

– **Что-то похожее уже было на Чемпионате Мира по футболу в Бразилии. Все журналисты, которые рассказывали о новостях чемпионата, были девушки.**

– Да, и это главный козырь. Все помнят об этом и много где обсуждалась эта тема. Не помню, чтобы люди относились негативно, наоборот – с интересом.

– **Какими качествами должен обладать менеджер?**

– Настойчивость – самое главное. Всегда должен бороться до конца за свою идею. Иногда сложно ломать стереотипы, но он обязан быть уверен в себе и в том, что все его действия дадут СМИ новый толчок к развитию.

– **Кризис – это хорошо или же плохо?**

– Это хорошо. Да, это всегда много проблем, стресса, потерь, это и новые пути развития. Кризис – это не только выживание, борьба с конкурентами, но еще и борьба с самим собой. Ты создаешь себе планку и постепенно двигаешься к достижению цели.

Литература

1. *Орехов В. И., Балдин К. В., Гапоненко Н. П.* Антикризисное управление: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2006. – 544 с.
2. Интернет-адрес: <http://uchebnik-online.com/125/246.html>.
3. Интернет-адрес: http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/priemy_antikrizisnogo_menedzmenedz/.

КАНТЭНТ-ТАКТЫКІ ГАЗЕТЫ «СОВЕТСКАЯ БЕЛОРУССИЯ»: САЦЫЯЛЬНА-ДЭМАГРАФІЧНЫ І ГЕАГРАФІЧНЫ ФОКУС

Д. А. Нікановіч

Выданні дзяржаўнага грамадска-палітычнага медыяхолдынга – «Советская Белоруссия», «Рэспубліка», «Белорусская нива» («Сельская газета»), «Знамя Юности» і «Народная газета» – знаходзяцца ў пераліку друкаваных СМІ, рэдакцыям якіх запланавана аказанне фінансавай падтрымкі з рэспубліканскага бюджэту на 2016 год. Аднак, як адзначыла ўжо ў лютым 2016 года міністр інфармацыі Лілія Ананіч, гэта буйное медыяаб'яднанне больш не прыцягвае бюджэтныя субсідыі. Намаганні менеджменту рэдакцыі па рэалізацыі новай мультымедыйнай стратэгіі былі прадстаўлены міністрам у якасці арыенціра для іншых друкаваных СМІ краіны [2]. Мяркуем, невыпадкава тое, што пазітыўны эканамічны эффект дзейнасці холдынга і новаўвядзенні ў кіраванні кантэнтам разглядаюцца паралельна. У сувязі з гэтым аб'ектам франтальнага кантэнт-аналітычнага даследавання стаў змест друкаваных перыядычных выданняў, якія ўваходзяць у грамадска-палітычны дзяржаўны

медыяхолдынг, а таксама іх вэб-версія. Прадметам кантэнт-аналізу стала адпаведнасць зместу выданняў заяўленаму фармату. У прыватнасці, дадзены артыкул прысвечаны асобным зместавым тактыкам дамінантнай газеты холдынга «Советская Белоруссия» («СБ»).

Тыраж газеты дасягае 400 тысяч асобнікаў. Па даных Інфармацыйна-аналітычнага цэнтра пры Адміністрацыі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь за 2013 г. [1, с. 106], «СБ» уваходзіла ў тройку найбольш масавых рэспубліканскіх выданняў (мела сярэдні месячны ахоп насельніцтва, які складаў 32,4 %). Паводле ўзроставай характарыстыкі мела шырокую чытацкую аўдыторыю (спажывыцы знаходзяцца ва ўсіх групх: 18–29 гадоў (16,1 %), 30–39 гадоў (13,1 %), 40–49 гадоў (19,1 %), 50–59 гадоў (21,7 %) і 60 і болей (30,1 %)). Адсюль відавочна, што больш за палову аўдыторыі складалі чытачы, старэйшыя за 50 гадоў.

