

Наталья Саянова (Тумилович)  
Белорусский государственный университет

## **СОВРЕМЕННАЯ ПРЕССА БЕЛАРУСИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ (на примере изданий «СБ. Беларусь сегодня» и «Звезда»)**

Газеты «Звезда» и «СБ. Беларусь сегодня», старейшие и крупнейшие периодические печатные издания в нашей стране, в своем развитии отражают тенденции, характерные для современного состояния печатного медиарынка Беларуси в целом. К основным из них можно отнести следующие.

*Создание медиахолдингов на основе вышеназванных газет.* Экономические процессы и явления, затрагивающие современную медиainдустрию по всему миру, способствуют концентрации СМИ, позволяя тем самым усовершенствовать процесс производства и распространения продукции, концентрировать творческий потенциал и оптимизировать техническую составляющую функционирования периодики, перераспределять доходы, позволяя менее прибыльным изданиям выживать за счет более крупных и стабильных, а в данном случае и обеспечить экономию бюджетных средств, поскольку оба холдинга являются государственными структурами. В Беларуси существует несколько организаций, объединяющих различные типы СМИ (Белтелерадиоккомпания, холдинг БелТА, УП «Агентство «Минск-новости» и др.), однако «Звезда» и «СБ. Беларусь сегодня» представляют собой структуры, в состав которых входят непосредственно периодические издания.

«Издательский дом «Звезда» (газеты «Звезда», «Літаратура і мастацтва», журналы «Полымя», «Маладосць», «Нёман», «Бярозка», «Вожык», «Родная прырода», «Алеся», а также книжное издательство) был создан в 2012 г. Деятельность ориентирована на популяризацию культурологической и краеведческой тематики, выпуск художественной, детской и научно-популярной литературы.

Большинство русскоязычных ежедневных общественно-политических республиканских газет составляют структуру холдинга «Беларусь сегодня», основанного в 2013 г. («СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка», «Народная газета», «Сельская газета»). Также «СБ» выпускает еженедельники «Знамя юности», «Голас Радзімы», «The Minsk Times», «Вести потребительской кооперации», журналы «СПЕЦНАЗ» и «Беларусь», спецпроекты «СОЮЗ» и «Союзное вече» (новости Беларуси и России в рамках

Союзного государства, выходят в виде приложений к «СБ. Беларусь сегодня»).

В процессе создания обоих медиахолдингов были сохранены бренды всех газет, некоторые из перечисленных изданий функционируют в белорусском информационном пространстве не одно десятилетие.

*Переход в мультимедийный формат и формирование нового типа журналистской деятельности – конвергентных редакций.*

Активное развитие интернет-технологий кардинальным образом изменяет медийное пространство, способствуя изменению и самого характера журналистского труда, и организации редакционной деятельности. От традиционного корреспондента сейчас требуется не только собрать информацию и написать материал, но и визуализировать контент информационного продукта, представить как печатную, так и онлайн-версию события, уметь создавать текст, читабельный в сети и способный получать комментарии и отзывы на сайте и в соцсетях. Интернет-подписка, представление версии номера в PDF-формате, новостные инфоблоки, структурированная система подачи информации на сайте, возможность поиска в архивных материалах, продвижение в соцсетях – все эти функции достаточно активно используются обеими медиаструктурами для успешного конкурентирования собственного информационного продукта не только на традиционном рынке, но и в интернет-пространстве.

*Жанровая трансформация современной прессы.* Основу современной журналистики составляют новости. Количество и объем инфоповодов и источников их представления зачастую дезориентируют современного читателя (слушателя, зрителя), вырабатывая фрагментарное восприятие действительности. В то же время технологии позволяют практически каждому активному пользователю интернета создавать собственный информационный контент, а зачастую и выступать в роли журналиста-любителя. Авторская журналистика в целом либо исчезает со страниц периодики, либо вынуждена трансформироваться. Одним из примеров такого рода изменений является ведение профессиональными журналистами блогов на сайтах изданий и уход в колумнистику как форму авторского комментария и осмысления событий и процессов. Стоит отметить активное использование такого рода форм журналистами «СБ. Беларусь сегодня» (колонки И. Плескачевской, В. Степана, Т. Сулимовой, Н. Ходасевича, А. Куллинковича, Л. Рублевской, весьма близкие по формату к колонкам, хотя и представленные разными авторами ежедневные рубрики «В мире» «В стране» «Во мне», итоговая рубрика «5 событий недели глазами...») и «Звезды» (рубрики Е. Левкович, З. Бурака, С. Яскевич).

