

ЖАНРОВЫЙ ВЕКТОР МЕСТНОЙ ПЕЧАТИ: ОТ РАЙОННОЙ – К ПОЛИРЕГИОНАЛЬНОЙ

Точность сравнительного анализа в журналистике определяется не только глубиной исследования, но и его продолжительностью. Длительное, более десятилетия, изучение жанровой составляющей районной, «местной», а ныне – региональной печати позволило охарактеризовать нынешнее ее состояние, определить основные этапы ее развития. Республиканская научно-практическая конференция «Региональная пресса: традиции, опыт, перспективы», состоявшаяся 27 октября 2007 г. в Минске, организованная и проведенная Министерством информации и Министерством образования совместно с факультетом журналистики БГУ, имела, на наш взгляд, определяющее значение.

Проведенная десятилетие назад «мозговая» атака позволила сделать объективный вывод о слабом профессиональном уровне большинства «пишущих» и фотографирующих корреспондентов. На страницах «районки» преобладали, в основном, информационные жанры журналистики, а жанры фотожурналистики практически отсутствовали, поскольку отнести к ним редкие фотозаметки и фотоинтервью было проблематично. В большинстве местных изданий отсутствовали аналитические и художественно-публицистические жанры: фотокорреспонденции, фотоочерки, фотоэссе. Естественным итогом подобного отношения представителей творческой профессии к своему ремеслу стало падение тиражей. Так, в среднем, заметки составляли 30–45 процентов всех газетных публикаций, фотоинтервью – 5-6, фоторепортажи – один-два.

В публикациях ее участников вскрылись и проблемы фотожурналистики, ее жанров и их места в системе местной периодической печати. Отмечались пути совершенствования местной периодики, при этом подчеркивалось, что «жанры фотожурналистики в страницах региональной прессы все еще находятся в «загоне», используются достаточно робко, неумело, при этом фоторяд лишен выдумки и экспрессии... Запущенная болезнь ряда районных газет – «строчкогонство»: полосы заполнены докладами руководителей местного масштаба, «сухими» отчетами с заседаний райгорисполкомов, даже инструкциями. Напрасно читатель ждет от редакций творческого подхода к освещению «скучных» мероприятий» [1, с. 112].

Причиной подобного одностороннего, сугубо информационного направления к освещению основных событий, происходивших в регионе, следует признать низкий уровень журналистских кадров, как правило, не имеющих профессиональной подготовки, забвение ими принципов журналистики, по-

строенных на гуманизме, правдивом и объективном освещении всех сторон жизни социума. Корреспондентов более всего заботила проблема оперативной констатации фактов без разделения их на главные, основные и второстепенные, нежели обращение к главному объекту журналистского творчества – человеку труда, его проблемам и судьбе.

Игнорирование аналитических и художественно-публицистических жанров, главным объектом изучения которых является конкретная неординарная личность, попавшая в сложную ситуацию, слабая иллюстрированность газетных полос привели к прогнозируемому падению читательского интереса к газетным публикациям, к сокращению спроса на периодические издания.

В период политической и экономической стабильности 70-х гг. XX в. тираж большинства «районок» сохранял стабильность на протяжении многих десятилетий. В новейшей истории Беларуси большинство районных газет потеряло в среднем от 10 до 30 процентов тиража. Так, общественно-политическая газета Узденского района Минской области «Чырвоная зорка» в 2009 г. выходила тиражом в 3070 экз., а в декабре 2016 г. ее тираж составил 2786 экз. Однако «лицо» этого издания преобразилось, приобрело черты современной региональной газеты: объем вырос с четырех до восьми полос, появилась цветная печать, иллюстративность возросла с 20 до сорока – сорока пяти процентов. Содержание полос наполнилось жанрами фотожурналистики, в основном информационными.

