

льных сетей из обычных потребителей превращаются в производителей и распространителей контента. Основная суть социальных сетевых медиа – в создании цепочки социальных связей посредством распространения информации через различные платформы.

Деятельность социальных медиа в вопросе продвижения СМИ пока не имеет чётко разработанной научной концепции. Однако для многих конвергентных редакций социальные сети имеют важное значение по следующим причинам: во-первых, с их помощью редакции могут перенаправить пользователей на сайт издания (повышение трафика переходов) и, во-вторых, вовлечь аудиторию в неформальное, интерактивное общение. Сегодня для конвергентных СМИ критерием эффективности стало не количество подписчиков, формально зарегистрированных в социальных сетях, а их отклики и отзывы на опубликованные там материалы.

Библиографические ссылки

1. Беляева, Я. Продвижение медиа в соцсетях: 12 советов от главреда Meduza Галины Тимченко / Я. Беляева // MyMEDIA // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mymedia.org.ua/articles/media/sovetoj_timchenko_po_sotssetyam.html. – Дата доступа: 05.12.2018.
2. Комлев, Н. Г. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – С. 789.
3. Мультимедийная журналистика / под ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. – М.: Издательский Дом Высшей школы экономики, 2017. – С. 316.
4. Социальные сети в России // Mail.RuGroup // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://corp.imgsml.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf>. – Дата доступа 28.11.2018.
5. Фирсов, М. В. История социальной работы / М. В. Фирсов – М.: Академический проект: Трикта, 2009. – С. 323.

Наталля Саянава (Туміловіч)

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Мінск, Беларусь)

СУЧАСНАЯ БЕЛАРУСКАЯ ПРЭСА: ЭТАПЫ ФАРМІРАВАННЯ

Вылучаюцца асноўныя этапы развіцця сучаснай нацыянальнай прэсы (з пачатку 1990-х гг.) з улікам глабальных геапалітычных, сацыяльна-эканамічных і тэхналагічных працэсаў, якія аказваюць уплыў на фарміраванне медыяпрасторы Рэспублікі Беларусь. Акцэнтуюцца ўвага на неабходнасці сістэмнага фарміравання мадэлі кантэнту і жанравай структуры традыцыйных выданняў.

Ключевые слова: беларуская прэса; медыясістэма; традыцыйныя выданні; канвергентныя СМІ.

У сучасных умовах функцыянавання і развіцця нацыянальнай медыя-прасторы прэса як найбольш традыцыйны яе суб'ект падлягае найбольш кардынальным зменам. Яны звязаны як з тэхналагічнымі, эканамічнымі, так і псіхалагічнымі, культурнымі працэсамі, якія адбываюцца ў грамадстве, рэчаіснасці і свядомасці аўдыторыі. Большасць з іх абумоўлена глабальнымі, а не ўласна нацыянальнымі фактарамі. Тым не менш беларуская прэса мае своеасаблівыя спецыфічныя рысы, звязаныя з характарам яе станаўлення ў якасці самастойнага грамадскага інстытута на працягу ХХ ст.

Традыцыі сучаснага беларускага друку звязаны са з'яўленнем першых нацыянальных беларускамоўных выданняў «Наша доля» і «Наша ніва» напярэдадні маштабных грамадска-палітычных падзей першай трэці ХХ ст. Савецкі перыяд развіцця беларускай журналістыкі (у першую чаргу прадстаўленай перыядычнымі выданнямі) вызначаецца фарміраваннем сістэмы агульнарэспубліканскага і рэгіянальнага друку, з'яўленнем літаратурна-мастацкіх часопісаў, тэматычных і профільных выданняў. Грамадска-палітычныя падзеі другой паловы 1980-х – пачатку 1990-х гг. абумовілі распад СССР, з'яўленне Рэспублікі Беларусь як незалежнай дзяржавы, што ў сваю чаргу прывяло да паступовага фарміравання нацыянальнай медыяпрасторы.

На наш погляд з'яўляецца вылучэнне асноўных этапаў развіцця сучаснай беларускай прэсы:

