

- ских научных чтений (Екатеринбург, 20 апреля 2017 года). – Екатеринбург: ИПЦ журфака ИГНИ УрФУ, 2017. – С. 136–139.
5. Золотухин, А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 21–28.
 6. Калмыков, А. А. Медиалогия интернета / А. А. Калмыков. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2013. – 271 с.
 7. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
 8. Прасолова, Е. В. Мультимедийная история в аспекте современной текстологии / Е. В. Прасолова // Медиаскоп. – 2016. – № 1. – С. 33–36.
 9. Тertyчный, А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ / А. А. Тertyчный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2013. – № 6. – С. 172–179.
 10. Day, K. Good Listening to Pictures / K. Day // Journalism Studies. – 2017. – Vol. 18. – № 6. – P. 691–709.

Андрей Потребин

Белорусский государственный университет

МОДЕРНИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ: ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ НА ПУТИ КОНВЕРГЕНЦИИ

Печатные издания Витебской области, входящие в систему государственных СМИ, не смогут выполнять свою важную роль в информационном обеспечении социально-экономического развития региона, если не будут становиться современными, конвергентными, готовыми доводить контент до целевой аудитории с помощью различных носителей и форм. Как показал прошедший в прошлом году областной семинар, организованный Министерством информации Республики Беларусь и Витебским облисполкомом, понимание этого есть. И на этом пути газеты региона сделали уже немало, о чем свидетельствует, в частности, проведенный автором анализ состояния печатных СМИ в региональной медиасистеме.

Устойчивость их позиций в информационном пространстве области, городов и районов подтверждается 1-м местом, которое область занимает в стране по насыщенности местными газетами на тысячу жителей. Существенно и то, что 19 из 24 газет работают без убытков, на самоокупаемости, а по 5 оставшимся учредители принимают меры для укрепления их экономического состояния.

Горожане – это 72 % населения Витебской области. Витебск, Орша и район, Полоцко-Новополоцкая агломерация – здесь сосредоточена основная потенциальная аудитория региональных СМИ. Но нельзя, конечно, забы-



вать и об охвате районных аудиторий, за счет которых и получается высокий показатель насыщенности прессой. В тематике социально-экономического развития важное место занимают темы, отражающие особенности области: инвестиции и развитие промышленности и бизнеса, интенсивное развитие сельского хозяйства на базе современных технологий, экология и рациональное применение природных богатств (лес занимает треть территории, в области 2800 озер, она входит в еврорегион «Озерный край»), культурное развитие и сбережение наследия (область известна своими фестивалями, работают 27 музеев, охраняется 3 тысячи памятников истории и культуры). В региональной печати заметны публикации, отражающие специфику районов и городов, тему краеведения, истории о судьбах земляков, рассказы о действующих лицах наших дней – представителях власти, рабочих производства и социальной сферы («Веснік Глыбоччыны», «Голас Сенненшчыны», «Полацкі веснік», «Новополоцк сегодня», «Браслаўская звезда»).

В системе печатных СМИ 24 государственных газеты дополняются 6 корпоративными многотиражными газетами. Выходит 19 негосударственных газет, преимущественно информационно-рекламных (11 изданий), 4 – религиозные. 11 негосударственных газет выходит в Витебске, 5 – в Полоцке и Новополоцке, 2 – в Глубоком, 1 – в Орше. Альтернатива в общественно-политической тематике представлена интернет-ресурсами «Витебский курьер» и «Народныя навіны Віцебска», которые по числу подписчиков на аккаунты в социальных сетях и по числу посетителей сайтов сопоставимы с областной и витебской городской газетами.

Газеты региона удовлетворяют спрос аудитории на эксклюзивные местные новости и выстраивают систему диалога власти с населением. Этому способствуют как постоянные рубрики, нацеленные на обратную связь, так и специальные события (пресс-конференция главы областной администрации), и деловой, но не рутинный подход к освещению мероприятий с участием руководства области и районов, а также рабочих визитов руководителей правительства, министерств и ведомств («Витебские вести», «Витьбичи», «Аршанская газета»). В районных газетах выделяются публикации о работе депутатов, старейшин сел и деревень. Следует выделить последовательность ведения темы городского хозяйства в газетах «Новополоцк сегодня», «Аршанская газета», «Полацкі веснік». В полной мере редакции использовали для консолидации аудитории и поддержания связи с земляками, а также в целях подписной кампании юбилеи изданий (100 лет – «Полацкі веснік», «Аршанская газета», 85 лет – «Голас Расоншчыны»).

