

БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ

УДК 070:005(476)

НІКАНОВІЧ
Дзмітрый Алегавіч

ГАЗЕТНЫ КАНТЭНТ
ВА ЎМОВАХ ТРАНСФАРМАЦЫІ
НАЦЫЯНАЛЬнай МЕДЫЯСФЕРЫ:
АДАПТАЦЫЯ І МАДЭЛЯВАННЕ

АЎТАРЭФЕРАТ
дысертацыі на саісканне вучонай ступені
кандыдата філалагічных навук
па спецыяльнасці 10.01.10 – журналістыка

Мінск, 2019

Работа выканана ў Беларускаім дзяржаўным універсітэце

Навуковы кіраўнік –

Самусевіч Вольга Міхайлаўна,
кандыдат філалагічных навук, дацэнт,
дэкан факультэта журналістыкі
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта

Афіцыйныя апаненты:

Чайка Наталля Уладзіміраўна,
доктар філалагічных навук, прафесар,
прафесар кафедры мовазнаўства і
лінгвадыдактыкі Установы адукацыі
«Беларускі дзяржаўны педагагічны
ўніверсітэт імя М. Танка»

Мядзведзева Вольга Аляксандраўна,
кандыдат філалагічных навук, дацэнт,
прафесар кафедры менеджменту,
гісторыі і тэорыі экранных мастацтваў
Установы адукацыі «Беларуская
дзяржаўная акадэмія мастацтваў»

Апаніруючая арганізацыя –

Установа адукацыі «Брэсцкі дзяржаўны
ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна»

Абарона адбудзецца 3 кастрычніка 2019 г. у 14.00 на пасяджэнні савета па абароне дысертацый Д 02.01.08 пры Беларускаім дзяржаўным універсітэце па адрасе: 220030, г. Мінск, вул. Ленінградская, д. 8 (корпус юрыдычнага факультэта), аўд. 407.

Тэлефон вучонага сакратара: (+375 17) 259-70-24.

З дысертацыяй можна азнаёміцца ў Фундаментальнай бібліятэцы БДУ.

Аўтарэферат разасланы « » верасня 2019 г.

Вучоны сакратар савета
па абароне дысертацый,
кандыдат філалагічных навук, дацэнт

Л. П. Саянкова-Мельніцкая

УВОДЗІНЫ

Нацыянальная медыясфера з часу атрымання Рэспублікай Беларусь суверэнітэту вызначаецца спецыфічнымі ўмовамі функцыянавання, звязанымі, з аднаго боку, з класічнымі традыцыямі беларускай журналістыкі, а з другога, з актыўнымі трансфармацыйнымі працэсамі, што адбываюцца ў сусветнай інфармацыйна-камунікацыйнай прасторы. Дзяржаўная інфармацыйная палітыка нашай краіны цалкам падпарадкавана асноўным патрабаванням Канцэпцыі інфармацыйнай бяспекі Рэспублікі Беларусь, у якой сцвярджаецца, што «інфармацыйная сфера набывае ключавое значэнне для сучаснага чалавека, грамадства, дзяржавы і аказвае ўсеабдымны ўплыў на эканамічныя, палітычныя і сацыяльныя працэсы, што адбываюцца зараз ў краінах і рэгіёнах».

Журналістыка, перманентна заглыбленая ў сацыяльны кантэкст, традыцыйна характарызуецца як звышуспрымальная да грамадска-палітычных, культурных, тэхніка-тэхналагічных пераўтварэнняў практычная дзейнасць. Трансфармацыя нацыянальнай медыясферы (якая прасочваецца і ў структуры спажывання журналісцкай інфармацыі, і ў прафесійных падыходах да яе стварэння, і ў арганізацыі работы рэдакцый) патрабуе ад дзяржаўных СМІ адпаведнай і своєчасовай рэакцыі. Адаптацыю медыяпрадпрыемстваў да новых творчых, вытворчых і сацыякультурных рэалій у ліку іншых закліканы забяспечыць распрацоўкі ў сферы медыяменеджменту.

Поспехі найбуйнейшых сусветных медыякампаній залежаць ад дынамізму інавацыйных укараненняў, выпуску на міжнародны медыярынак высакаякаснай прадукцыі. Глобалізацыя і ўзмацненне канкурэнцыі аб'ектыўна абумоўліваюць перагляд існуючых нацыянальных стратэгий і тактык кіравання ў маштабе «эканомікі ведаў», у кантэксце «грамадства ведаў».

Інавацыйныя і навукова абгрунтаваныя кіраўнічыя рашэнні, здольныя павысіць прафесійны ўзровень беларускіх СМІ, павінны тычыцца не толькі фінансавых, матэрыяльна-тэхнічных, але і крэатыўных, ідэйна-змястоўных, медыятэкставых рэсурсаў, што знаходзяцца ў арсенале рэдакцыйных калектываў.