Сацыяльна-дэмаграфічны фокус кантэнту. Аўдыторыя – гэта сацыяльная супольнасць, аб’яднаная ўзаемадзеяннем з камунікатарам у працэсе атрымання інфармацыі. Неаднароднасць гэтага сацыяльнага ўтварэння, абумоўленая адрозненнем асобных якасцей, а таксама культурных каштоўнасцей і норм яго чальцоў, вызначае розную ступень успрымання і ацэнкі інфармацыі. Названы фокус кантэнту – характарыстыка, якая выкарыстоўваецца для вызначэння рэальных сацыяльна-дэмаграфічных катэгорый, статус якіх закранаецца ў публікацыях выдання. Іншымі словамі, гэта факусіроўка ўвагі аўтара медыятэксту на пэўнай супольнасці, праблемы якой з’яўляюцца прычынай стварэння матэрыяла. Для вызначэння рэальнай сацыяльна-дэмаграфічнай катэгорыі, пра якую распавядае публікацыя, мы карыстаемся наступнымі крытэрыямі: пол, узрост, нацыянальнасць, прафесія (род заняткаў) і інш.

Так, журналістскія публікацыі спецыяльнага інтарэсу (напрыклад, маладзёжная музыка альбо жаночае здароўе), з’яўляюцца сфакусіраванымі. Аднак калі героямі рэпартажа, нататкі ці нарыса выступаюць падлеткі, але пры гэтым іх узрост сам па сабе не знаходзіцца ў цэнтры аўтарскага аналізу, то ў такога твора і няма ўзроставага фокусу. Фокусам выступае таксама ўзгадванне месца нацыі ў глабальнай гісторыі, а таксама такія больш вузкія нацыянальныя тэмы, як кухня, вопратка, фальклор і пад.

Прызначэнне кантэнт-аналітычнай катэгорыі. Прадугледжваецца, што вывучэнне сацыяльна-дэмаграфічных характарыстык публікацый дазволіць скласці аб’ектыўнае ўяўленне пра аўдыторную арыентацыю газеты (кіруемся логікай, што сацыяльна-дэмаграфічны фокус кантэнту праецыруецца на «зборны вобраз» мэтавай аўдыторыі).

Вынікі. Да найбольш яскравых прыкладаў разглядаемага факусіравання мы адносім наступныя:

1) фокус **«Пажылыя людзі»**: «Стариков в обиду не дадим» (СБ, 16.02.2016), «Почёт и уважение» (СБ, 06.01.2016), «Автолавка придёт по расписанию» (СБ, 28.01.2016) і інш.;

2) фокус **«Грамадзяне перадпенсійнага ўзросту»**: «Думая о возрасте, помнит о демографии», «Что общего у пенсии и инноваций» (СБ, 16.02.2016), «Сумма всех интересов» (СБ, 26.02.2016) і інш.;

3) фокус **«Жанчыны»**: «Как уберечься от зимней болезни?» (СБ, 28.01.2016), «Возвращаем старую шубу к жизни», «Вы очень тревожны? Тренируйтесь!» (СБ, 06.01.2016) і інш.;

4) фокус **«Вернікі»**: «Знак надежды» (СБ, 16.02.2016), «Чудесная сила Рождества», «Рождественское Послание Митрополита Минского і Заславского Павла...» (СБ, 06.01.2016).

Таксама важнае месца ў стварэнні журналісцкіх гісторый займае прафесійны фокус, ці фокус паводле роду дзейнасці. Напрыклад, у нататцы «Грузовики ищут выход из хитросплетений» (СБ, 16.02.2016) апісваецца сітуацыя, у якой апынуліся дальнабойнікі з прычыны палітычнага канфлікту паміж Украінай і Расіяй. Асобныя публікацыі прысвечаны праблемам паўсядзённасці медработнікаў («Человеческий фактор», СБ, 28.01.2016), вучоных («По пути инновационного развития», СБ, 30.01.2016), ратавальнікаў МНС («Работа рядом с домом», СБ, 28.01.2016), супрацоўнікаў міліцыі («Право на силу», СБ, 30.01.2016), прадпрыемстваў («Бизнес заканчивается, когда его смешивают с политикой», СБ, 16.02.2016), воінаў-інтэрнацыяналістаў («Дело долга», СБ, 16.02.2016) і інш. Найбольшая частка праблемна-прафесійных матэрыялаў уключае фокус «Спарсмены» (рубрыка «Спорт»).

