

литические и художественно-публицистические жанры не представлены. Печать осуществляется на бумаге низкого качества. Digital-версия не отличается уникальным контентом, как правило, лишь дублирует содержание печатной версии издания.

Подобное сегментирование дает возможность fashion-изданиям охватить максимальную аудиторию, а быстрое развитие цифровых медиа – увеличить территорию и упростить процесс распространения. Данное обстоятельство приводит к тому, что на данный момент это самый массовый из существующих сейчас сегментов прессы.

Виталий Герцев

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ПРИОРИТЕТНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ВЕЧЕРНЕГО ИЗДАНИЯ

Для выявления приоритетов в проблематике современного белорусского вечернего издания нами было проведено контент-аналитическое исследование. Его объектом стало содержание городских общественно-политических газет «Вечерний Минск» и «Минский курьер». Предметом – тематический профиль этих изданий.

Генеральную совокупность исследования составили номера названных газет, которые вышли с 1 января по 31 декабря 2016 г. Элементами генеральной совокупности выступали любые публикации независимо от жанра, которые вышли в свет в обозначенный отрезок времени (кроме рекламы, объявлений, телепрограммы, анонсов номера и т. п.). Минимальный объем текста, который позволяет квалифицировать его как публикацию, не устанавливался. Если публикация состояла из нескольких частей, размещенных на различных страницах, она рассматривалась как единый материал.

В популяцию выборки были включены все без исключения материалы, опубликованные в изданиях в обозначенный период. Единицей анализа стала отдельная публикация, единицей учета – каждый материал, включенный в популяцию выборки (объем газетной площади, которую он занимает). Применялась случайная многоступенчатая систематическая выборка.

Несмотря на то, что и «Вечерний Минск», и «Минский курьер» относятся к городским изданиям, принадлежат они одному учредителю, Минскому горисполкому, наблюдается выразительное отличие в соотношении политической, экономической и социально-бытовой тематики.

Официальной информации в «Вечернем Минске» в три раза меньше, чем в «Минском курьере». Доля материалов экономической тематики в вечернем издании меньше в 6 раз, правовой – в 5, публикаций, посвященных деятельности общественных объединений, – в 2 раза.

Общий объем публикаций культурной тематики в структуре столичной вечерней газеты на 5 % больше, чем в «Минском курьере». Доля материалов о жилищно-коммунальном хозяйстве города, молодежной тематики больше в 5 раз, о благоустройстве Минска, работе торговли и общественного питания – в 3 раза, сферы услуг и предприятий бытового обслуживания – в 2,5 раза, посвященных социальной защите, благотворительности, здравоохранению и здоровому образу жизни – в 2 раза.

Коренное отличие вечерней городской прессы от утренней заключается в том, что в силу особенностей данного типа сохраняется превалирование рекреативной функции. Наибольшую часть совокупной печатной площади проанализированных номеров «Вечернего Минска» (23 %) занимают материалы культурно-досугового характера. Рекреативная функция, однако, реализуется не только выбором темы, но и жанра, средствами подачи информации.

Вместе с тем, как показывают результаты контент-анализа, нельзя утверждать, что в направленности столичного вечернего издания наметился уклон в развлекательную легковесность. Наряду с афишей выходного дня, под которую редакция отводит не менее полосы в каждом номере, публикациями о городских праздниках, фестивалях, интервью с деятелями искусства, значимую долю в тематической структуре газеты составляют материалы духовно-просветительского характера (около 8 % газетной площади), большое внимание уделяется патриотическому воспитанию (5 %). Процент материалов духовно-просветительской направленности в вечерней газете больше, чем в «Минском курьере», в 9 раз, публикаций, которые служат патриотическому воспитанию, – в 7 раз. Онтологически для вечерней прессы характерны гуманистическая и прагматическая стратегии реализации рекреативных функций в СМИ. Гуманистическая стратегия, в частности, подразумевает использование рекреативных элементов для более интенсивного и увлекательного осмысления читателем актуальных событий и явлений окружающего мира. Прагматическая стратегия в деятельности вечерних газет проявляется в сообщении локальных новостей прикладного характера.

В число приоритетных тем, которым отводится больше всего места в «Вечернем Минске», входят также работа ЖКХ (8 %), торговли и об-

щественного питания (7 %), социальная защита (около 7 %), здравоохранение, популяризация здорового образа жизни (6 %). Тогда как доля официальной информации – политика, сведения о деятельности органов власти, международном сотрудничестве и т. п. – составляет 5 %, а экономическая проблематика не превышает 2 %.

В «Минском курьере» преобладает культурная тематика (18 %). Объясняется это, с одной стороны, широтой данного понятия, с другой – тем, что 2016 г. в Беларуси был объявлен Годом культуры. На втором месте среди тематических приоритетов издания – официальная информация, доля которой превышает 15 %. На третьем – экономика – более 10 %. Далее в ряду следует правовая тематика (8,5 %). Порядка 7 % площади заняла развлекательная информация в чистом виде (сканворды, анекдоты и т. п.), около 5 % – спорт, что больше, чем в «Вечернем Минске», хотя превалирование таких материалов типично именно для вечернего издания. Причина заключается, на наш взгляд, в следующем. Редакция таким образом попыталась компенсировать доминирование политико-экономической проблематики большим объемом рекреационной информации, чтобы городская газета осталась интересной для широкой аудитории.

Не нашли обстоятельного отражения на страницах «Вечернего Минска» в рассматриваемый период темы образования, экологии, истории, которые присутствовали в номерах «Минского курьера». Вместе с тем в вечерней газете освещалась тема воспитательной работы детских дошкольных учреждений, уделено внимание такому важному аспекту, как занятость, выходили тематические полосы, посвященные дачному хозяйству. Данная тематика в «Минском курьере» отсутствовала.

Таким образом, белорусская вечерняя пресса – гуманистическая, лично и социально ориентированная. Преобладает в ней социально-бытовая проблематика, которая, как мы выяснили, является основой концептуальной модели газеты «Вечерний Минск». В меньшей степени, в сравнении с утренними изданиями, вечерняя газета ориентирована содержательно на политические институты.

Социальная ориентированность вечерней прессы, тем не менее, не исключает возможности выполнения ею имплицитно политических задач. При этом опосредованность, отсутствие у вечернего издания имиджа официального печатного органа, массовость многократно усиливают силу воздействия в сравнении с утренними газетами.