Высокі ўзровень развіцця айчыннай журналістыкі пераважна дасягаецца праз асваенне супрацоўнікамі рэдакцый СМІ эфектыўных прыёмаў і метадаў стварэння і арганізацыі медыякантэнт – асноўнага і абавязковага элемента вытворча-творчай сістэмы, якасць якога напрамую звязана з практычнай дзейнасцю журналістаў. Мэтай эфектыўнага кіравання ў рэдакцыі СМІ з'яўляецца ўдасканаленая тэхналогія выпуску медыяпрадукту – і менавіта гэты практычны кірунак актуалізуецца ў дысертацыі і дае шырокую прастору для даследаванняў.

Такім чынам, *актуальнасць дысертацыі* абумоўліваецца неабходнасцю ўкаранення ў дзейнасць нацыянальных медыяпрадпрыемстваў сучасных прадуктыўных форм работы, што цалкам адпавядае патрабаванням дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі. У сувязі з гэтым у даследаванні ўвага факусіруецца на такіх аспектах тэорыі і метадалогіі журналістыкі, як навуковая арганізацыя журналісцкай творчасці і работы рэдакцыі, тэхналогія стварэння газетнага кантэнт, медыяменеджмент і медыямаркетынг, медыяканвергенцыя, кросмедыйнасць і мультымедыйнасць. Надзённасць даследавання дэтэрмінуецца таксама несістэматызаванасцю, а часам адсутнасцю тэарэтычных уяўленняў аб ролі рэдакцыйнага менеджменту ў арганізацыі тэкставай дзейнасці журналісцкага калектыву.

Эфектыўнасць медыявытворчасці напрамую залежыць ад прынятых у прадпрыемствах СМІ кіраўнічых і творчых практык, якія пад уплывам зменлівага знешняга асяродку мусяць мадэрнізавацца, каб адпавядаць выклікам рэчаіснасці. У айчыннай медыясістэме найбольшую патрэбу ў пераглядзе вытворча-творчых падыходаў маюць газеты: як сведчаць разнастайныя сацыялагічныя даныя, а таксама прыклады з журналісцкай практыкі, менавіта друкаваныя выданні асабліва адчувальныя да наступстваў усебаковай трансфармацыі медыягаліны (у тым ліку лічбавізацыі), аднак несумненна маюць патэнцыял развіцця ў актуалізаваных заканамернасцях індустрыі СМІ.

Сучасны газетны кантэнт мае патрэбу ў эфектыўным мадэляванні і адаптацыі да новых фарматаў і платформ, што ўзніклі ва ўмовах трансфармацыі медыясферы. Разам з тым кіраўнічыя і творчыя карэктывы ў генерацыі змястоўнага кампанента газет павінны тычыцца не каштоўнасна-гуманітарнай сутнасці журналісцкай інфармацыі (яна па-ранейшаму мусяць заставацца аб'ектыўнай, сацыяльна абумоўленай, гарманізуючай, мірнай і пад.), а яе тэхналагічнай, камунікатыўна-прагматычнай мадэлі, арыентаванай на эфектыўную прэзентацыю грамадска значных ідэй і паспяховае іх засваенне аўдыторыяй.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Сувязь работы з буйнымі навуковымі праграмамі і тэмамі. Дысертацыя выканана ў каардынацыі з планавымі навуковымі тэмамі факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта: «Працэсы фарміравання беларускай нацыі, нацыянальна-дзяржаўнага будаўніцтва Беларусі ў журналістыцы XIX–XX стст.» (2013–2017 гг., нумар дзяржрэгістрацыі 20130790); «Карпаратыўная прэса ў сучаснай інфармацыйнай прасторы: канцэптуалізацыя змястоўна-тэматычнай, візуальна-семантычнай і кампазіцыйна-графічнай мадэляў» (2013–2017 гг., нумар дзяржрэгістрацыі 20130435); «Медыякантэнт друкаваных перыядычных выданняў Беларусі: мадэрнізацыя традыцыйных

форма- і стылеўтваральных сродкаў вытворчасці і распаўсюджання масавай інфармацыі» (2018–2022 гг., нумар дзяржрэгістрацыі 20180335).

Тэма дысертацыі карэлюе з тэмай навукова-даследчай работы «Дзяржаўныя рэгіянальныя друкаваныя сродкі масавай інфармацыі ў працэсе трансфармацыі нацыянальнай медыясістэмы (маніторынг стану і распрацоўка эфектыўнай мадэлі развіцця)» (2018–2020 гг., нумар дзяржрэгістрацыі 20182044), якая выконваецца па замове Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь на кафедры перыядычнага друку і вэб-журналістыкі факультэта журналістыкі БДУ (у тым ліку саіскальнікам).

Работа адпавядае прыярытэтным даследчым напрамкам на 2016–2020 гг., зацверджаным Пастановай Савета Міністраў Рэспублікі Беларусь № 190 ад 12 сакавіка 2015 г. (п. 11 «Грамадства і эканоміка», п. 12 «Міждысцыплінарныя даследаванні», п. 13 «Бяспека чалавека, грамадства і дзяржавы»).

Мэта і задачы даследавання. *Мэта дысертацыі* – распрацаваць эфектыўныя стратэгіі і тактыкі мадэлявання газетнага кантэнту і яго адаптацыі да медыйных фарматаў і платформ, што ўзніклі ва ўмовах трансфармацыі нацыянальнай медыясферы.

