

осуществляться в рамках режима свободной торговли. Сейчас этот показатель равен 25 %. В этой связи тема развития сотрудничества со странами Азиатско-Тихоокеанского региона представляется актуальной и насущной для журналистов.

Літаратура

1. Тугарин, Л. Вьетнамское «окно» в Азиатско-Тихоокеанский регион / Л. Тугарин // Звезда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zviazda.by/be/news/20160627/1467041433-vetnamskoe-okno-v-aziatsko-tihookeanskiy-region>. – Дата доступа: 27.08.2016.
2. Что даст Беларуси соглашение ЕАЭС и Вьетнама? // БЕЛТА. – 2016. – 29 мая.
3. Цытата дня // Звезда. – 2016. – 25 жн.

Василий Первунин

Белорусский государственный университет

РАБОТА С ЧИТАТЕЛЬСКИМИ ПИСЬМАМИ КАК АСПЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ С АУДИТОРИЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

(на примере еженедельника «Аргументы и факты»)

Сегодня читатель – это полноправный участник информационного процесса, не просто поглощающий информацию, а оперирующий ею. Одна из основных задач редакции – убедить в этом свою аудиторию, показать читателю, что его уважают и к его мнению прислушиваются.

Новый век диктует новые правила. Появление и развитие новых каналов коммуникации требуют принципиально нового подхода к организации работы печатного издания. При этом, несмотря на развитие новых технологий, работа с традиционной читательской корреспонденцией не останавливается.

Ежегодно в редакцию еженедельника ««Аргументы и факты» в Беларуси» поступает около 800 читательских писем. Основной пик приходится на осенне-весенний период, когда в месяц приходит до 100 конвертов с обращениями, в летнее время корреспонденции меньше – около 50 писем.

Каждое письмо регистрируется секретарем и передается для ознакомления творческому коллективу. Сроки работы с письмами не ограничены, однако в интересах редакции сделать это как можно быстрее, т. к. это напрямую влияет на репутацию и имидж издания в целом.

В основном письма читателей содержат просьбы, жалобы, вопросы, отклики на публикации в издании. Во многих редакциях подобным пись-

мам не находят должного применения. Однако в газете «“Аргументы и факты” в Беларуси» существует рубрика «Регионы», на страницах которой публикуются в среднем 3–4 письма в неделю с подобной тематикой. При этом корреспондент вправе сократить текст, произвести литературную обработку, исправить пунктуационные, орфографические и стилистические ошибки, ни в коем случае не искажая сути обращения. Публикация письма обычно укладывается в объем до 1 тыс. знаков и представляет собой короткий заголовок, основной текст и подпись автора.

Корреспондент обязан проверить достоверность фактов, представленных в письме, если он собирается его опубликовать. Путаница и искажение фактов, ошибки в написании фамилий, названий организаций недопустимы. Лучшая проверка – личная встреча с автором. Однако в целях оперативности и экономии времени можно воспользоваться телефоном, электронной почтой или использовать соответствующую справочную литературу. В письмах встречаются неточности по незнанию, но бывают и сознательные искажения сведений для того, чтобы свести с кем-то счеты. Разобраться в этом должен сотрудник редакции. Любая ошибка может подорвать доверие читателей.

Один из уникальных проектов издания «“Аргументы и факты” в Беларуси» на основе читательских писем – «Фото из альбома». Публикация представляет собой старинную фотографию. Обычно на ней изображены одноклассники, однополчане или другая группа людей. Изображение сопровождается описанием событий тех лет, подписью автора, приславшего фото в редакцию. Благодаря проекту уже встретились не один десяток людей, чья судьба развела по всему миру.

Письма, имеющие актуальный характер и социальную составляющую, обрабатываются более детально. Сюда относятся, например, проблемы юридического порядка, профессиональной направленности, медицинской тематики, работ бытовых служб. Ответы на такие письма подкрепляются фактами, законодательными актами либо мнением компетентного человека, которому журналист переадресовал вопрос. В последнем случае основная задача репортера – найти авторитетного специалиста и сделать литературную обработку его слов. В основном такие публикации представлены в специальной рубрике «Вопрос-ответ» и занимают на полосе 1000–1500 знаков. В случае если вопрос резонансный или требует расширенного разъяснения, объем материала увеличивается, но не занимает более одной полосы. Популярными рубриками в газете стали «Наше право», «Консультант», «Я не понимаю...», спецвыпуски «Деловая среда», «Ваше здоровье».

В газете на безвозмездной основе размещаются материалы с призывом помочь больным детям. Обычно подобные просьбы читателей публикуются в рубрике «АиФ-благотворительность». При этом вся поступившая информация тщательно проверяется коллективом редакции.

Также выделяются письма, адресованные лично редактору. Рассказы, стихи, афоризмы, анекдоты и другие художественные произведения рассматривает заместитель главного редактора. В общей сложности на основе читательских писем в газете публикуется в среднем 15–20 материалов различной тематики и объема.

Возраст читателей, которые присылают письма в редакцию, – от 35 лет. Молодая аудитория издания предпочитает обращаться в редакцию через электронную почту, сообщения на официальных страницах издания в социальных сетях «ВКонтакте» «Одноклассники», Twitter, Facebook. Однако механизм работы с электронными обращениями практически идентичен обработке традиционных писем. Для связи с читателями также активно используются круглые столы, прямые линии, телефонные звонки.

Вопросы организаторской работы журналиста относятся к разряду фундаментальных социальных характеристик его профессии и мало меняются со временем. Устаревают теоретические знания, меняется организационно-массовая практика редакций, система взаимоотношений в журналистском коллективе, однако значительная доля рабочего времени корреспондента уходит на организацию взаимоотношений с аудиторией. Те журналисты, которые сознают свой общественный долг и относятся к аудитории как к ценности, а не как к товару, учатся, экспериментируют, испытывают новые формы, при этом не забывая о приемах, наработанных годами. В результате они достигают практических целей: обеспечивают повышение культуры труда и спроса на свою продукцию.

Шейкна Калифа Сангаре

Университет Бамако (Республика Мали)

РОЛЬ ПЕЧАТНЫХ СМИ В СТАНОВЛЕНИИ ДЕМОКРАТИИ В МАЛИ

Для многих европейцев формирование государственности африканских стран является почти неизвестным. Еще больше это касается средств информации, которые на «черном континенте», безусловно, имеют свои особенности. Поэтому на примере печатных средств массовой информации Мали мы попробуем вкратце проследить специфику