Асобна трэба выдзеліць публікацыі з аўтарскім фокусам на такіх катэгорыях, як аўтамабілісты («Солярка, изменчивая как судьба», СБ, 06.01.2016), падарожнікі («Аэропорты и города», СБ, 06.01.2016), мігранты («Отсель теснят их стали шведы», СБ, 30.01.2016).

Да публікацый з праблемным макрафокусам **«Усё насельніцтва Беларусі»** мы аднеслі наступныя: «Культурный код года», «Заглянуть в кредитную историю бывает полезно», «Полюса января» (СБ, 06.01.2016). Фокус «Беларусы як нацыя» атрымалі матэрыялы: «Не все врут календари» (СБ, 06.01.2016), «Школа вечных ценностей» (СБ, 06.01.2016), «Древнее соседей» (СБ, 28.01.2016), «Тепло у дверей» (СБ, 26.02.2016).

Аднак большасць публікацый, у якіх дэмаграфічны фокус патэнцыйна мог быць вызначаны, з'яўляюцца не сфакусіраванымі, г. зн.

немагчыма выказаць здагадку, якая сацыяльна-дэмаграфічная катэгорыя з'яўляецца аб'ектам журналісцкага вывучэння. Так, напрыклад, абсалютна відавочна, што ў аналітычнай карэспандэнцыі Аэліты Сюльжынай «Кредиторы отличаются лучшей памятью, чем должники» (СБ, 28.01.2016) так званымі «героямі» з'яўляюцца пазычальнікі аднаго з беларускіх банкаў, які разарыўся. Аднак невядома, якія яшчэ прыкметы (акрамя няўстойлівага, часовага і адноснага статуса банкаўскіх даўжнікоў) – прафесійныя, полаўзроставыя ці іншыя фармальныя – аб'ядноўваюць іх. Недакладная сацыяльна-дэмаграфічная скіраванасць кантэнту не з'яўляецца праблемай для спецыялізаванай на вузкай аўдыторыі газеты – у дадзеным выпадку большую ролю адыгрывае тэматыка.

Тым не менш, зыходзячы з атрыманых даных, мы робім выснову, што наратывы ў газеце ўсё ж такі прысвечаны дастаткова разнастайным сацыяльна-дэмаграфічным катэгорыям, і таму кантэнт выдання прызначаны максімальна шырокай аўдыторыі.

Геаграфічны фокус кантэнту. Для вызначэння геаграфічнага фокусу вылучаецца месца дзеяння галоўнай падзеі артыкула, аднак гэта не значыць, што менавіта названая ў публікацыі лакацыя вызначае яе «геаграфічны ахоп». Дапаможнымі індыкатарамі для пошуку дамінуючай геаграфічнай характарыстыкі публікацыі можа стаць і тып чытачоў, якому артыкул, як мяркуецца, быў бы больш цікавы, а таксама спроба аўтара спрацыраваць свае высновы з вузкага тэрытарыяльнага маштабу на больш шырокі.

Прызначэнне кантэнт-аналітычнай катэгорыі. Існуе стэрэатыпнае меркаванне, якое мы абралі ў якасці гіпотэзы для далейшай верыфікацыі, што беларускія рэспубліканскія выданні з'яўляюцца па сутнасці рэгіянальнымі, бо «абслугоўваюць» пераважна сталіцу і яе вобласць. Прычынамі гэтага называюць месцазнаходжанне сталічных рэдакцый СМІ, журналісты якіх маюць камфортны доступ да тэрытарыяльна блізкіх падзей. Пры гэтым фармат рэспубліканскай газеты прадугледжвае максімальна шырокую геаграфічную арыентацыю. Кіраўніцтву газеты варта ўлічваць і той факт, што «СБ» пераважна чытаюць жыхары сельскіх населеных пунктаў [1, с. 108].