В районных и городских газетах в целом грамотно используют контент БЕЛТА, в том числе мультимедийный («тема недели», инфографика, видео, мировые новости). Ряд районных изданий, правда, иногда размещает «тему

недели» сплошным блоком текста, не структурируя, не выделяя основное. Это утяжеляет восприятие материала. Редакциям стоит наращивать свой мультимедийный контент (фотогалереи, видео с подробностями публикаций печатной версии), следует ярче подавать на сайте и в газете анонсы передач местного радио (как делает редакция «Пастаўскі край»).

Плюсом для печатных версий газет региона стала модель 1-й полосы, основанная на крупном фотопортрете либо репортажном фото на всю ширину страницы («Віцьбічы», «Пастаўскі край», «Веснік Глыбоччыны», «Сцяг перамогі», «Родныя вытокі»).

Судя по всему, наблюдается проблема с качеством печати, прежде всего черно-белой. Она ощутима у газет, выпускающихся в Витебской областной типографии. Качество у тех, кто печатается в Новополюцкой типографии, заметно выше. Очевидно, есть технологический вопрос, требующий изучения: либо это уровень оригинал-макетов, которые приходят из редакций, либо это проблема типографии.

В целом ряд изданий, даже при модернизации облика 1-й полосы выглядит пока на уровне позавчерашнего дня как по шрифтам, так и по верстке внутренних полос, и по композиции фото и заголовков. В этом ряду – «Кліч Радзімы», «Лепельскі край», «Голас Расоншчыны», «Чырвоны прамень». И это притом, что издания на хорошем уровне модернизировали свои сайты в интернете. Тот же сайт «Аршанскай газеты» был оформлен лучше печатной версии, и вполне на уровне областной газеты. На семинаре прозвучало пожелание довести до современного уровня и печатные версии. «Аршанская газета» занялась этим с помощью преподавателей кафедры периодической печати Института журналистики БГУ и уже получила хорошие результаты.

Три раза в неделю выходит областная газета «Витебские вести». Издание стало достойным преемником «Витебского рабочего», одной из старейших газет страны. Современный облик печатной версии и сайта, полезность для читателя, интерактивность, яркая подача материалов, продвижение в соц-сетях – все указывает на правильность пути. Но, видимо, надо активнее, наступательно продвигаться. Издание еще недостаточно «раскрутилось», не укрепило свой бренд. В ряде случаев в освещении работы областной власти оно заметно уступает «Віцьбічам». Хотя продажа свежего номера в pdf. за 20 копеек пока не очень востребована, стоит продолжать эксперименты с платным контентом.

Городская газета «Віцьбічы» – это, пожалуй, самая успешная региональная газета в стране, в том числе и с точки зрения тиража. Сайт отличает хорошая визуализация, налицо мультимедийность продукта (и фото, и видео). Ведется активный диалог с читателем. Фирменные плюсы – тема номера, карикатуры Петра Козича. Но главное – успешные специальные проекты и интернет-проекты, направленные на активизацию целевой аудитории. В

целом стоит подчеркнуть плодотворность проектного подхода с точки зрения привлечения аудитории. Это хороший пример для районных изданий. Минусы же следующие: не всегда есть фото (даже в зарисовках), не всегда четко структурированы тексты и разбиты подзаголовками и выносками.