Отдельного внимания заслуживают дискуссионный проект «СБ. Беларусь сегодня» «Спор-клуб» и рубрика Л. Екеля «Люди и время», где представлен фактически исчезнувший как жанр современной журналистики портретный очерк. Хотелось бы, однако, более активной представленности авторских блогов журналистов «Звезды» на сайте газеты.

*Рубрикация и тематическая дифференциация контента.* Большинство ежедневных изданий сегодня придерживается принципа планирования и выпуска тематических приложений по дням недели. В «СБ. Беларусь сегодня» это «Союз Беларусь – Россия» в четверг, «Субботний собеседник», «Дамский клуб» по средам, в «Звезде» – многочисленные приложения социальной и культурологической тематики («Мясцовае самакіраванне», «Союз Евразия», «Фарпост спакою», «Карані і کرونا», «Краіна здароўя», «Алімпіец», «Сямейная газета», «Чырвоная змена», «Жырандоля», «Ігуменскі тракт» и др.), которые также структурированы по времени выхода. Четкая композиционно-графическая модель значительно упрощает поиск необходимых, актуальных и просто любопытных читателю сведений. Наиболее популярными у аудитории чаще всего являются итоговые номера недели.

Результаты социологических исследований Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь свидетельствуют: «Покупать или выписывать еженедельники предпочитают более половины читающих газеты граждан (54,6 %). Издания, которые выходят практически ежедневно (не реже пяти раз в неделю), приобретают 27,1 % респондентов» [1, с. 45]. Согласно данным этого же опроса, «еженедельные издания наиболее популярны среди молодежи до 30 лет и респондентов 50–59 лет (в среднем по 61,8 %), менее всего они интересны читателям в возрасте 60 лет и старше (44,4 %). Женщины обращаются к ним несколько чаще, чем мужчины (57,6 % и 50,4 % соответственно), горожане чаще, чем сельчане (58,2 % и 44,0 %). Наибольшим спросом они пользуются у граждан с образованием не ниже среднего (в среднем по 55,9 %), наименьшим – среди тех, кто получил неполное среднее образование (44,6 %). Ежедневную прессу в большей степени читают респонденты 40–49 лет и от 60 лет (в среднем по 35,0 %), в меньшей – молодежь (14,7 %). Сельские жители чаще, чем городские, входят в ее аудиторию (45,2 % и 21,0 %). В зависимости от уровня образования различий не выявлено» [1, с. 46]. Таким образом, остается актуальным вопрос о целесообразности существования печатной версии изданий в формате выхода 5 раз в неделю и перехода к еженедельникам как более востребованному типу газеты [см. 3, 4].

Выводы. Функционирование главных печатных изданий Беларуси отражает общемировые тенденции развития рынка печатных и конвергентных СМИ на современном этапе. «СБ» и «Звезда» используют новые форматы подачи информации, как жанрово-содержательные, так и визуальные, помимо традиционной печатной версии представляют сетевую, превращая сайт издания в мультимедийную платформу. В то же время, сохраняя традиции классической журналистики, эти издания во многом ориентируются на постоянную целевую аудиторию, а не на разового читателя, что является их безусловным преимуществом в современной медиасреде.

### *Литература*

1. Медиасфера Беларуси: социологический аспект Сб. материалов. [Электронный ресурс]. – 2014. Режим доступа: [http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera\\_Belarusi.pdf](http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf). – Дата доступа: 23.06.2017.
2. Тумилович, Н. В. Востребованность еженедельных изданий в современных условиях / Н. В. Тумилович // Журналістыка – 2009: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 65-годдзю факультэта журналістыкі БДУ, 3–4 сн. 2009 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 11. – С. 91–93.
3. Тумилович, Н. В. Жанрово-тематические приоритеты ежедневных газет / Н. В. Тумилович // Журналістыка-2011 : стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 13-й Міжнар. навук.-практ. канф., 8–9 сн. 2011 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 13. – С. 69–72.

**Александр Свороб**

*Белорусский государственный университет*

## **ВИЗУАЛЬНОЕ АКЦЕНТИРОВАНИЕ В ГАЗЕТЕ «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»: НЕКОТОРЫЕ ПРИЕМЫ И МЕТОДЫ**

Приемы визуального акцентирования в газете напрямую зависят от его содержания. Тщательно разработанная система рубрикации, выразительная подача наиболее актуальных заголовков, иллюстраций, продуманное, четкое расположение всех элементов номера способствуют привлечению читателя. При грамотном распределении содержательной части издание становится навигатором событий и новостей, где без труда можно найти публикацию на интересующую тему.

Дизайн республиканской газеты «СБ. Беларусь сегодня» выгодно выделяет ее среди других периодических изданий. Газета не боится