

очевидный водораздел между детской печатью советского периода и современного белорусского общества переходного периода. Рыночные отношения поставили детскую периодику в финансовую зависимость от учредителя. Если раньше она существовала за счет государственного бюджета, то сейчас предопределенность детской журналистики от новых источников финансирования напрямую связывает структуру и качество печатных СМИ «нового поколения».

Таким образом, зарождение и развитие печати для детей и подростков на Беларуси тесно переплетается с историей формирования государственности. Вопросы национального самосознания, которые поднимались на страницах "Лучынкi", актуальны и сегодня. Пионерская периодика позволила расширить читательскую аудиторию, объединив детей и подростков республики общей темой. Становление и развитие журнального формата проходило одновременно с поисками газетного стиля общения. В советский период детская журналистика по охвату читательской аудитории наиболее полно выполняла свои функции.

ЛИТЕРАТУРА

- Беларуская энцыклапедыя: У 18 т. Мн., 1999. Т. 9.
 Беларускія пісьменнікі: У 6 т. Мн., 1995. Т. 6.
 Гісторыя Беларусі: У 2 ч. Мн., 2002. 4. 2.
 Гісторыя беларускай літаратуры: XIX - пачатак XX ст. Мн., 1998.
 Нарысы гісторыі Беларусі: У 2 ч. Мн., 1995. 4. 2.
 Русакевич В.В. Участникам 5-й Международной научно-практической конференции "Журналистика - 2003" // Журналистыка - 2003: Матэрыялы 5-й Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 4-5 снеж. 2003 г.). Мн., 2003. С. 3.
 Семашкевич Р.М. Беларускі літаратурна-грамадскі рух у Пецярбурзе. Мн., 1971.
 Слука О.Г. Голос революционной молодежи. (Проблемы становления и развития молодежной печати Белоруссии). Мн., 1978. С. 139.
 Шаўлоўская М.Ф. Беларуская дзіцячая літаратура. Мн., 2003.
 Энцыклапедыя гісторыі Беларусі: У 6 т. Мн., 1997. Т. 4.
 Энцыклапедыя літаратуры і мастацтва Беларусі: У 5 т. Мн., 1986. Т. 3.

Поступила в редакцию 31.03.05.

Татьяна Арнольдовна Луйгас - старший преподаватель кафедры социологии журналистики. Научный руководитель - кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой социологии журналистики В.П. Воробьев.

С.Л. НАРЕЙКО

ПРЕССА ВИТЕБЩИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ

Анализируются причины трансформации типологических характеристик прессы Витебской области периода 90-х гг. XX в. (направленность изданий, формы владения газетами, изменение тиражей, реализация традиционных и новых моделей печатных изданий). Рассматриваются дальнейшие перспективы развития прессы в регионе.

The typological changes which have occurred in press of Vitebsk area are analyzed: the change of an orientation of editions, the change of the form of possession by newspapers, the reduction of circulations, realization of traditional and new models of printed editions. The further prospects of the press development in region are considered.

Исследование проблем и перспектив развития региональной прессы как составной части СМИ страны имеет значение для выявления тенденций развития печатных изданий государства в связи с тем, что в прессе регионов отражаются как общие исторические традиции, так и текущие экономические и культурные процессы. Широкий спектр воздействия так называемой «низовой прессы» на массы в нашей стране противодействует коммерческим изданиям невысокого уровня.

Такие ученые, как Я.Н. Засурский, М. Геруля, Л.Л. Реснянская, в исследованиях развития СМИ отмечают повышенный интерес читателя к региональной прессе (см. Засурский 1998, 29; Геруля 2001, 23; Реснянская 1983, 8). И это закономерно, так как укрепляются ее позиции на информационном рынке, усиливается влияние в обществе, что обусловлено целым рядом причин: 1) экономическим укреплением самостоятельности регионов, в связи с чем достаточно

самостоятельно развивается их информационная база; 2) снижением покупательной способности населения (потенциальный читатель делает выбор в пользу лишь одного издания, причем сравнительно недорогого); 3) монополизмом связистов, сделавших невыгодным распространение значительных тиражей на большой территории, так как возросла стоимость услуг доставки; 4) активностью региональных органов власти, что способствовало укреплению местной прессы, способной обеспечить информационную поддержку в реализации как политических, так и коммерческих проектов; 5) переключением интересов аудитории с общенациональных на региональные в связи с перестройкой в 90-х гг. XX в. (см. Засурский 1998, 67).

