

оформительские приемы организации и поддержания наиболее эффективных каналов коммуникации с аудиторией.

Литература

1. Градюшко, А. Журналистский текст в условиях медиатрансформации / А. Градюшко // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 19-й Міжнар. навуц.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск, / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2017. – С. 339–342.
2. Иванов, А. Использование средствами массовой информации новейших технологий в контексте медиатизации общества / А. Иванов // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навуц.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10–11 ліст. 2016 г., Мінск, / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. – С. 11–15.
3. Райхельд, Ф. Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Фредерик Ф. Райхельд, Тил Томас. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 384 с.
4. Number of mobile internet users in China from 2008 to 2018 // Statista. – [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/265146/number-of-mobile-internet-users-in-china/>. – Date of access : 11.12.2017.

Марта Мартынюк

Белорусский государственный университет

ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ В ПЕЧАТНОМ И ОНЛАЙН-ФОРМАТЕ (на материале областной газеты «Заря»)

Сегодня все газеты Брестской области – и государственные, и частные (в том числе справочно-рекламного характера) – представлены в Интернете. На 01.11.2017 функционирует 29 сайтов печатных СМИ региона. Подавляющее большинство контента составляют газетные публикации, размещаемые без изменения в том виде, в котором они выходят в печатном номере.

В современных трудах по интернет-журналистике отмечается, что «одна из особенностей Интернета заключается в том, что он постоянно развивается и меняется, причем не только количественно. С каждым технологическим прорывом создаются новые типы ресурсов и новые инструменты (либо значительно улучшаются старые). Это требует от активных пользователей (в число которых входят журналисты) постоянного отслеживания событий и тенденций, а значит, дополнительных усилий и времени» [2, с. 336]. А. А. Калмыков и ряд других исследователей считают, что создание интернет-версии газеты должно сопровождаться и формированием отдель-

ной редакции: «запуск отдельного интернет-проекта, позволяет расширить тематику, установить контакт с читателями, расширить авторский пул, создать виртуальный клуб читателей газеты и т. п.» [3]. Однако в реалиях белорусской журналистики вопрос об отдельной редакции сайта, как правило, является неактуальным. Изменение структуры региональных газет требует продуманного подхода с учетом теоретических изысканий и опыта коллег из других изданий, в том числе из соседних стран, а также определенной смелости руководства. Немаловажную роль в этом играет экономический фактор.

На данный момент структура региональных редакций не претерпевает коренных изменений, несмотря на влияние процессов конвергенции. Пресса Брестчины идет по пути расширения компетенций творческих работников и увеличения нагрузки: на сотрудников возлагаются обязанности по подготовке текстов как в газеты, так и на сайты. Следствием того, что журналисты-печатники традиционно в приоритет ставят газету и не всегда интересуются спецификой интернет-среды, является практика дублирования материалов из печатного номера на сайт без редактирования их с учетом особенностей веб-журналистики. Художественно-публицистические тексты в оригинальных интернет-жанрах появляются на сайтах изданий крайне редко.

Интернет-пространство характеризуется рядом отличных от привычных для средств массовой информации признаков (интерактивность, гипертекстовость, мультимедийность), что значительно влияет на процесс коммуникации с читателем. А. А. Градюшко констатирует: «Ключевую роль в информационном наполнении сайтов традиционных СМИ играет мультимедийность. На сайтах часто размещаются аудио- и видеофайлы. Таким образом, веб-ресурсы начинают превращаться в самостоятельные СМИ, объединяющие в себе возможности классических видов масс-медиа» [1, с. 98]. Понимание этой специфики и корректировка деятельности в соответствии с современными требованиями позволит региональным журналистам и публицистам эффективно решать свои профессиональные задачи в новых условиях. В свою очередь игнорирование и отрицание своеобразия Интернета как канала коммуникации ведет к реализации непродуктивных стратегий и в конечном счете значительно затрудняет развитие печатного СМИ с учетом процессов конвергенции.

Для определения коммуникативных стратегий публицистического текста в печатном и онлайн-формате в структуре прессы Брестчины нами был проведен контент-анализ, эмпирическим материалом для которого выступили публикации газеты «Заря» и сайта zarya.by в период с января по июнь 2016 г. Выбор издания обусловлен его статусом в системе СМИ региона: «Заря» – областная газета, имеющая самый большой недельный тираж, определяющая коммуникативные стратегии прессы региона.

Посредством контент-анализа выявлено, что в среднем в одном номере «Зари» публикуется один художественно-публицистический текст. При этом фактически публикации данного рода не появляются почти в 50 % номеров газеты. Исключение составляют тематические выпуски, например, посвященные праздникам (Дню Победы, 8 Марта и др.), когда в одном номере может появиться до 15 художественно-публицистических материалов (в основном это зарисовки и портретные очерки). Специальные рубрики для художественно-публицистических материалов отсутствуют.

