

нацыянальнай культуры: адкрыццё літаратурных музеяў, выстаў, правядзенне юбілейных мерапрыемстваў у гонар вядомых пісьменнікаў і г. д. На такіх старонках замацоўваюцца інтэрнацыянальныя літаратурныя сувязі з суседнімі краінамі, найперш Расіяй і Украінай.

«Літаратурная старонка» дапамагае таксама чытачам раённых газет арыентавацца ў вялікай колькасці новых выданняў мастацкай літаратуры, змяшчаючы ў рубрыцы «Раю прачытаць», «Новыя кнігі», «На вашу кніжную паліцу» рэцэнзіі на творы, што з'явіліся ў друку.

Варта адзначыць і афармленне «Літаратурных старонак». На іх часта можна пабачыць фотаэцюды з малюнкамі прыроды, якія суправаджаюцца паэтычнымі радкамі. Гэта стварае адпаведны настрой, сугучны зместу літаратурных твораў.

«Літаратурныя старонкі» можна лічыць своеасаблівай міні-бібліятэкай у сем'ях, дзе чытаюць раённую газету, бо там ёсць творы, якія адпавядаюць розным густам і ўзростам. Маленькаму чытачу, напрыклад, дарослыя з задавальненнем прачытаюць вершаваныя радкі яго ровеснікаў ці творы дзіцячага пісьменніка (у рубрыцы «Мама, прачытай»), а самі не абмінуць увагай вершы земляка-паэта, якога, магчыма, ведаюць самі або чулі аб ім ад сваіх бацькоў ці знаёмых.

І яшчэ адна надзвычай важная функцыя «Літаратурных старонак». Дзякуючы ім захоўваецца беларуская мова, насуперак таму, што ў большасці сваёй раённыя газеты сталі двухмоўнымі. І гэта пры тым, што асноўныя чытачы рэгіянальных газет – вяскоўцы, жыхары мястэчак, невялікіх гарадоў, дзе запатрабавана беларуская мова, якую ведаюць і карыстаюцца ёю як роднай.

Евгений Дмитриев

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДИНАМИКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ АУДИТОРИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

С позиции методологических принципов, сложившихся в социологии журналистики, анализ динамики информационных приоритетов аудитории региональных СМИ базируется на исследовании изменений содержания и структуры информационных потребностей этого типа аудитории в течение определенного, достаточно длительного – не менее одного

года, отрезка времени. При этом следует помнить о том, что имеются существенные внутренние различия аудитории региональных СМИ в зависимости от того, идет ли речь об информационных предпочтениях жителей областного центра, большого города, районного центра, села. Иными словами, проведенные нами в 2003, 2004 и 2005 годах медиатрические исследования выявили очевидную территориальную дифференциацию информационных предпочтений аудитории региональных СМИ. Мы установили, что контраст между информационными приоритетами городской и сельской аудитории региональных СМИ – характерная черта медийного ландшафта Беларуси.

Так, согласно данным исследования информационного пространства республики, проведенного Центром социологических и политических исследований (ЦСПИ) БГУ в феврале 2005 г. с участием автора (выборка – 1500 респондентов), на вопрос: «Если Вы хотите получить информацию о политических событиях, то к каким источникам обращаетесь в первую очередь?» вариант «к печатным СМИ» выбрали 42,4 % опрошенных в городах с населением свыше 200 тыс. человек, 46,4 % – в городах с населением от 50 до 199,9 тыс. человек, 47,8 % – в городах с населением менее 50 тысяч и 36,5 % на селе. Соответственно, вариант «к передачам радио» в каждой из названных территориальных аудиторий выбрали 5,9 %, 6,6 %, 11,5 % и 11,6 %, вариант «к передачам телевидения» – 92,7 %, 91,4 %, 85,7 % и 88,4 %.

Таким образом, информационные потребности аудитории региональных СМИ в областных центрах, больших и малых городах гораздо более широкие и разноплановые, чем на селе. Во-вторых, городская аудитория региональных СМИ отличается от сельской повышенными требованиями к оперативности, качеству и объективности массовой информации. В-третьих, в известном смысле городская аудитория региональных СМИ является более демократической с позиции личностного отношения к свободе слова, чем сельская. Объективно это связано с более высокой долей интеллигенции, лиц с высшим образованием, членов различных политических партий и общественных объединений именно в структуре аудитории областных центров, больших и малых городов. В некотором смысле полученные нами данные позволяют утверждать, что величина и статус населенного пункта прямо влияют на информационные предпочтения проживающего на их территории населения.