Об интенсивном развитии региональной печатной периодики свидетельствует увеличение числа региональных изданий в районах (например, в Полоцке за последние несколько лет открылось несколько региональных изданий общественного характера - «Информ Плюс», «Стрелецкие новости», «Инфо плюс»).

Развитие региональных СМИ обуславливает ряд факторов - политических, экономических, социокультурных, идеологических.

Важным для региональных СМИ является и их географическое положение - удаленность от центра, расположение соседних государств и т. д. Местные СМИ пограничных территорий должны учитывать повышенный интерес своей аудитории к тому, что происходит в соседних государствах.

Преимущественным способом распространения печатной продукции в городах является розничная продажа. Основную часть подписчиков составляют люди пожилого возраста и пенсионеры. Молодежь приобретает прессу при наличии интереса к определенным региональным событиям.

Регионы Витебщины не равнозначны в производстве собственного информационного продукта, который различается по структуре модели, по наполнению. В Витебске выходят не только общественно-политические газеты («Витебский рабочий», «Витьбичи», «Народное слово», «Витебский курьер»), но и специализированные издания (женская газета «Анастасия», рекламные «Из рук в руки Витебск», «Балясы», «На досуге», молодежная газета «Привет», газета университетов «Мы и час» и др.). Из регионов выделим Полоцко-Новополоцкий, где функционирует шесть общественно-политических изданий (причем как государственных, так и частных), спортивная газета «Овертайм» и несколько рекламных изданий, в остальных 20 районах - в основном по одной районной газете.

Благоприятными условиями для устойчивого развития местной печати являются высокий экономический потенциал (нефтегигант Новополоцк, промышленно развитые Витебск, Полоцк и Орша) и самобытность региона. Основные факторы, влияющие на местную печать (социально-экономические, политические, географические, культурно-исторические), действуют в комплексе даже в рамках одного региона.

Отметим важную особенность развития местной прессы в Беларуси: в отличие от других постсоветских государств в нашей республике Президент дал высокую оценку роли региональной печати в жизни страны и благодаря такому подходу сохранилось ее государственное финансирование. При этом многие издания зарабатывают дополнительные средства за счет изготовления и размещения печатной рекламы.

К типологии региональных изданий сегодня вполне подходит трехрядная модель (см. Алексеев 1998, 14), применяемая обычно к всероссийским изданиям: 1) печатные СМИ, адресуемые «всем» (в пределах своего распространения) и повествующие «обо всем». К ним можно отнести традиционные общественно-политические газеты, информационно-рекламную прессу, находящуюся на подъеме, и «прессу массовой культуры», резко увеличивающую тиражи; 2) СМИ, адресуемые «всем», но вместе с тем определенному социальному слою, и поэтому имеющие более узкую область информационного внимания (деловая, новая партийная, культурно-просветительная, пресса национально-этнической консолидации, пресса социальной защиты, молодежная, спортивная и т. д.); 3) СМИ узкоспециализированные и имеющие социальный адрес по области; информа-

ционного внимания (а иногда и функционально-аннотированные телепрограммы, женская, детская, аграрная (крестьянская) пресса, а также пресса здоровья, для садоводов и огородников, эротическая, пресса любительских увлечений и т. д.).

Для региональной печати 1991-1995 гг. были периодом расширенного воспроизводства новых типов изданий, заполнения всех возможных информационных ниш и поиска новых. Отметим также, что многие новые региональные издания, находясь в стадии поиска собственного профиля, не раз за пятилетие меняли свои направления. Однако черты новой типологической структуры региональной печати уже сформировались.

К универсальным изданиям, адресуемым «всем» и повествующим «обо всем», можно отнести традиционную общественно-политическую прессу, главные функции которой - информационная, обзорная, аналитическая; второстепенные - рекламная, развлекательная и т. д. Основные темы освещения - местные события, аудитория самая широкая в рамках своего региона. Традиционно издания такого типа выходят с периодичностью два-три раза в неделю на Витебщине.