Вынікі. Атрыманыя намі даныя сведчаць пра тое, што значная частка журналісцкіх матэрыялаў канцэнтруецца на медыяпадзеях агульнадзяржаўнага маштабу. Так, па тапоніму «Мінск» у аналітычнай карэспандэнцыі «Читатель подан» (СБ, 16.02.2016) спачатку можна зрабіць паспешлівую выснову, што публікацыя сфакусіравана толькі на сталіцы. Аднак аўтарскі падыход Людмілы Рублеўскай да вывучэння генеральнай падзеі карэспандэнцыі – Мінскай кніжнай выстаўкі-

ярмаркі – заключаецца ў вызначэнні тэндэнцый усяго беларускага кніжнага рынку. Так фокус пашыраецца да агульнарэспубліканскага. Падобная сітуацыя склалася з нататкай «Препаратная інтрига» (СБ, 16.02.2016) пра канфіскацыю са звароту трох сродкаў Нясвіжскага завода медыцынскіх прэпаратаў, а таксама з нататкай «Дело долга» («Дело долга», СБ, 16.02.2016) аб мітыngu ў памяць воінаў-інтэрнацыяналістаў у Мінску з нагоды 27-й гадавіны вываду савецкіх войск з Афганістана.

Такім чынам, 59 з 222 прааналізаваных кантэнт-адзінак маюць у статыстычнай табліцы адзнаку «Беларусь – Рэспубліканскі фокус». Акрамя таго, 18 маюць фокус «Замежны: іншыя краіны», яшчэ 35 – «Міжнародны: адносіны Беларусі з іншымі краінамі». Больш за тое, заўважная колькасць кантэнт-адзінак (58) увогуле не мае геаграфічнага фокусу, а значыць, актуалізуецца альбо ўніверсальнай падзейнасцю, ці адсутнасцю медыяпадзеі ў тэксце.

Сярод 52 публікацый з рэгіянальным фокусам 16 засяроджваюцца на г. Мінску, 2 – на Мінскай вобласці. Для параўнання: 7 матэрыялаў асвятляюць падзеі Гомельскай вобласці, 8 – Гродзенскай, 7 – Віцебскай, 4 – Магілёўскай, 1 – Брэсцкай. Такім чынам, у параўнанні з іншымі рэгіёнамі, сталічны, безумоўна, дамінуе. Аднак на фоне агульнай статыстыкі па геаграфічным факусіраванні кантэнту гэта, на наш погляд, не з'яўляецца крытычным.

Такім чынам, у вывучэнні пазіцыянавання медыя сацыяльна-дэмаграфічны фокус, безумоўна, сведчыць пра галоўнае: «СБ» як дзяржаўная газета вядзе сваю дзейнасць у рэчышчы афіцыйна заяўленай сацыяльна арыентаванай палітыкі і звяртаецца да праблем паўсядзённасці самых розных людзей, адыгрываючы ролю грамадскага дарадцы і памочніка. Як паказала вывучэнне геаграфічнага фокусу, закранаючы медыяпадзеі рэгіёнаў, «СБ» усё ж такі не мае прамой канкурэнцыі з мясцовай прэсай, што прадугледжвае добрую магчымасць спажывання разглядаемай газеты як транслятара навін агульнанацыянальнага і сусветнага значэння, у тым ліку дадаткова да рэгіянальнай газеты.

Літаратура

1. Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. материалов социологических исследований на 2013 г.; под общ. ред. В. О. Дашкевича – Минск: Белорусский дом печати, 2014. – 191 с.
2. *Степура Н.* Что нового в медиа? / Н. Степура // СБ – Беларусь Сегодня [Электронный ресурс]. – 05.02.2016. – Рэжым доступа: <http://www.sb.by/obshchestvo/article/chto-novogo-v-media.html>. – Дата доступа: 15.05.2016.