

ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА)

А. Г. Петроченко

Одним из источников трансформаций в структуризации творческих отделов регионального печатного СМИ является изменение характера внутренней и внешней массмедийной коммуникации. Коммуникация в свою очередь находится в связи с социально-экономической действительностью, то есть развивается в рамках реализации государственных программ, где одной из стержневых является Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. (далее – ГПИР). В условиях изменяющихся потребностей аудитории и руководителей региональных СМИ, государственных стратегий массмедийную информацию об инновациях и науке предлагается рассматривать и как результат удовлетворения этих потребностей, и как метод формирования инновационного типа мышления у белорусских граждан.

Брестский медийный рынок представлен 7 периодическими общественно-политическими изданиями (выходят 1 и более раз в неделю): «Брестская газета», «Брестский вестник», «Брестский курьер», «Вечерний Брест», «Заря», «Заря над Бугом», «Народная трибуна». Наиболее массовое издание – газета «Заря» (выходит 3 раза в неделю, общий недельный тираже более 40 тыс. экз.), творческая часть редакции представлена так: главный редактор, ответственный секретарь, 2 заместителя, 11 журналистов, 2 фотокорреспондента, 4 собкора. Имеются 8 творческих отделов, в каждом творческом подразделении минимум 2 специалиста, есть отдел («Молодежи, науки, культуры и образования»), сотрудники которого отвечают за освещение тем науки и инноваций. В других рассматриваемых изданиях подобной структурной единицы нет. Итоги экспертных интервью с руководящим составом указанных изданий позволяют сделать вывод, что в газетах с количеством творческих сотрудников меньше 10 их структурно-тематическое разделение отсутствует в связи с нецелесообразностью, это плоская структура редакции [1; с. 71]. Распределение тем между корреспондентами в таком коллективе происходит согласно устной договоренности, имеет условный характер, подвижно. Это говорит и об особой психологии отношений в коллективе, и об отсутствии строгой персональной ответственности сотрудников редакций за освещение обозначенных тем на официальном уровне. Газеты, функционирующие в рамках пирамидальной структуры и соответственно насчитывающие больше 10 сотрудников, характеризуются ритмичной разнообразной тематической цикличностью. В коллективах с наибольшим недельным тиражом («Заря» и «Вечерний Брест») также отмечаются совмещение или замена тематических

направлений специалистами внутри творческого коллектива по устной договоренности при одновременном сохранении внешнего (читательского) тематического баланса на страницах издания.

Утверждение о наличии социальных, экономических, политических, идеологических и других параллельных процессов в обществе, модифицирующихся в рамках тенденций белорусской социально-экономической реальности и одновременно трансформирующих эту действительность, предполагает, что корреляция между творческими отделами региональных периодических СМИ и институтами, взаимодействующими с масс-медиа, также требует качественной, новой, профессиональной коммуникации. Необходимость популяризации в регионах Беларуси научного знания, инноваций, а также понимания важности выбранного государством пути инновационного развития как общеевропейской, общемировой стратегии социально-экономического развития выдвигает положение о понимании журналистского произведения как особого, инновационного по содержанию и воздействию типа услуг. Целью этого процесса является формирование инновационной модели мышления конкретной аудитории, которую охватывает региональное СМИ. Современные региональные печатные СМИ Брестчины постепенно насыщаются инновационным контентом [2; с. 136]. Однако редакции большинства современных брестских газет не имеют отдельных подразделений, творческие сотрудники которых занимались бы в основном освещением вопросов науки. Подразделение, в обязанности специалисты которого входит освещение данного направления, в структуре регионального СМИ создано лишь в одной из рассматриваемых газете, в «Заре». Экспертные интервью позволяют сделать вывод, что в других изданиях четко не сформулированы методы, не распределены задачи, не систематизированы и не детализированы тематические направления в области освещения темы науки и инноваций. Исключение составляет региональное издание «Вечерний Брест» (выходит 2 раза в неделю), где в творческих отделах в 2012–2013 гг. практикуются контент-сетки: за каждым журналистом, фотографом и редактором отдела закреплена персональная ответственность за освещение новостей на конкретных предприятиях, организациях, в различных сферах жизнедеятельности; в том числе следят корреспонденты за появлением разработок в области науки, за работой местных центров трансфера технологий, научными достижениями вузов, особенностями инновационной деятельности в регионе, инвестициями в инновации и т.д. Распределение согласно пожеланиям журналистов (личные контакты, уровень освоения темы, предпочтение), персональный список обязанностей каждого сотрудника насчитывает 6–12 структур и социальных областей. Коррес-

понденты ежемесячно должны предоставлять отчет о подготовке текстов по своей направленности в секретариат газеты.

Количество и качество инновационной информации в СМИ во многом зависит от количества и существенных характеристик творческих отделов редакции. Формирование инновационного контента в региональных печатных СМИ в условиях реализации ГПИР является принципиально важным элементом на пути становления экономики знаний в Беларуси. Структуризация творческих отделов представляется обстоятельством вероятности регулярного производства сообщений специфической тематики в региональных СМИ и популяризации концепта о необходимости всеобщего развития в условиях инновационной деятельности.

Литература

1. *Гуревич С. М.* Газета: вчера, сегодня, завтра: учебное пособие для вузов / С.М. Гуревич. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 174.
2. *Петроченко А. Г.* СМИ как фактор оптимизации реализации государственной программы инновационного развития Республики Беларусь / А.Г. Петроченко // Mass Media after post-socialism: trends of 2000s, 15-16 нояб. 2012 г., Москва / редкол.: Н. Макеенко. М.: MediaMr, 2012. С.134–138.

КАК ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И РОБОТОТЕХНИКА МЕНЯЮТ ЖУРНАЛИСТИКУ?

В. А. Степанов

«Хокку слагает / машина из строчек / газетных»: **The New York Times** запустила сервис, который изучает опубликованные на сайте издания материалы и выбирает из них цитаты-трехстишия, содержащие достаточное количество слогов. Блог haiku.nytimes.com – это, конечно, не попытка потеснить поэтов: алгоритм, по словам разработчиков, «лишен чувства прекрасного». Но его способности по анализу больших массивов текстов далеко опережают возможности человека-редактора.

Компьютеры больше не хотят оставаться электронными печатными машинками – искусственный интеллект (ИИ) способен на большее. Зимой 2012 г. журнал **Forbes** [1] «нанял на работу» первого «робота-журналиста», который готовит отчеты о финансовом положении компаний. Редакция стала клиентом компании Narrative Science. Ее авторы, ученые из Северо-восточного университета (Чикаго, США), создали инструмент для работы со статистикой, который преобразует цифры и таблицы в сухой и блеклый по стилю, но вполне понятный человеку документ. Со временем программа научилась даже делать политический анализ, обрабатывая потоки сообщений в Twitter. Газета **Los Angeles Times** использует [2] возможности ИИ в отделе новостей. В феврале на сайте