В настоящее время отметим такую особенность функционирования прессы, как влияние рыночных механизмов, конкуренцию между изданиями, распространяемыми на одной территории. Большие тиражи имеют СМИ, не принадлежащие и не контролируемые государством, так как у государственной прессы есть определенные информационные обязательства. Например, тираж газеты «Полоцкий вестник» (государственный учредитель) составляет всего 5500 экземпляров, хотя она выходит на протяжении уже 75 лет. Тираж молодой газеты «Информ Плюс» (негосударственный учредитель), начавшей издаваться два года назад, достиг 8000.

В рамках универсальной прессы можно выделить два полюса: качественный, с преобладанием функций аналитических и информационных, и массовый, с усилением развлекательных функций, с акцентом на скандальность, сенсационность и т. д.

Традиционные общественно-политические издания обычно реализуют модель качественно-массовую («Витебский рабочий», «Народное слово»), а новые активно разрабатывают рекламно-развлекательную модель («Витебский проспект», «Информ плюс»). К аналитическим изданиям можно отнести «Витебский курьер».

Пресса массовой культуры (или информационно-развлекательная) - совершенно новая модель издания для регионального информационного ландшафта. Наряду с развлекательными в них активно печатаются материалы скандально-сенсационного, справочного и консультационного характера. Стремление соответствовать «человеческим интересам» по заповедям основателя «желтой» прессы Р. Херста (самосохранение, любовь и размножение, тщеславие) делает ее многоликой: пресса чудес, ужасов, скандалов, эротическая, астрологическая, юмористическая и т. д. (см. Реснянская 1983, 12).

Информационно-аналитические издания создают противовес массовой прессе с «клубничным ароматом», расцветающей на региональном поле. В действительности их качество не всегда соответствует маркировке «информационно-аналитическое». Информационно-рекламная пресса - принципиально новый вид издания для областного и краевого уровней. Их тиражи, как правило, в несколько раз превышают тиражи традиционных общественно-политических газет (от 14 до 60 тыс. в противовес тиражам государственных газет, составляющим 3-15 тыс. экземпляров (данные отдела информации Витебского городского исполнительного комитета за 2003 год). Высокие тиражи рекламных изданий в определенном смысле «душат» традиционные газеты (совокупный тираж которых составляет около 40 тыс. экз.), отнимая у них рекламодателей.

Пережили пик популярности монофункциональные «программы телевидения» и «газеты частных объявлений», которые были заметным явлением в региональной прессе 1995-1996 гг. Интерес к ним объяснялся, с одной стороны, новизной, а с другой - относительной дешевизной. Такие издания прочно заня-

ли свою нишу, однако тиражи их сегодня несколько снижаются («Балясы», «На досуге», «Программа»),

Продолжает развиваться и местная пресса «третьего типа», т. е. ориентированная на более узкие читательские аудитории и дающая информацию более ограниченного спектра. Среди подобных изданий можно выделить спортивную «Овертайм», женскую «Анастасия» и др.

Становление типологической картины региональной прессы происходит под перекрестным воздействием двух основных противоположных тенденций: «дифференциации» (учета тематических интересов узких аудиторных групп) и интеграции, «массовизации» (учета интересов всех жителей, попытки освоить дополнительные, прежде не свойственные изданию аудиторные группы).

Основным параметром, определяющим качественные и количественные характеристики региональной печати, условия ее функционирования, является характер территориальной общности, на которой она распространяется, или ареал ее распространения. Существенные изменения претерпели традиционные областные издания: бывшие партийные стали универсальными общественно-политическими. Они значительно сократили свои тиражи, но сохранили статус самых влиятельных изданий. Городская пресса небольших провинциальных городов по типу гораздо ближе к районной; довольно часто эти издания обслуживают одновременно и городскую, и районную аудиторию (например, «Полоцкий вестник», учредители - Полоцкий городской, Полоцкий районный Советы и редакция газеты). Помимо местной администрации, учредителями городских газет являются сами редакционные коллективы, крупные местные предприятия; довольно часто состав учредителей бывает смешанным.

Районная печать, несмотря на ряд исторически сложившихся неблагоприятных факторов (трудная экономическая ситуация, зависимость от местных властей, отсталая полиграфическая база, отсутствие квалифицированных журналистских кадров), пользуется неизменным спросом у местных жителей. Тиражи этих изданий обычно невелики - около 5 тыс. экз.