Устарели ли традиционные мерки оценок содержания газетных материалов, утратил ли значение определяющего фактора тиражный показатель эффективности газетной жизнедеятельности? Действительно, к снижению тиражей газетной периодики привело объективное, как требование времени, «вмешательство» интернета, однако этот же фактор расширил возможности газетной периодики уже тем, что создал конкурентные отношения между печатным и визуальным словом, между читательским спросом и предложением печатной периодики.

История журналистики подтверждает, что искренний интерес журналиста к главному объекту его труда – судьбе человека, ближнего, способность раскрыть образ в многообразии поступков, противоречий и конфликтов, моральных исканий неизменно привлекает читателя. Типичным примером может служить контент номера изменившейся в последнее время «Чырвонай зоркі» за 30 ноября 2016 г. Первая полоса открывается фотозаметкой с четырехколонным репортажным портретом участников генеральной уборки города. На внутренних полосах издания опубликовано несколько позитивных фотозарисовок о людях, создающих материальные ценности: заслуженном колхознике, знатной

доярке, работнице деревенского фельдшерско-акушерского пункта, инспекторе местного отделения МЧС. Душевной теплотой к односельчанам пенсионного возраста согрета фотоподборка «Ад вёскі да вёскі», в которой редакция уделила трогательное внимание людям пенсионного возраста, их насущным проблемам. В подборке опубликованы их портреты. Спортивный фоторепортаж о буднях районных спортсменов, размещенный на 5-й полосе «Стадыён», включил пять фотографий, размер которых превалирует над текстом.

Изменению внешнего вида и повышению респектабельности публикаций способствовали смена руководства газеты, профессиональное обучение фоторепортера на факультете повышения квалификации и переподготовки Института журналистики БГУ. Но более всего желание самого коллектива повысить качество издания.

Полвека назад тираж слуцкой районной газеты «Шлях Ільіча» составлял 11560 экз., а объем – четыре полосы обычной газетной бумаги. В наше время преемница «Шляха Ільіча» газета «Слуцкі край» выходит в свет вдвое меньшим тиражом, однако в значительно большем объеме, на 24 страницах. Иллюстрации на первой и последней полосах печатаются в цвете. Иллюстративность «Слуцкага краю» не превышает 35–40 процентов, однако дизайн издания, грамотное композиционное построение публикаций и выразительность фотографий превосходят по этим параметрам многие региональные издания.

Государственные местные газеты в новейшей истории страны играют значительную роль в формировании общественного мнения по актуальным вопросам политической, социально-экономической и культурной жизни. Существование на мультимедийном рынке страны газет различных форм собственности привело к рождению конкуренции, ранее неизвестной для советской периодики. Неоднократно отмечаемая на государственном уровне приверженность местной прессы гуманизму и патриотизму, обостренное внимание к событиям своего региона, обращение журналистов региональной прессы к непростым судьбам «простых людей», желание оказать посильную помощь нуждающимся – вот ее главное достоинство, заложенное историей и традициями советской прессы в творческую деятельность современной местной печати.

Следует обратить внимание на тенденцию превращения целого ряда региональных газет общественно-политического направления в «толстушки». Увеличение газетного объема оказалось вынужденной мерой, обусловленной объективными причинами: оперативность как фактор удовлетворения читательского спроса в новостных оперативных материалах логично перешла на онлайн-выпуски интернетовских сайтов. Важным компонентом журналистских материалов становится иллюстрация высокого качества.

Удачными образцами многостраничных «регионок» могут служить «Жодзінскія навіны» – выходят на 20 полосах, «Пухавіцкія навіны» – на 12, борисовская газета «Адзінства» – на 20, «Лідская газета», «Слоні́мскі веснік», «Слуцкі край» – на 24. Фотоиллюстрации и жанры фотожурналистики заняли доминирующее положение на страницах этих изданий. Жанры фотожурналистики преобразили внешний вид большинства региональных еженедельников.