Дасягненню мэты служыць пастаноўка і вырашэнне наступных *задач*:

1. Распрацаваць катэгорыяльна-паняцыйны апарат і вызначыць метадалагічныя асновы прымянення медыялінгвістычнага і медыяіндустрыяльнага падыходаў да катэгорый медыятэксту і медыякантэнту як сістэмаўтваральных кампанентаў журналісцкай дзейнасці.

2. Выявіць спецыфіку, анталагічныя характарыстыкі і сацыяльна-палітычныя ўмовы трансфармацыі нацыянальнай медыясферы і ўстанавіць функцыянальны патэнцыял газетнага кантэнту на канкурэнтным медыярынку.

3. Вызначыць стратэгічныя вектары адаптацыі друкаваных СМІ да новых алгарытмаў медыявытворчасці, актуалізаваных трансфармацыяй нацыянальнай медыясферы і рэалізацыяй дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі.

4. Ахарактарызаваць вытворча-творчыя тактыкі сучасных медыяпрадпрыемстваў і абгрунтаваць неабходнасць адаптыўнага кіравання для павышэння эфектыўнасці іх дзейнасці.

5. Стварыць эфектыўныя кантэнт-мадэлі і распрацаваць практычныя рэкамендацыі па ўкараненні іх у дзейнасць рэдакцый рэгіянальных газет Беларусі.

Аб'ект даследавання – газетны кантэнт ва ўмовах трансфармацыі нацыянальнай медыясферы. *Прадмет даследавання* – мадэляванне газетнага кантэнту і яго адаптацыя да інавацыйных медыйных фарматаў і платформ.

Матэрыяламі даследавання сталі медыятэксты: «СБ. Беларусь сёння» – 81 выпуск за 2014–2018 гг.; «Рэспубліка» – 71 выпуск за 2014–2018 гг.; «Знамя юности» – 13 выпускаў за верасень–лістапад 2016 г.; «Народная газета»,

«Сельская газета» – асобныя выпускі за верасень–кастрычнік 2016 г.; «Аргументы и факты в Белоруссии» – 5 выпускаў за 2017 г.; «Аргументы и факты. Москва» – 5 выпускаў за 2017 г.; «Комсомольская правда в Беларуси» – 3 выпускі за 2017 г.; «Комсомольская правда. Москва» – 3 выпускі за 2017 г.; карпаратыўная газета «GAZeta» холдынга «БелГАЗаўтасэрвіс» – 5 выпускаў за 2014–2015 гг.; 136 абласных, гарадскіх, раённых газет Брэсцкай, Віцебскай, Гомельскай, Гродзенскай, Магілёўскай, Мінскай абласцей – усяго 287 выпускаў за перыяд са студзеня па кастрычнік 2018 г. (для выяўлення жанравай структуры рэгіянальнага друку прааналізавана 3221 публікацыя). Акрамя таго, апрацаваны 135 анкет студэнтаў факультэта журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта і філалагічнага факультэта Брэсцкага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А. С. Пушкіна.

Метадалогія даследавання грунтуецца на спалучэнні медыялінгвістычнага і медыяіндустрыяльнага падыходаў да вывучэння журналісцкага працэсу і вытворчасці яго прадуктаў. У рабоце выкарыстаны наступныя *метады*: індукцыі, дэдукцыі, аналізу, сінтэзу, экстрапаляцыі, мадэлявання, фармалізацыі, кантэнт-аналіз (жанравы аналіз, тэматычны аналіз, функцыянальны аналіз), дыскурсны аналіз, кампаратыўны аналіз, анкетаванне.

Навуковая навізна. Дысертацыя ўяўляе сабой першае айчыннае даследаванне, якое актуалізуе ролю кіраўнічых працэсаў у рэдакцыі СМІ для забеспячэння высокай якасці медыякантэнту. На аснове комплекснага аналізу трансфармацыі медыясферы ў рабоце абгрунтоўваецца неабходнасць змянення ўнутрырэдакцыйных вытворча-творчых алгарытмаў і мадэрнізацыі сучаснай медыявытворчасці, вызначаюцца напрамкі развіцця рэдакцый беларускіх СМІ, прапаноўваюцца спосабы ўдасканалення кантэнту рэспубліканскіх і рэгіянальных газет, даюцца навукова падстаўныя практычныя рэкамендацыі па павышэнні эфектыўнасці кіраўнічай і медыятэкставай дзейнасці рэдакцый беларускіх СМІ.