1) Пачатак 1990-х гг. – стварэнне нацыянальнай сістэмы друку. Вядучыя рэспубліканскія выданні савецкага перыяду («Советская Белоруссия», «Звезда», «Беларуская ніва», «Знамя юности», «Чырвоная змена») са зменай статусу (ад рэспубліканскіх да нацыянальных газет) і паступовым пераходам да рынкавых умоў функцыянавання рэдакцыі былі вымушаны пераарыентаваць канцэпцыю выдання, кантэнт і фармат выхаду. Нягледзячы на захаванне асноўнай часткі аўдыторыі, газеты, апынуўшыся ва ўмовах канкурэнцыі як з новымі афіцыйнымі выданнямі («Рэспубліка», «Народная газета»), так і з сектарам недзяржаўнай прэсы («Белорусская деловая газета», «Свободные новости», «Народная воля», «Белгазета»), які актыўна фарміраваўся ў гэты перыяд, былі вымушаны шукаць новыя метады захавання цікаўнасці чытачоў. Аналагічная сітуацыя характэрна і для часопіснага сегмента тагачаснай сістэмы СМІ: паралельна з традыцыйнымі грамадска-палітычнымі і літаратурна-мастацкімі часопісамі з'яўляюцца новыя выданні, арыентаваныя на больш маладую і мабільную аўдыторыю, яны пашыраюць кантэнт даследаваных з'яў рэчаіснасці і выкарыстоўваюць больш сучасныя візуальныя і жанравыя формы прадстаўлення інфармацыі.

2) Другая палова 1990-х гг. – пачатак 2000-х гг. Са знікненнем большасці нерэнтабельных выданняў беларуская прэса ўтварае дастаткова стабільны сегмент, захоўвае тыражы і адаптуецца да сацыяльна-эканамічных пераўтварэнняў у краіне ў якасці самастойных фінансавых суб'ектаў.

Асноўныя змены ў гэты перыяд звязаны з тэхналагічнымі працэсамі, у прыватнасці, з'яўленнем інтэрнэт-версій традыцыйных выданняў і першых уласна анлайн-ававых СМІ.

3) Сучасны перыяд характарызуецца развіццём мультымедычных праектаў, у тым ліку на аснове рэдакцый традыцыйных друкаваных СМІ, з'яўленнем благасферы, развіццём сацыяльных сетак і месенджараў як асноўных каналаў камунікацыі і фарміравання грамадскай пазіцыі. На думку А. А. Градзюшкі, «друкаваныя СМІ імкнуцца прыладзіць мінулыя мадэлі кіравання рэдакцый да рэалій інфармацыйнага грамадства. Галоўнай умовай іх поспеху на рынку ў будучыні будзе актыўнае засваенне анлайн-прасторы» [1, с. 128].

Грамадска-палітычная прэса як феномен медыяпрасторы захоўвае папулярнасць толькі ў некаторых катэгорыях аўдыторыі (пераважна ўзрост 40+, жыхары рэгіёнаў). Ва ўмовах фактычнага пераходу да фарміравання канвергентных СМІ рэдакцыі актыўна выкарыстоўваюць новыя падыходы да прадстаўлення кантэнтнага ў традыцыйнай версіі, у тым ліку звязаныя з трансфармацыяй жанравай мадэлі выдання.

Відавочна неабходнасць сістэмнага фарміравання мадэлі кантэнтнага і жанравай структуры традыцыйных выданняў. Гэта спрыяе пазнавальнасці і брэндаванню медыя: так, калі «СБ. Беларусь сегодняя» і «Звязда» маюць літаральна стогадовую гісторыю, то выданні, якія з'явіліся на пачатку 1990-х гг. («Рэспубліка», «Народная газета»), на працягу некалькіх дзесяцігоддзяў будуць стратэгію прыцягнення і захавання аўдыторыі. «Рэспубліка» – за кошт тэматычнай прафілізацыі (пераважна пытанні эканомікі і экалогіі, навукі), «Народная Газета» кардынальна змяніла фармат і стала штотыднёвым выданнем. На наш погляд, гэта з'яўляецца найбольш перспектыўнай стратэгіяй паспяховай адаптацыі друкаваных медыя да канвергентных умоў функцыянавання. Штотыднёвы нумар з анлайн-версіяй і штотыднёвым абнаўленнем навін і інфармацыі больш запатрабаваны сучаснай аўдыторыяй, чым газета 5 разоў на тыдзень, дзе прадстаўлена інфармацыя, якую сучасны чытач атрымлівае з іншых, непараўнальна больш аператыўных крыніц.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Градзюшко, А. А. Принципы написания текстов для Интернет-СМИ / А. А. Градзюшко // Слова ў кантэксце часу: мова, стылістыка і журналістыка. Гісторыя, тэорыя і метадалогія журналістыкі. Культура мовы журналіста. Тэорыя і практыка рэдагавання. Лінгвістыка публіцыстычнага тэксту і аналіз дыскурса СМІ. Медыярыторыка: да 80-годдзя А. І. Наркевіча: зб. навуковых прац / М-ва адукацыі РБ, БДУ, Ін-т журналістыкі, Каф. стылістыкі і літаратурнага рэдагавання; [пад агульнай рэд. В. І. Іўчанкава]. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. – С. 126–135.