

лады, у Беларусі, на наш погляд, мае сэнс стварэнне большай колькасці канвергентных прадуктаў, якія дазваляць ахапіць вялікую аўдыторыю і максімізаваць прыбытак, улічыць варыятыўнасць сродкаў атрымання паведзенняў і адказу на іх.

Літаратура

1. Более 87 % белорусских юзеров обращаются к интернету практически ежедневно // БЕЛТА – Новости Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belta.by/tech/view/bole-87-belorussskih-juzerov-obraschajutsja-k-internetu-prakticheski-ezhednevno-176980-2016>. – Дата доступа: 5.10. 2016.
2. Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals // ITU [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2015/CoreHouseholdIndicator.xls>. – Date of access: 20.12.2015.
3. Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals // ITU [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2016/CoreHouseholdIndicator.xls>. – Date of access: 20.12.2016.
4. Mobile-cellularsubscriptions//ITU[Electronicresource].–Modeofaccess:http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2016/Mobile_cellular_2000-2015.xls. – / Date of access: 20.12.2016.
5. Multi-screen Viewership Boosts TV Fandom and Loyalty, According to Viacom's «Getting With the Program: TV's Funnels, Paths and Hurdles» // Viacom [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.viacom.com/inspiration/latestresearch/SIR%20Getting%20With%20the%20Program.pdf>. – Date of access: 16.10.2016.
6. Tablets leading alternative for tv show viewing // PC business products. – 2012. – Vol. 24 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://eds.b.ebscohost.com.proxy.lnu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=91883fc8-1a06-443f-b432-f0d888478c35%40sessionmgr114&vid=5&hid=109>. – Date of access: 16.11.2015.

Марта Мартынюк

ЖАНР РЕПОРТАЖА В ГАЗЕТЕ «ТРАНСПОРТНЫЙ ВЕСТНИК»

От выбора жанра, являющегося не только «элементом метаязыка интегрированных социальных коммуникаций, но и современным кодом, с помощью которого массовая информация шифруется СМИ и дешифруется аудиторией» [2, с. 63], зависит, насколько успешной будет эта коммуникация.

В жанре репортажа совмещаются информационное, аналитическое и художественно-публицистическое начала. Его синтетическая природа предполагает широкий спектр возможностей по применению репортажа журналистами для решения различных творческих задач. Цель данной работы – определить тенденции функционирования репортажа в корпоративной газете «Транс-

портный вестник». Выбор издания обусловлен его тематико-проблемным полем, предполагающим освещение производственных вопросов транспортной сферы – одной из наиболее динамичных и находящихся в буквальном смысле в постоянном движении.

Газета «Транспортный вестник» основана в 1953 году. Ее учредители – Министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, департамент «Белавтодор» и учреждение «Редакция газеты “Транспортный вестник”». Издание освещает актуальные вопросы транспортной сферы страны и СНГ. На ее страницах публикуются материалы о дорожной, автомобильной, речной, авиационной и железнодорожной подотраслях. Газета выходит один раз в неделю на 16 полосах. Основная аудитория издания – работники транспортных организаций Республики Беларусь.

Эмпирической базой исследования являются выпуски издания за июнь-декабрь 2016 года. В одном номере «Транспортного вестника» публикуется в среднем 40 материалов. За период исследования вышло 29 номеров, примерное количество материалов составило 1160. Методом сплошного подсчета определено, что за указанный период опубликовано 27 текстов в жанре репортажа, что составляет 2,3 % от общего количества опубликованных материалов. Оценивая частотность использования данного жанра только на основе контента газеты, мы можем сделать вывод о непопулярности репортажа на страницах издания. В то же время в «Транспортном вестнике» только за полгода опубликовано в 3,4 раза больше репортажей, чем, например, в областной газете «Заря» (Брестская область), которая выходит трижды в неделю, за год [5].

Репортаж представляет собой видовое образование, представленное совокупностью жанровых моделей. При этом репортажное начало как результат применения метода репортажа проявляется в структуре жанров других групп. Выделяемые учеными (например, М.Н. Кимом [3]) виды репортажа фиксируют многообразие его форм: событийный, проблемный, познавательно-тематический и др.

Выбранные для анализа 27 текстов в газете «Транспортный вестник» можно классифицировать следующим образом: событийный репортаж – 9, проблемный – 4, познавательно-тематический – 12.