Палажэнні, якія выносяцца на абарону:

1. У спалучэнні медыялінгвістычнага і медыяіндустрыяльнага падыходаў выразна прасочваецца сувязь паміж камунікатыўнымі асаблівасцямі медыятэкстаў і вытворчай якасцю, спажывецкай каштоўнасцю журналісцкай прадукцыі. Катэгорыі медыятэксту і медыякантэнту паўстаюць аналагамі ў парадыгме філалагічнай навукі. Абодва паняцці абазначаюць сэнсава-змястоўны і знакава выражаны медыйны прадукт (найперш журналісцкі), аднак традыцыйна актуалізуюцца ў розных тэарэтыка-метадалагічных падыходах: медыятэкст – у медыялінгвістычным (дыскурсным), медыякантэнт – у медыяіндустрыяльным (кіраўнічым). Дыскурсны падыход дазваляе ўлічыць сацыяльны кантэкст узнікнення медыятвора, ментальна рэканструяваць і інтэрпрэтаваць

камунікатыўныя ўмовы стварэння асобных тэкставых адзінак (мэту, задачы, матывы, здольнасці стваральніка паведамлення, спрыяльны фон альбо магчымыя перашкоды для трансляцыі і ўспрыняцця заключаных у тэксце сэнсавых структур і інш.). Кіраўнічы падыход абумоўлівае ўнутрыарганізацыйнае рэгуляванне як калектыўнай, так і індывідуальна-аўтарскай творчасці, нівеляванне дэструктыўных для медыякамунікацыі і медыявытворчасці фактараў, распрацоўку адэкватных, аптымальных алгарытмаў павышэння якасці медыяпрадукцыі ў мэтах гарманізацыі, інтэнсіфікацыі ўзаемадзеяння з аўдыторыяй.

2. Трансфармацыя медыясферы Рэспублікі Беларусь тлумачыцца ў першую чаргу тэндэнцыямі медыяспажывання, такімі як: інтэрнэтызацыя, фрагментацыя інфапопыту, інтэнсіфікацыя медыядзейнасці аўдыторыі (рэалізацыя яе творчых намаганняў на нетрадыцыйных камунікатыўных пляцоўках), скарачэнне тыражоў друкаваных выданняў. Тэхніка-тэхналагічны фактар трансфармацыі (дыгіталізацыя) спараджае сацыякультурную дынаміку (змяненне камунікатыўных устаноў і звычак аўдыторыі), што ў сваю чаргу стварае рызыкі для эканоміка-палітычнай, вытворча-творчай спецыфікі традыцыйных СМІ (газет) і стымулюе выпрацоўку адпаведных кіраўнічых рашэнняў.

Павышэнне канкурэнтаздольнасці і ўплывовасці газетнага кантэнту мусіць ажыццяўляцца праз асэнсаванне новай рыначнай ролі газеты ва ўмовах высокай медыяканкурэнцыі. Тэхналогія выпуску прынт-выдання, абумоўленая інтэрвалам выхаду і ўласцівасцямі фізічнага носьбіта, патрабуе прафесійнай, шматступенчатай, скрупулёзнай праверкі і апрацоўкі інфармацыі. Прапануючы аўдыторыі свой медыятавар на платнай аснове ў сітуацыі добраахвотнага выбару і варыятыўнасці канкурэнтнай прапановы, рэдакцыі газет павінны прад'яўляць павышаныя патрабаванні да якасці кантэнту, што і забяспечыць друкаванаму СМІ стабільнае становішча на медыярынку і высокую спажывецкую каштоўнасць. Параўнальная неаператыўнасць газеты можа кампенсаватца яе аналітычна-экспертным патэнцыялам, змястоўнай дакладнасцю і павышанай значнасцю, што з высокай ступенню верагоднасці задаволіць грамадскі попыт на камунікатыўныя аўтарытэты.

3. Адаптацыю традыцыйных рэдакцый, іх калектываў да новай вытворчай логікі ва ўмовах трансфармацыі нацыянальнай медыясферы прадугледжвае рэалізацыя дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі. Стратэгічнымі вектарамі ў гэтай адаптацыі з'яўляюцца: актывізацыя аналітычнага і вобразна-публіцыстычнага кампанентаў у напайненні прынт-платформы; паступовая і аптымальная дыверсіфікацыя медыяпрадукцыі ў межах аднаго прадпрыемства СМІ, рэгулярнае стварэнне якаснага мультымедыйнага кантэнту для лічбавых фарматаў. Асваенне прапанаваных вектараў будзе садзейнічаць як узмацненню

пазіцый традыцыйных медыяпрадуктаў, так і павелічэнню сукупнай аўдыторыі рэдакцыйнага брэнда праз новыя медыяфарматы.

4. Вытворча-творчая дзейнасць сучасных рэдакцый СМІ мусіць грунтавацца на адаптыўным кіраванні, галоўная задача якога – забяспечыць медыяпрадпрыемству аптымальнае і апраўданае прыстасаванне да рознага роду мадыфікацый медыярынку і медыясістэмы. Адаптыўнае кіраванне прадугледжвае пошук новых магчымасцей для дзейнасці рэдакцыі СМІ, прыняцце рацыяналізатарскіх і навацыйных рашэнняў па стварэнні медыяпрадуктаў.