Редко в «Заре» размещаются житейские истории, крайне редко – фельетоны, памфлеты и другие художественно-публицистические жанры. В целом авторы отдают предпочтение двум из них – очерку и зарисовке. Наиболее часто в «Заре» публикуются портретные очерки, находится место на страницах издания и путевому очерку, а проблемный практически не появляется в газете. Зарисовка является самым используемым в газете художественно-публицистическим жанром. Художественно-публицистические тексты в «Заре» выполняют свое назначение – в них отражаются человеческие истории, описываются мысли и судьбы. При помощи типизации и образотворчества журналисты издания не просто фиксируют единичные факты, а воссоздают образы, характерные для общества в целом. На наш взгляд, появление в газете большего разнообразия художественно-публицистических жанров благотворно скажется на качестве издания.

Сайт газеты «Заря» – zarya.by – работает с 2005 г., новая версия была запущена в феврале 2013 г. Редакцией сайт позиционируется как «Информационный портал Брестской области». Проведенный анализ показал, что на портале «Зари» подавляющее большинство публикаций дублируется из печатного номера (около 80 %). При этом сами тексты не модифицируются с учетом специфики интернет-среды. Публикация претерпевает изменения в форме подачи материала. Наблюдаются следующие тенденции, позволяющие говорить о дискретности онлайн-текста на сайте «Зари»:

- изменению в сторону большей информативности подвергаются заголовочные комплексы. Например, очерк в газете «Карабахские командировки» (№ 40 от 09.04.2016, с. 10, автор – Г. Поплавский) на сайте опубликован под заголовком «Житель Ганцевичей – об армяно-азербайджанском конфликте 1991–1994 годов»;

- в ряде случаев тексты иллюстрируются бóльшим количеством фотографий и рисунков. Так, зарисовка в газете «Паспорта в День конституции» (№ 30 от 17.03.2016, с. 3, автор – Е. Литвинович) не имеет визуального сопровождения. Этот же текст на сайте размещен 16.03.2016 и проиллюстрирован пятью фотографиями авторства фотокорреспондента «Зари» А. Шульгача);

- некоторые публикации дополняются видеоматериалами. Например, заметка о вручении редактору «Зари» А. Логвиновичу премии правительства

России в печатном номере (№ 5 от 16.01.2016, с. 1, 3) проиллюстрирована одной фотографией. На сайте текст и фото размещены 12.01.2016 без изменений и дополнены видеороликом «Медведев вручил премию правительства России редактору «Зари»».

На сайте публикуются не все материалы из печатного номера. Исключения составляют в основном рекламные и художественные тексты. Публицистика на сайте «Зари» представлена в формате дублирования материалов из печатного номера издания.

На портале газеты «Заря» упор делается на оперативные заметки и фотоиллюстрации. Редакцией освоены мультимедийные возможности интернет-платформы, следующая задача – увеличение объема оригинальных публикаций на портале.

Изучив контент областного издания Брестчины, приходим к выводу, что основой жанровой модели и газеты, и сайта являются тексты информационного рода, что обусловлено активным развитием конвергентной среды. В то же время в условиях конкуренции с интернет-пространством редакции печатных СМИ должны использовать другие стратегии. Управление жанровым контентом с акцентом на публицистику может стать наиболее продуктивной стратегией развития печатных СМИ региона в онлайн-пространстве.

Литература

1. Градюшко, А. А. Трансформация традиционных СМИ на платформе новейших технологий / А. А. Градюшко // Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўн-та. – 2007. – № 1 (43). – С. 97–102.
2. Интернет-СМИ: Теория и практика : учеб. пособие / под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
3. Калмыков, А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности [Электронный ресурс] / А. А. Калмыков // Академия медиаиндустрии : Вестник электронных и печатных СМИ. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231>. – Дата доступа: 24.12.2016.

Раиса Мелешевич

Белорусский государственный университет

РАБОТА СОВРЕМЕННОГО БЛОГЕРА: САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И КОНСЬЮМЕРИЗМ

Отдельные аспекты понятия «самопрезентация» (self-presentation) или «управление впечатлением» (impression management) изучаются довольно давно в научной литературе. Считается, что первым исследователем данного феномена стал Ирвин Гоффман, чья работа под названием «The Presentation of Self in Everyday Life» (1959) и явилась родоначальницей данного направления. Автор вслед за Шекспиром определяет жизнь как «театр», а