«Новополоцк сегодня» находится в непростой ситуации конкуренции с одной из лучших корпоративных газет страны – «Вестником Нафтана». И успешно ее ведет: в газете хорошо представлены жизнь и развитие города, местный бизнес, диалог власти и горожан. Удачна и верстка, в которой прослеживается добрая традиция старого «Химика» и «Новой газеты». В газете и на сайте много фото, много лиц – люди хотят себя видеть. Но излишняя пестрота и постановочность снимков порой смазывает положительные приемы в дизайне. Видео, подробности и больше снимков – им место на сайте, не надо перегружать печатную версию. Газета представлена во многих социальных сетях, но по числу участников групп и подписчиков уступает и Орше, и Полоцку, и Лепелю. Стоит подумать: почему? Куда уходит эта аудитория или почему она не приходит?

Свои положительные стороны есть у газет «Лепельский край» и «Родные вытоки» (Докшицы): тексты сопровождаются удачными фотоиллюстрациями, налажена устойчивая обратная связь – интерактивные опросы, обзор комментариев читателей. Удачные и интересные странички по охране природы помимо этих изданий также видим в газете «Зара» (Бешенковичи).

С профессиональной точки зрения главное достоинство «Весніка Глыбоччыны» – высокая культура оформления издания. Определен и продуман стандарт и формат газеты, удачно подобраны шрифты (они закреплены за каждым из компонентов газетного текста), заголовки, выноски. Издание отличает хороший уровень фото, достаточно высока степень мультимедийности сайта. Присутствует разнообразная современная тематика местной жизни и социального развития: и конный клуб, и предпринимательство, и праздники (вишневый фестиваль, праздники деревень). Единство в оформлении улучшает восприятие. Это понимают и в «Голасе Сенненшчыны», где также задали строго стандарт верстки и единство в шрифтах для заголовков. Хороший уровень контента и эксклюзивность местных новостей в газете «Браслаўская звезда» подкрепляются грамотной версткой. Благодаря этому даже сводка сельхозработ не выглядит как рутинная таблица и не ухудшает восприятие газеты.

Подчеркивая, что интернет «становится сильным фактором управленческой системы», О. Слука определяет исключительную роль глобальной сети, которая «формирует реальность новой цивилизации XXI века». В сети «и в дальнейшем будет расширяться зона социальной справедливости, в которой жизнедеятельность общества и государства подвержена системному общественному сканированию и гуманистическому оздоровлению» [2, с. 254].

На какие тенденции опирается этот процесс? Ссылаясь на экспертные оценки топ-менеджеров белорусских СМИ, А. Градюшко обращает внимание на то, что «сегодня наблюдается усложнение природы журналистского текста, становящегося мультимедийным, что приводит к радикальному ужесточению конкуренции за внимание аудитории... Видео стало приоритетом многих СМИ, которые ранее занимались производством журналистских текстов в традиционных форматах» [1, с. 340]. И, например, газете «Міёрскія навіны» пора открывать свой видеоблог на YouTube, чтобы размещать видеосюжеты из рубрик «Экалогія» и «Вясковае жыццё». Издание держит высоко планку белорусскоязычности, чего недостает иным газетам. Миорская районка практикует редкий сегодня жанр – социальный репортаж о сельских буднях (например, публикация Элизы Блажевич «Малочным шляхам» о закупках молока у населения).

У ряда изданий Витебщины число участников групп в социальных сетях сопоставимо с тиражами бумажных версий, или даже больше. Это дополнительная аудитория, как правило, молодая и среднего возраста, обычно не совпадающая с аудиторией бумажной версии. Но не всегда это показатель местной аудитории – часто в соцсетях газету читают земляки, те, кто уехал когда-то из района. Скорее, отсюда высокие показатели в «Одноклассниках» (Глубокое, Миоры, Толочин, Сенно, Докшицы).