Адаптыўнае кіраванне ўплывае найперш на тэкставую дзейнасць рэдакцыі, таму актывізуе неабходныя верыфікацыйныя і валідацыйныя аперацыі, якія прымяняюцца ў дачыненні да асноўных працэдур стварэння і арганізацыі медыякантэнт (дыферэнцыяцыя прадукту; упакоўка прадукту і выбар спосабу дастаўкі; пазіцыянаванне прадукту; планаванне, забеспячэнне і паляпшэнне якасці). Перагляд, удакладненне і ўдасканаленне існуючых вытворча-творчых алгарытмаў у сучасных рэаліях прыводзяць да мадэрнізацыі традыцыйнай рэдакцыі згодна з арганізацыйна-творчай мадэллю новага тыпу у мультымедыйную (што дэманструе вопыт Выдавецкага дома «Беларусь сёння»). Разам з тым прысутнасць рэдакцый на лічбавых медыяплатформах не павінна выклікаць адмову ад традыцыйных медыяпрадуктаў, як і канвергентныя працэсы медыявытворчасці не павінны ствараць неапраўданую перагрузку журналістаў. Супрацьстаіць гэтым тэндэнцыям менеджмент кантэнт СМІ, у прыватнасці, прытрымліванне яго платформеннага прынцыпу.

5. Мадэрнізацыя жанрава-тэматычных параметраў, эфектыўная рэалізацыя камунікатыўна-прагматычных рэсурсаў рэгіянальнай прэсы могуць палепшыць аб'ектыўную і ўспрымальную якасць яе кантэнт. Для гэтага прадугледжаны такія творча-кіраўнічыя мерапрыемствы, як: павышэнне жанравай разнастайнасці (з акцэнтацыяй на формах, якія персаніфікуюць інфармацыю і выяўляюць аўтарскую думку); замацаванне прыярытэту аналітычнай журналістыкі і актуалізацыя вобразнай публіцыстыкі; абранне стратэгіі рэгіянальнай інтэрпрэтацыі ў рэпрэзентацыі рэспубліканскіх, замежных і міжнародных падзей; дэманстрацыя праблемных сітуацый, выяўленых непасрэдна журналістамі, у дынаміцы развіцця; сістэматычнае рэдагаванне медыятэкстаў з мэтай выкарыстання функцыянальна грунтоўных загатоўкаў і стылістычна дарэчных маўленчых сродкаў і інш.

Асабісты ўклад саіскальніка вучонай ступені. Дысертация з'яўляецца самастойным даследаваннем, выкананым на аснове аналізу навуковай літаратуры, дзяржаўных дакументаў, матэрыялаў рэспубліканскіх і рэгіянальных СМІ. Аўтару належаць усе тэарэтычныя і практычныя вынікі, прадстаўленыя ў дысертцыі і ў апублікаваных працах. У дзвюх сумесных

навуковых публікацыях (матэрыялы канферэнцыі, матэрыялы круглага стала) роля суаўтараў заключалася ў творчым кансультаванні, пры гэтым тэкст, эмпірыка і высновы распрацоўваліся выключна саіскальнікам.

Аўтар дысертацыі ажыццявіў сістэматызацыю тэарэтычных даследаванняў па праблемах сацыякультурнай, эканоміка-палітычнай і вытворча-творчай трансфармацыі медыясферы, распрацаваў практычныя рэкамендацыі па мадэрнізацыі кантэнт-тактык рэспубліканскіх і рэгіянальных СМІ з мэтай іх эфектыўнай адаптацыі да новых творчых рэалій.

Апрабацыя вынікаў даследавання. Тэарэтычныя і практычныя высновы, выкладзеныя ў дысертацыі, абмяркоўваліся на 29 канферэнцыях па профілі даследавання: Рэспубліканскай навуковай канферэнцыі «Актуальныя праблемы мовазнаўства і лінгвадыдактыкі» да 75-годдзя з дня нараджэння доктара філалагічных навук прафесара Г. М. Малажай (Брэст, 2013); Другой ўсеўкраінскай навукова-практычнай канферэнцыі «Украінскія масмедыя: традыцыі і выклікі сучаснасці» (Львоў, 2013); навукова-практычнай канферэнцыі «Нацыянальныя медыяхолдынгі ў кантэксце рэалізацыі дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі» (Мінск, 2013); Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка – славеснасць – культура: погляд маладых даследчыкаў» (Брэст, 2014); Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі «Візуальна-семантычныя сродкі сучаснай медыяіндустрыі» (Мінск, 2015); 70-й, 71-й, 72-й, 73-й навуковых канферэнцыях студэнтаў і аспірантаў БДУ (Мінск, 2013, 2014, 2015, 2016); 17-й, 18-й, 19-й і 20-й Міжнародных навукова-практычных канферэнцыях «Журналістыка: стан, праблемы і перспектывы» (Мінск, 2015, 2016, 2017, 2018); 5-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Міжнародная журналістыка–2016: турбулентнасць міждзяржаўных адносін і медыя» (Мінск, 2016); Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка ў 2015 годзе. Інфармацыйны патэнцыял грамадства і рэсурсы медыясістэмы» (Масква, 2016); 15-й Міжнароднай канферэнцыі студэнтаў, магістрантаў і аспірантаў «Медыя ў сучасным свеце. Маладыя даследчыкі» (Санкт-Пецярбург, 2016); Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Сучасныя масмедыя: праблемы і перспектывы» (Краснадар, 2016); 7-й Міжнароднай навуковай канферэнцыі «Славянскія мовы: сістэмна-апісальныя і сацыякультурныя аспекты даследавання» (Брэст, 2016); Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі «Сучасная журналістыка: традыцыі, наватарства, кантэкст» (Брэст, 2016); Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі «Філасофія нацыянальнай медыяпрасторы (да 110-годдзя выхаду газет “Наша доля” і “Наша ніва”» (Мінск, 2016); Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка ў 2016 годзе: творчасць, прафесія, індустрыя» (Масква, 2017); 4-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Стылістыка: мова, маўленне і тэкст»,