Событийный репортаж отражает общественно значимые события. К основным его признакам можно отнести оперативность и актуальность. Предметом репортажного описания, как правило, выступает событие, которое находит свое наглядное отображение в тексте как результат непосредственных авторских наблюдений. Именно для событийного репортажа особенно характерно хронологическое изложение события, точное указание места и времени

действия, за счет чего и создается «эффект присутствия». Примером этого вида репортажа является публикация «Тепло сердец и лучики добра» [7], в которой рассказывается об организованном Министерством транспорта и коммуникаций Республики Беларусь празднике в Поречской вспомогательной школе-интернате для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Автор последовательно описывает мероприятие, включая в описание различные детали, прямую речь и собственные впечатления. Благодаря уместному выбору жанра и удачной его реализации, журналист добивается поставленной творческой задачи – через рассказ об акции поведать читателю о том, какую помощь учреждению оказывают транспортные организации, тем самым мотивируя других представителей отрасли последовать их примеру.

Проблемный репортаж ориентирован не только на описание одномоментного события, но и на выяснение причин его возникновения и развития. Исследовательские подходы в разработке темы допустимы в проблемном репортаже для полноты отображения действительности, отмечает Л.Е. Кройчик [4, с. 269]. Примером подобного репортажа является текст «Не рейд, а повседневная работа» [1]. Фабула этой объемной публикации, занимающей две полосы, заключается в описании хода контрольных мероприятий, проводимых Транспортной инспекцией Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, за которым следит корреспондент издания. В то же время автор не останавливается на последовательной фиксации событий, а параллельно исследует множество вопросов, возникающих во время рейда. Итогом этой работы становится материал, затрагивающий ряд проблем транспортной отрасли, рассмотренных не умозрительно, а на конкретных примерах. Такой репортаж не только интересен, но и полезен читателю.

Наиболее часто используется в исследуемом издании познавательно-тематический репортаж. Репортажи этого вида не обязательно строятся на основе одного события. Это может быть актуальная тема или наблюдение журналиста, построенное с использованием возможностей драматической композиции. Условно тематику познавательных репортажей в газете «Транспортный вестник» можно разделить на три составляющие. Первая – описание новых технологий, процессов и специфики работы различных предприятий, вторая – рассказ о работниках отрасли, построенный в форме репортажа, третья – путевые заметки. Один из наиболее интересных способов использования жанра репортажа, на наш взгляд, применен в подготовке публикации «Настоящие» [6], цель которой – познакомить читателей с директорами автопарков ОАО «Гродноблавтотранс». Вместо интервью или очерка, которые при такой целевой установке чаще всего выбирают журналисты, автор пользуется широки-

ми возможностями репортажа. С первых же строк читатель вместе с автором погружается в журналистский процесс через рассказ о том, как журналист планировал встречу с героями с учетом их большой занятости. Эта деталь далее разворачивается в лейтмотив публикации, демонстрируя, насколько герои погружены в работу. Через репортажное описание автор формирует яркий и точный образ работников автотранспортной отрасли.

Анализ репортажей в газете «Транспортный вестник» показал, что авторы издания понимают специфику жанра и умело используют его в своей работе. В то же время потенциал журналистов в применении этого жанра не раскрыт до конца. Тематико-проблемное поле и характеристики самой транспортной отрасли дают широкие возможности для применения репортажа в качестве жанровой формы публикаций. Полагаем, что появление на страницах издания большего количества репортажей позволит решать творческие задачи редакции более эффективно.

Литература

1. Азаревич, Т. Не рейд, а повседневная работа / Т. Азаревич // Транспортный вестник. – 2016. – № 45. – С. 10–11.
2. Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе общественных СМИ / А.А. Калмыков. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 97 с.
3. Ким, М.Н. Репортаж: технология жанра / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 224 с.
4. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров / Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста; под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125–168.
5. Мартынюк, М. Жанровая система репортажного метода в журналистике Брестчины (на материале газеты «Заря») / М. Мартынюк // Слова ў мове, маўленні, тэксце: зб. навук. артык. / Брэст. дзярж. ун-т імя А.С. Пушкіна; пад агульнай рэд. Н.Р. Якубук; рэдкал.: Я.І. Абрамава [і інш.]. – Брэст: БрДУ, 2015. – С. 252–259.
6. Петрова, Е. Настоящие / Е. Петрова // Транспортный вестник. – 2016. – № 47. – С. 4.
7. Смолей, С. Тепло сердец и лучики добра / С. Смолей // Транспортный вестник. – 2016. – № 52. – С. 4.

Анна Науменко

ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА В БЕЛАРУСИ

Корпоративные медиа в Беларуси имеют свои особенности развития в отличие от западного опыта и от российской практики. Особенности проявляются в первую очередь в историческом аспекте, а именно в предпосылках