Показательный пример – жанр фотоинтервью на страницах «Жодзінскіх навін», представленный такими его разновидностями, как монолог, беседа, опрос, «прямая линия». Размеры фотографий здесь никогда не «сжимаются» до размеров колонки. Иллюстрирование отвечает запросам читателей. С целью расширения притока иллюстраций редакция этой газеты в № 49 за 7 декабря 2016 г. объявила фотоконкурс «Детство без забот». Конкурсные фотографии, которые планируется публиковать на страницах издания и сайте газеты, позволят увеличить иллюстрированность издания, будут способствовать росту количества подписчиков, следовательно, и тиража.

Одной из особенностей современной местной прессы становится ее полирегиональность – стремление некоторых изданий выйти за пределы административной границы своего района. Если для газетных интернет-версий территориальных границ не существует по определению, то печатная периодика пытается осваивать смежные пространства. Характерный пример подобной деятельности – борисовская общественно-политическая газета «Адзінства», ареал распространения которой охватывает не только город, но и Борисовский, Смолевичский и Крупский районы. Подобная практика обеспечивает не только дополнительный тираж, расширяет тематику и «географию» публикаций, но и привлекает рекламодателей. В результате расширения творческих возможностей районной печати возрастает интенсивность журналистского труда, заметней становятся творческая инициатива и организаторские способности. В одном из «будничных» выпусков газеты «Адзінства» (№ 60, 7.12.2016) опубликовано свыше 60 авторских материалов, написанных практически во всех жанрах фотожурналистики – от информационных до художественно-публицистических; размещено 35 фотографий, из которых 24 – портреты жителей вышеназванных регионов – представителей самых разных профессий.

Многовекторная и неоднозначная оценка деятельности региональной печати вынуждает искать оптимальную модель районной газеты, вырабатывать критерии оценки материалов, публикуемых в жанрах фотожурналистики, а также массы иллюстративного материала. Однако ученый О.Г. Слука, характеризуя период развития страны в минувшем десятилетии, отметил присутствующую отечественным СМИ высокую ответственность перед обществом,

которая в период формирования информационного пространства объединяет высокоразвитые системы и функционирует на основе новейших компьютерных технологий: «Беларускія масмедыя па інтэнсіўнасці і якасці пастаўкі інфармацыі адпавядаюць узроўню міжнародных стандартаў, а ў некаторых выпадках і пераўзыходзяць іх» [2, с. 427]. Следует признать, что создание идеального образца печатного органа – задача сложная, однако стремиться к ее решению необходимо. Популярность любого периодического издания, индикатором которого служит тираж, на безграничном медиaprостранстве определяют внешний вид (броское дизайнерское и художественное оформление), оперативность, злободневность, глубина содержания, «доходчивость» публикуемых материалов, постоянное стремление авторского коллектива к творческому росту, пополнению багажа знаний.

Літэратура

1. Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы: матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш]. – Мінск, 2007. – 117 с.
2. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка / А.Г. Слука. – Мінск: БДУ, 2011. – 447 с.

Юрый Шпаковский

КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Анализ мировой практики показал, что одним из наиболее перспективных сегментов издательской продукции, безусловно, является корпоративная пресса. В Европе суммарный разовый тираж корпоративных газет и журналов превосходит тираж традиционных СМИ. Лидером в области корпоративной прессы является Япония. **95 % всех крупных японских компаний имеют собственное печатное издание** [1]. В России по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям зарегистрировано более 6 тыс. корпоративных газет и журналов [4]. Кроме того, в 2004 году в России были созданы две организации, координирующие рынок корпоративных СМИ: Гильдия корпоративной прессы и Ассоциация корпоративных медиа России.

В Беларуси на рынке книжных и газетно-журнальных изданий (особенно газетных) наблюдаются негативные явления: снижение количества наименований и сокращение тиражей, что вызвано также и общим экономическим кризисом в стране [2; 3]. В этой ситуации является важным развивать рынок корпоративных изданий, который, как показывает мировой опыт, в настоящее время приносит ощутимую прибыль не только предприятиям отрасли, но и издателям (журналистам, редакторам, дизайнерам и др.).