прысвечанай 95-годдзю заслужанага работніка адукацыі Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара М. Я. Цікоцкага (Мінск, 2017); 1-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Сучасная медыясфера: практыка трансфармацыі, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы» (Мінск, 2017); Міжнароднай завочнай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка – славеснасць – культура» (Брэст, 2017); Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Медыяпрастора Беларусі: гісторыя і сучаснасць (да 100-годдзя газеты “Звязда” і 90-годдзя газеты “Советская Белоруссия”)» (Мінск, 2017); Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Журналістыка ў 2018 годзе: творчасць, прафесія, індустрыя» (Масква, 2019); Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі «Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы» (Мінск, 2019); 2-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Мультымедычная журналістыка: медыякамунікацыі і медыяіндустрыя» (Мінск, 2019); 4-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі «Слова ў кантэксце часу», прысвечанай 90-годдзю з дня нараджэння доктара філалагічных навук прафесара А. І. Наркевіча (Мінск, 2019).

Рэкамендацыі, змешчаныя ў дысертацыйнай працы, былі прэзентаваны саіскальнікам на семінарах «Рэгіянальныя выданні ў сучаснай медыяпрасторы», арганізаваных Міністэрствам інфармацыі Рэспублікі Беларусь для кіраўнікоў абласных, гарадскіх і раённых газет (Віцебск, 07.05.2018; Гомель, 29.05.2018; Смаргонь, 14.06.2018; Магілёў, 29.06.2018; Салігорск, 07.09.2018), а таксама на семінары, праведзеным у рамках выязнога пасяджэння калегіі Міністэрства інфармацыі Рэспублікі Беларусь (Баранавічы, 05.04.2018).

Асобныя вынікі даследавання былі прадстаўлены ў работах «Менеджмент кантэнт у сродках масавай інфармацыі» і «Інавацыйны менеджмент СМІ (на прыкладзе рэдакцыі газеты “Советская Белоруссия”)», якія атрымалі першыя кваліфікацыйныя катэгорыі на 22-м (2016) і 23-м (2017) Рэспубліканскіх конкурсах навуковых прац студэнтаў. Змешчаныя ў іх матэрыялы ўкаранёны ў навучальны працэс і ў вытворчасць рэдакцый СМІ.

Апублікаванасць вынікаў дысертацыі. Па тэме дысертацыі апублікавана 42 работы агульным аб’ёмам 26,2 аўтарскага аркуша, сярод якіх – 1 манаграфія (8,5 аўт. арк.), 6 артыкулаў у рэцэнзуемых навуковых часопісах пераліку ВАК, 5 з якіх па філалагічным профілі (4,2 аўт. арк.), і 8 артыкулаў у зборніках навуковых прац, 25 матэрыялаў навукова-практычных канферэнцый, круглых сталоў, 1 раздзел у электронным вучэбна-метадычным комплексе, 1 артыкул у грамадска-палітычным, вытворча-практычным, навукова-практычным і навукова-папулярным часопісе «Журналіст».

Структура і аб'ём дысертацыі. Дысертацыя складаецца з пераліку ўмоўных абазначэнняў, уводзінаў, агульнай характарыстыкі работы, трох глаў, заключэння, бібліяграфічнага спіса, дадаткаў. Агульны аб'ём дысертацыі – 237 старонак, з якіх дадаткі – 98 старонак. Бібліяграфічны спіс займае 15 старонак і ўключае 167 крыніц (у тым ліку 42 публікацыі аўтара).

АСНОЎНЫ ЗМЕСТ РАБОТЫ

У першай главе «**Журналісцкі кантэнт у тэорыі і практыцы: катэгорыяльна-паняцыйны апарат і метадалагічная аснова даследавання**» праведзены аналіз айчынных і замежных даследаванняў з мэтай выяўлення перспектывных і канцэптuala значных для дысертацыі тэарэтыка-метадалагічных падыходаў.

У раздзеле 1.1 «**Катэгорыі медыятэксту і медыякантэнту ў парадыгме філалагічнай навукі**» абгрунтаваны базавы катэгорыяльна-паняцыйны апарат дысертацыі. Схематычна прадэманстравана сувязь паміж медыялінгвістычным (В. Іўчанкаў, В. Самусевіч, С. Смятаніна і інш.) і медыяіндустрыяльным (А. Вартанава, А. Выркоўскі, С. Гурэвіч і інш.) падыходамі да разумення рэдакцыйна-журналісцкай практыкі. Робіцца выснова, што тэарэтычныя катэгорыі «медыятэкст» і «медыякантэнт» паўстаюць аналагамі ў парадыгме філалагічнай навукі і набываюць актуалізацыю ў залежнасці ад даследчага падыходу. Пры гэтым эканамічны параметр у апісанні медыятэкставых характарыстык закранае раней не раскрытыя крытэрыі якасці журналісцкага твора, што забяспечваюць яго «маркетынгавасць», канкурэнтаздольнасць, рэнтабельнасць і падобныя каштоўнасці.

