

Имидж – синтетический продукт. Он планируется, моделируется, создается специально, чтобы служить одной цели: произвести впечатление. Стереотипы как составляющая имиджа государства будут существовать всегда в силу психологических особенностей человеческой личности, другое дело, что формировать их можем мы, и формировать их могут за нас. Американцы – пример того, что понятие «сверхдержава» также можно сделать стереотипом. Беларусь пока что пример того, что стереотипом может быть понятие «обездоленный», «зависимый от России», «постсоветский» и «водка». Но нельзя не заметить динамику. Если в 2000-х гг. имиджу Беларуси постоянно сопутствовали коннотации с Россией, стереотипы о России переносились на Беларусь, то сейчас в сознании потребителя американской массовой культуры Беларусь воспринимается в качестве самостоятельного государственного образования. Следующей задачей должна стать борьба с уже сложившимися стереотипами о слабом экономическом развитии Беларуси, уход от коннотаций с советским прошлым, а также распространение через массовую культуру (фильмы, литература, музыка) положительных этнических стереотипов о белорусах.

#### Литература

1. Рыбакова М. Г. Массовая культура и её влияние на политический имидж государства: (на примере США) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.Г. Рыбакова; Санкт-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. СПб.: СПбГУКИ, 2005.
2. Хоган Л. Беларусь / Л. Хоган. Нью-Йорк: ARocBook, 2002.
3. Lilian'sdairy // HeartsForHeartsGirls. 2012.: <http://www.hearts4heartsgirls.com/the-h4h-girls>.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРЕССЫ

Т. Н. Данилушкина

В современном мировом информационном пространстве фиксируется тенденция падения тиражей определенных типов изданий, в том числе качественной прессы. Это рассматривается отдельными исследователями как объективное явление, связанное с четвертой коммуникационной революцией – внедрением цифровых технологий, переходом на мультимедийность, консолидированные и интерактивные формы СМИ.

Медиасфера Беларуси, в которой также наблюдается подобное явление, характеризуется стабилизацией тиражей печатной периодики на относительно невысоком уровне. Негативные оттенки данной тенденции ретушируются динамичностью количественного роста изданий. В 2011 году Министерством информации Республики Беларусь зарегистрировано 24 новые газеты (из них 4, учредителями которых являются органы

государственной власти, и 20 так называемых «негосударственных» изданий), деятельность десяти редакций была прекращена (в том числе девяти «негосударственных»). По данным министерства, на 01.04.2012 в Беларуси зарегистрировано 1411 печатных СМИ, в их числе 678 газет [1]. Для страны, где проживает менее 10 миллионов населения, цифра довольно высокая. Перенасыщение поля информационных ресурсов явно приводит к снижению потребительского интереса к устойчивому источнику информации.

Существует ряд факторов, сдерживающих падение тиражей. По данным Международного агентства Gemius по состоянию на ноябрь 2011 года, 50% населения Беларуси в возрасте 15 лет и старше пользовалось услугами сети интернет [2]. Процесс падения тиражей тормозится благодаря использованию административных методов. Они применимы в отношении газет, учредителями которых являются органы государственной власти, в том числе региональные. И все же тенденция неуклонного уменьшения тиражей затронула большинство республиканских (центральных) изданий. Тираж «Белорусской нивы» за ушедшее десятилетие упал в пять раз: со 130 тысяч в 2002 году до 25 тысяч в 2012 году. За кризисный 2011 год «Рэспубліка» потеряла почти 3 тысячи экземпляров (7% тиража), «Звязда» – 2 тысячи (6% тиража).

Негативно отразился на рынке государственных газет «валютный кризис», который начался в белорусской финансовой системе весной 2011 года. Поскольку СМИ являются субъектами экономической деятельности, а информационный рынок – неотъемлемая часть общей экономической системы, издания оказались в непростой ситуации: значительно выросла стоимость бумаги, энергоносителей, типографских услуг, печати, экспедиции. В долларовом эквиваленте почти в два раза снизился уровень оплаты труда работников редакций, что спровоцировало отток кадров из редакций печатных органов госвласти, отразилось на контенте и качестве изданий. Повышение стоимости подписки, снижение качественных параметров изданий, падение покупательской способности населения привели к ощутимому снижению рейтинга ведущих общественно-политических газет.

Выход из кризиса рынка печатных газет Министерство информации РБ видит в ближайшие годы в экстраполировании мирового опыта – создании структур, именуемых холдингами или издательскими домами, которые вбирают в себя несколько изданий и при этом оптимизируют штат. Определенный опыт в этом направлении есть: в 2002 году был создан холдинг «Літаратура і мастацтва», который объединил ряд журналов, издание которых приносило убытки государству. В 2002 году газета «Чырвоная змена», выходившая с 1921 года как печатный орган Ленинского коммунистиче-

ского союза молодежи Белоруссии (ЛКСМБ), была присоединена к газете «Звезда», что спасло издание от полного закрытия.

На встрече с журналистами в Дзержинске 23 февраля 2012 года министр информации О.В. Пролесковский озвучил перспективу создания издательского дома культурологической направленности «Звезда», в который войдут старейшее национальное издание – общественно-политическая газета «Звезда» и редакционно-издательское учреждение «Літаратура і мастацтва». По мнению главы ведомства, в итоге «уменьшатся экономические затраты, а у его руководителя появится больше возможностей для маневров при проведении единой издательской и редакционной политики» [3].

Просматривается перспектива создания второго издательского дома, который будет иметь общественно-политическую направленность. Выход из ситуации, сложившейся в данном сегменте медиасферы, ведомственному руководству видится в реорганизации, оптимизации и концентрации средств массовой информации. В частности, разрешение негативной ситуации министр информации видит в переходе информационной журналистики в онлайн-версии государственных изданий. Бумажные версии, по его мнению, станут площадкой для крупных журналистских форм: расследования, очерка, аналитики [4], недостаток которых в последнее десятилетие устойчиво обнаруживается белорусскими исследователями.

#### Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.mininform.gov.by/rus/smi/>
2. Интернет-адрес: <http://electroname.com/story/9819>
3. Интернет-адрес: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/society/Mininformatsii-Belarusi-podderzhivaet-ideju-sozdaniya-izdatelskogo-doma-Zvazda\\_i\\_590027.html](http://www.belta.by/ru/all_news/society/Mininformatsii-Belarusi-podderzhivaet-ideju-sozdaniya-izdatelskogo-doma-Zvazda_i_590027.html)
4. Интернет-адрес: [http://www.belta.by/ru/person/interview/Oleg-Proleskovskij\\_i\\_512732.html](http://www.belta.by/ru/person/interview/Oleg-Proleskovskij_i_512732.html)

## ВОБРАЗ ЛІРЫЧНАГА ГЕРОЯ Ў СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ ПАЭЗІІ

Г. А. Дусь

Сучасны літаратурны працэс – з’ява шматбаковая, у якой адначасова жывуць і спалучаюцца розныя светапогляды, тэмы, вобразы і г.д. Пры тым у адной літаратурнай (паэтычнай) прасторы суіснуюць некалькі пакаленняў са сваімі зацікаўленасцямі, думкамі, адчуваннямі. Таму досыць цікава прасачыць, ці мяняўся вобраз лірычнага героя ў мужчынскай і жаночай паэзіі на працягу апошніх дзесяцігоддзяў. Для параўнання былі абраны некалькі сучасных беларускіх паэтаў і паэтак для таго, каб на іх прыкладзе: а) параўнаць творчасць пісьменнікаў розных пакаленняў абодвух