Приоритетная тематика районных газет - постановления местных органов управления, новости, события района, сельскохозяйственные достижения, проблемы выживания. Возможно, районные газеты не всегда отвечают интересам читателя по качеству исполнения, но ни одна центральная газета их не заменит. Районным изданиям обеспечено читательское внимание, учитывая их немаловажное достоинство - доступную цену.

Рекламные газеты районного уровня - новое, но довольно перспективное направление, особенно если редакция опирается на прочную полиграфическую базу. Так, в Витебске выходит еженедельная рекламно-информационная газета «Из рук в руки», региональное издание рекламного характера «Впрок» - в Полоцке «Инфо плюс», в Новополоцке - «Колокол».

Завершающим звеном региональной печати является низовая пресса (пресса трудовых коллективов, или так называемая многотиражная). Несмотря на заверения исследователей журналистики о ее полной бесперспективности в условиях информационного рынка, она продолжает существовать. В Полоцке до сих пор издается газета ООО «Стекловолокно» «Трудовая смена». Причины издания в области неприбыльных многотиражек, полностью зависящих от их издателей, объяснимы: редакция газеты становится своего рода информационным центром предприятия, отделом, представляющим его в городских, областных и центральных СМИ. Издание оказывается нужным хозяину.

В современных экономических условиях судьба низовой прессы проблематична. Многотиражные газеты или умирают вместе с предприятиями, или временно прекращают выпуск в период их финансовых затруднений. Но там, где производство живо, жива и газета. Положение многотиражных изданий зависит также от политики местных властей.

Отметим некоторые проблемы, характерные для всех региональных печатных СМИ. Чрезвычайно важным для местных печатных СМИ остается вопрос об их техническом и ресурсном обеспечении. Развитие местных полиграфических баз - самая серьезная проблема. В большинстве районов есть одно госу-

дарственное издательство - местный монополист, и это сдерживает развитие местных печатных СМИ, увеличивает их стоимость, влияет на качество.

В целом бюджет местных изданий складывается из доходов от рекламы вне-газетной деятельности, реализации тиража, госдотаций или спонсорской поддержки. Соотношение этих составляющих зависит от многих факторов: экономического положения региона, наличия или отсутствия в нем успешных предпринимателей, готовых не покуситься на рекламу, обеспеченности населения, зависимости редакции от местных властей и ее собственной деловой активности. В случае утраты одного из факторов слагаемых бюджета издание рискует обанкротиться.

Обратим внимание еще на одну проблему - отсутствие молодых профессиональных журналистских кадров в местной прессе Витебщины. Последний раз выпускники факультета журналистики, например, прибыли по распределению в некоторые газеты 15 лет назад. Данную проблему, возможно, решат молодые педагоги, прошедшие специализацию «литературная работа в газетах и журналах» на базе основного педагогического гуманитарного образования.

Таким образом, современная система печатных СМИ Витебщины не является окончательно сформировавшейся. В местной прессе продолжаются процессы трансформации на самых различных уровнях: тематическом, идеологическом, дизайнерском, аудиторном и т. д. На Витебщине, по данным отдела информации Витебского облисполкома, за последние десять лет традиционно держится тенденция по самому большому числу подписчиков (по сравнению с другими областями республики), поэтому перспективы для развития уже традиционных региональных газет, а также новых изданий, несомненно, есть. Некоторым изданиям можно порекомендовать обновление внешнего вида, изменение верстки, детальное социологическое изучение своей аудитории. Необходимо искать новые подходы и новые темы для увеличения тиражей изданий, требует обновления и штат многих редакций.

ЛИТЕРАТУРА

- Алексеев А.И. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1998. № 3.
- Засурский И.И. СМИ России в условиях глобальных процессов трансформации: Дис. ... д-ра филол. наук. М., 1998.
- Геруля М. Местная периодическая печать Польши 1990-х гг. Типология, современное состояние и перспективы развития: Дис. ... д-ра филол. наук. М., 2001.
- Реснянская Л.Л. Профилирование областных газет: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1983.

Поступила в редакцию 11.07.05.

Светлана Леонидовна Нарейко - аспирантка кафедры истории зарубежной журналистики и литературы. Научный руководитель - кандидат филологических наук, доцент З.К. Пригодич.