У раздзеле 1.2 «**Медыякантэнт у рэдакцыйным працэсе**» абгрунтавана выкарыстанне метадаў даследавання. Адзначана, што медыякантэнт, згодна з канцэпцыяй камадыфікацыі зместу (А. Вартанава), разглядаецца як спецыфічны тавар, і гэта абумоўлівае яго таварна-прадуктавыя ўласцівасці, што карэлююць з сутнаснымі медыятэкставымі характарыстыкамі. Падкрэсліваецца прынцыповае значэнне таварных асаблівасцей медыякантэнту ў кіраванні рэдакцыяй СМІ. Вызначаецца анталагічны статус паняцця *менеджмент кантэнту СМІ* праз тлумачэнне яго міждысцыплінарнай сутнасці. Даказваецца неабходнасць яго ўдакладнення для далейшага выкарыстання ў айчыннай медыянавуцы. Ажыццёўлена экстрапаляцыя здабыткаў агульнай тэорыі менеджменту і яе спецыяльных раздзелаў (менеджмент прадукту, менеджмент якасці) на спецыфічна журналісцкую кіраўнічую дзейнасць, звязаную са стварэннем медыязместу і яго арганізацыяй.

У раздзеле 1.3 «**Трансфармацыя беларускай медыясферы як фактар развіцця журналістыкі**» сістэматызаваны тэарэтычныя палажэнні, што

раскрываюць прыроду мадыфікацый журналісцкай дзейнасці і айчыннай сістэмы СМІ. З дапамогай сацыялагічных даных апісаны тэндэнцыі развіцця медыярынку, вызначаны трэнды сучаснага медыяспажывання, вызначана пазіцыя друкаваных медыя ва ўмовах медыяканкурэнцыі. Адзначана, што рэдакцыям газет неабходна апэратыўна рэагаваць на дынаміку медыяспажывання, каб мінімізаваць эканамічныя рызыкі і забяспечыць сабе будучыню на фоне змены пакаленняў карыстальнікаў. Сфармуляваны канкурэнтныя перавагі газетнага кантэнту: *павышаная значнасць у сілу кампетэнтнага ранжыравання сацыяльных звестак і фільтрацыі інфармацыйнага, кагнітыўнага і тэхнічнага шумоў; дакладнасць праз скрупулёзную праверку ва ўмовах адносна нізкай апэратыўнасці; унармаванасць маўлення; аналітычнасць, экспертнасць, каментарыйнасць, ацэначнасць з прычыны эксклюзіўнасці, унікальнасці аўтарства.*

У другой главе «**Кіраванне газетным кантэнтам: адаптыўны падыход**» раскрыта сутнасць менеджменту медыякантэнту праз вывучэнне практыкі вядучых выданняў краіны, замежных СМІ.

У раздзеле 2.1 «**Стратэгія развіцця друкаваных СМІ ў кантэксце дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі**» вызначаны вектары медыявытворчасці (*курс на аналітычнасць і ўвасабленне ідэі канвергенцыі*), згодна з якімі мэтазгодна ствараць кантэнт у сучасных газетных рэдакцыях. Заўважана, што прынт-платформа не прадуктыўная ў імгненным рэагаванні на інфавыклікі, і гэта павінен ілюстраваць яе змест. Адначасова рэдакцыі друкаваных газет, нягледзячы на значэнне тыражных паказчыкаў, могуць паспяхова пашыраць аўдыторыю за кошт прапановы кантэнту па ўсіх магчымых інфаканалах. Адпаведныя вектары патрабуюць выканання наступных задач: заахвочвання супрацоўнікаў за аўтарскую публіцыстыку, аналітычную творчасць; распрацоўкі эфектыўных схем аплаты, якія будуць улічваць не толькі аб'ём (колькасць знакаў, радкоў), але і якасць створанага кантэнту (глыбіню тэмы, складанасць жанру); матывавання супрацоўнікаў на павышэнне кваліфікацыі для асваення ўсіх кантэнт-пляцовак рэдакцыі, стварэння мультымедыйнага кантэнту; стымулявання рознаплатформеннай вытворчасці (выдзялення сродкаў для аплаты кантэнту сайтаў і акаўнтаў у сацсетках); стварэння ўмоў для працы над якасцю кантэнту; мадэрнізацыі структуры традыцыйнай рэдакцыі з улікам апошніх тэхніка-тэхналагічных трэндаў і новых роляў супрацоўнікаў.

Даказана значэнне *адаптыўнага кіравання*, якое ажыццяўляецца праз ўсведамленне калектывам СМІ мадыфікацый медыярынку; адэкватнае рэагаванне на выклікі і перамены; пошук магчымасцей працягваць рацыянальнае функцыянаванне рэдакцыі; павышэнне ўзроўню кампетэнтнасці

супрацоўнікаў; аптымізацыю вытворча-творчых працэсаў; распрацоўку наватарскіх медыяфарматаў; актуалізацыю стандартаў па стварэнні і арганізацыі кантэнт у і інш. Апісаны алгарытмы верыфікацыі і валідацыі медыякантэнт у.