«Определяющими факторами, влияющими на вовлеченность пользователей и объемы трафика, являются тематика СМИ и характеристики целевой аудитории», отмечает В. Степанов, подчеркивая важность «системной работы в социальных медиа» [3, с. 275]. Одного лишь присутствия в сети «ВКонтакте» сегодня мало и это минус для газет «Патрыёт» (Ушачи), «Кліч Радзімы» (Шарковщина), «Герой працы» (Шумилино). Люди хотят видеть себя, своих близких и соседей, события районной и городской жизни на фото и видео. Отсюда востребованность визуального контента в Instagram и YouTube не только у городских изданий «Новополоцк сегодня», «Полацкі веснік», «Витебские вести», но и у сельских «Жыццё Прыдзвіння» (Витебский район), «Родныя вытокі» (Докшыцы), «Дняпроўская праўда» (Дубровно). Названные издания с добавлением «Віцьбічаў» в общем-то, и являются в печатных СМИ области лидерами по присутствию в соцсетях. Но витебская городская газета привлекает много публики в Facebook, в то время как остальные – в «Вконтакте» и в «Одноклассниках». Из уникальных результатов отметим наличие 981 приверженца «Дняпроўскай праўды» в Twitter'е и 100 подписчиков на аккаунт «Родных вытокаў» на YouTube. Это показывает, что резервы для привлечения аудитории есть, надо только с ними работать.

Літаратура

1. Градюшко, А. А. Журналистский текст в условиях медиатрансформации / А. А. Градюшко // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы

- 19-й Міжнароднай навук.-практ.-канферэнцыі 16–17 ліст. 2017 г. / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск: БДУ, 2017. – С. 339–342.
2. Слука, О. Г. Информационная основа гражданского общества / О.Г. Слука // Журналистика – 2010: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 12-й Міжнар. навук.-практ. канф. / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 12. – Мінск: БДУ, 2010. – С. 252–254.
3. Степанов, В. А. Проблема эффективности оценки работы СМИ в социальных медиа / Степанов В. А. // Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы : матэрыялы I Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 30 сак. 2017 г. / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2017. – С. 268–275.

Марына Прахарэня

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

РЭГІЯНАЛЬНЫЯ МЕДЫЯ ЯК ФАКТАР ЗАБЕСПЯЧЭННЯ ЎСТОЙЛІВАГА РАЗВІЦЦЯ ГРАМАДСТВА

Пастаянная работа па ўдасканаленні дзейнасці рэгіянальных СМІ, умацаванні іх функцыянальных магчымасцей, павышэнні якасці кантэнту, вырашэнні пытанняў кадравай эфектыўнасці, умацаванні матэрыяльна-тэхнічнай базы рэдакцый сведчыць аб тым, што мясцовая прэса – важны рэсурс мадэрнізацыйных працэсаў, накіраваных на забеспячэнне ўстойлівага развіцця грамадства.

Рост значэння рэгіянальных СМІ выкліканы асаблівасцямі сацыяльна-эканамічнага развіцця краіны. У апошні час з боку дзяржавы вялікая ўвага надаецца перспектыве рэгіянальнай палітыкі як важнага фактару стабілізацыі эканомікі і дасягнення ўстойлівага грамадства. Так, у Праграме сацыяльна-эканамічнага развіцця, якая разлічана на 2016–2020 гг., адзначаецца, што менавіта рэгіёны за кошт выкарыстання мясцовага рэсурснага патэнцыялу павінны стаць цэнтрамі эканамічнага росту [5]. «Збалансаванае рэгіянальнае развіццё» і «ўцягненне ў інавацыйны працэс рэгіёнаў» з’яўляюцца адным з прыярытэтных напрамкаў не менш важнага дзяржаўнага дакумента – Праграмы інавацыйнага развіцця Рэспублікі Беларусь на 2016–2020 гг. [3]. Паводле Нацыянальнай стратэгіі ўстойлівага сацыяльна-эканамічнага развіцця да 2030 г. вызначаны прыярытэтычныя задачы рэгіянальнай палітыкі: фарміраванне і падтрымка рэгіянальных цэнтраў праз стварэнне на месцах індустрыяльных пляцовак для арганізацыі вытворчасці суб’ектамі малога і сярэдняга прадпрыемальніцтва, скарачэнне міжрэгіянальнай дыферэнцыяцыі паміж ўзроўнямі жыцця насельніцтва, стварэнне спрыяльных умоў для вядзення бізнесу, умацаванне рэсурснай базы мясцовых бюджэтаў і інш. [4].

У 2014–2015 гг. былі распрацаваны стратэгіі ўстойлівага развіцця кожнай з шасці абласцей Беларусі. У дакументах былі вызначаны асноўныя