Всё это говорит о том, что анализ динамики информационных приоритетов аудитории региональных СМИ – достаточно объемная и сложная научно-прикладная задача. Поэтому мы выделили только две исследо-

вательские проблемы в данной статье: анализ информационных предпочтений аудитории региональных СМИ на уровне источников массовой информации и оценку устойчивости этого параметра. При этом под информационной устойчивостью будет пониматься неизменность информационных приоритетов аудитории региональных СМИ на протяжении не менее одного года. А для количественной оценки устойчивости информационных предпочтений будет использоваться аудиторный рейтинг источника массовой информации.

Например, если в 2003 году местное (региональное) телевидение смотрело 18,8 % от общего объема реальной республиканской телеаудитории, то в 2004 году этот показатель чуть уменьшился – до аудиторного рейтинга 18,4 %. В свою очередь, если в 2003 году аудитория областного и районного радио составляла 14,9 % от общей белорусской радиоаудитории, то в 2004 году аудиторный рейтинг регионального радиовещания поднялся на два пункта и составил 16,9 %. Хотя в то же время несколько снизился уровень предпочтения аудиторией областного, районного радио как источника информации. В 2003 году на вопрос: «Какие радиостанции из тех, что Вы обычно слушаете, Вам нравятся больше других?» вариант «областное, районное радио» выбрали 10,7 % респондентов, а в 2004 году – 9,8 %. Однако при этом сложилась положительная тенденция роста доверия именно к этому источнику массовой информации. По сравнению с другими радиостанциями, которые респонденты обычно слушают, в 2003 году областному, районному радио доверяли в наибольшей степени 7,3 % опрошенных, в 2004 году – 9,0 %, в 2005 году – 8,1 %. Позитивность данной динамики крайне важна для региональных радиийных СМИ, так как информационное доверие является не свойством канала или источником массовой информации, а свойством аудитории, выражающим ее отношение к средству массовой информации. На наш взгляд, именно информационное доверие определяет характер и содержание информационного поведения людей. Можно утверждать, что областное, районное радио обладают информационным доверием в той мере, в которой определяют реальное информационное поведение внутри своей аудитории. Это подтверждает тот факт, что если в 2003 году областное, районное радио считали своим любимым и предпочитали его другим радиостанциям 7,5 % респондентов, то в 2004 году этот показатель стал уже 9,0 %.

Вместе с тем, безусловным лидером в системе региональных СМИ являются областные, районные газеты. В 2003 году их читало 50,0 % от общего числа читателей печатных СМИ в Беларуси, а в 2004 году уже

60,9 %. Характерно, что последние годы достаточно заметно растет уровень доверия к областным, районным газетам. Согласно полученным нами данным, в 2003 году региональным печатным СМИ доверяли в наибольшей степени по сравнению с другими газетами, которые они обычно читают, 6,0 % общей аудитории печатных СМИ в стране, в 2004 году – 10,2 %, в 2005 году – 11,9 %.

Таким образом, информационные предпочтения аудитории региональных СМИ в последнее время претерпели серьезную трансформацию. Подобное поведение региональной аудитории обусловлено, на наш взгляд, следующим фактором. Так, в настоящее время в информационном поле Беларуси действует принцип синергетики, т. е. при взаимодействии множества каналов и источников массовой информации, которые сами должны рассматриваться как нелинейные сложные динамические системы, наблюдаются кооперативные процессы, приводящие к возникновению как новых свойств информационного поля, так и взаимодействующих в нем субъектов. В подобной ситуации описанные выше тенденции изменения места и значения различных типов региональных СМИ в информационном поле республики за последние годы не могли не отразиться на информационных предпочтениях региональной аудитории в целом. Как не могли не повлиять на их структуру и содержание усиливающиеся интернационализация и глобализация мирового информационного пространства, которые ведут к интенсивному преодолению как национальных, так и региональных информационных полей транснациональными потоками массовой информации.

Сергей Дубовик

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТЕВОЙ ПРЕССЫ

Доступность Интернет-технологий, удешевление производства сайтов, потребность в источниках информации провинциального характера и многие иные факторы обусловили возможность появления сайтов региональных Интернет-изданий.

Региональная Интернет-пресса пока еще не настолько сильна финансово, чтобы создавать собственные уникальные сетевые издания (то есть содержащие информацию, которую можно найти только лишь в глобаль-