно учиться, красочная рисованная обложка легко привлекали внимание целевой аудитории, тем не менее отсутствие иллюстраций на внутренних страницах издания и системы в выборе начертания и кегля шрифтов не достигали высокой степени эстетического воздействия на читателя.

Существенную роль в развитии содержательно-тематической и композиционно-графической моделей белорусских газет и журналов сыграли более поздние периодические издания. В 1924 г. вышел первый номер журнала «Беларускі піянер», получивший в 1945 г. название «Бярозка». Освещая жизнь пионерских организаций, опыт их работы, издание знакомило читателей с политической, хозяйственной и культурной жизнью страны. Журнал, как отмечают исследователи, руководил всей пионерской печатью, делаясь от номера к номеру все более содержательным [см. 1, с. 19]. Вместе с публицистическими материалами в журнале присутствовали произведения прозаиков и поэтов Я. Купалы, Я. Коласа, К. Чорного, Я. Мавра. Характерной особенностью художественно-технического оформления «Беларускага піянера» было использование газетных способов верстки текстового и титульного комплексов (двухколонный набор, строгие заголовки), размещение живописных графических рисунков и черно-белых фотоснимков.

Одной из популярнейших среди детей газет был еженедельник «Искра Ильича», издававшийся в 1924 г. комсомольцами Гомеля. В издании существовали интересные рубрики: «Жизнь пионеров», «Уголок здоровья», «Что читать?», «Уголок школьни-