У раздзеле 2.2 «Тактыкі кіравання кантэнтам у рэспубліканскіх перыядычных выданнях» аналізуецца практыка Выдавецкага дома «Беларусь сёння» па рэалізацыі мультымедынай канцэпцыі, якая ў многім з'яўляецца ўзорнай для іншых дзяржаўных СМІ. Адзначана, што друкаваным выданням варта пераносіць свой кантэнт на сайт выбарачна: выхад некаторых медыятэкстаў выключна ў газеце захоўвае ўнікальную прапанову прынт-платформы, здольную заахваціць чытачоў падпісацца. У той жа час газетныя матэрыялы, якія былі адабраны для публікацыі ў анлайн-асяроддзі, варта для гэтага відазмяняць.

Параўнана дзейнасць газет «СБ. Беларусь сёння» і «Рэспубліка», адзначана аналагічнасць іх кантэнтнай прапановы, што патрабуе ўзмацнення змястоўных адметнасцей выданняў-партнёраў. Апісана мадэрнізацыя дзейнасці газеты «Знамя юности».

У раздзеле 2.3 «Практыка рэалізацыі менеджменту медыякантэнт у» робіцца выснова, што менеджмент медыякантэнт у, акрамя іншага, можа прымяняцца:

у тыпалагічным напрамку – для вызначэння эфектыўных спосабаў стварэння і арганізацыі кантэнт у СМІ розных тыпаў. З дапамогай функцыянальнага аналізу была вывучана практыка карпаратыўнага выдання *GAZeta*, медыяфраншыз «Аргументы и факты», «Комсомольская правда» (беларускія і расійскія версіі);

у тэхніка-тэхналагічным напрамку – для ўкаранення адпаведных мэтазгодных інавацый у медыявытворчыя працэсы. Гэта даказваецца апісаннем магчымасцей сэрвіса *Google Trends* у стварэнні і арганізацыі медыякантэнт у, прыкладамі з практыкі замежных рэдакцый;

у карпаратыўна-дыдактычным напрамку – для распрацоўкі рэдакцыйных прынцыпаў і стандартаў айчынных прадпрыемстваў СМІ, для фіксацыі асноў іх карпаратыўнай культуры з мэтай прафесійнай сацыялізацыі новых супрацоўнікаў. Прадэманстраваны вынікі анкетавання, праведзенага сярод 135 студэнтаў журналісцкіх спецыяльнасцей (БДУ і БрДУ ім. А.С.Пушкіна). Узнята праблема фармалізацыі ўнутрырэдакцыйных стандартаў. Прааналізаваны найбольш распаўсюджаныя стылі правядзення прафесійнага інструктажу для творчых супрацоўнікаў медыяпрадпрыемстваў.

У трэцяй главе «Мадэляванне кантэнт у рэгіянальнай прэсы» ажыццёўлены маніторынг практыкі раённых, гарадскіх, абласных газет

дзяржаўнай формы ўласнасці, прапанаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні іх арганізацыйнай і медыятэкставай дзейнасці.

У раздзеле 3.1 «**Жанрава-тэматычныя параметры рэгіянальных газет**» даказана, што рэспубліканская, міжнародная інфармацыйная павестка падаецца ў мясцовым друку як другарадная – для яе асвятлення пераважна дублюецца інфармацыя БелТА. Рэгіянальным газетам рэкамендуецца стратэгія рэгіянальнай інтэрпрэтацыі, якая мае тры тактыкі: *каментаванне* (навіна абмяркоўваецца чытачамі альбо экспертамі); *наведамленне падрабязнасцей* (газета дадае да навіны рэгіянальную дэталю, мяняе ракурс выкладу з пазіцыі рэгіёна); *аўтарская аналітыка* (публіцыст прапануе аўдыторыі вынік аналітычнай творчасці, выяўляе сваю пазіцыю, заклікае да дыялогу, эмацыйна інтэрпрэтуе вядомую рэспубліканскую альбо міжнародную інфападзею).

У прэзентацыі праблемных і сацыяльна значных тэм рэгіянальнай прэсы назіраецца афіцыйз, нізкая частотнасць крытычных публікацый, нязначная актывізацыя праблемных журналісцкіх матэрыялаў (тэкстаў, што дэманструюць ініцыятыву журналіста ў выяўленні і вырашэнні праблемнай сітуацыі). Праблемна-крытычны кантэнт мусіць быць пазбаўлены індыкатараў афіцыйнага характару, якія звычайна прыносяць у медыятэксты фармалізм, справаздачны і павучальны тон, што абмяжоўвае эмацыйна-рэфлексійную звышзадачу аўтара.

Вынікі кантэнт-аналізу (вывучана 3221 публікацыя) ілюструюць жанрава-камунікатыўны дысбаланс рэгіянальнай перыёдыкі: прыярытэтнасць тактыкі інфармавання (да 100 % інфармацыйных жанраў у асобных выпусках), але не тактык аналітыкі, каментавання і вобразнага адлюстравання рэчаіснасці, што сведчыць аб традыцыйным і неактуальным разуменні місіі друкаваных СМІ, якое было ўласціва апошняй чвэрці XX стагоддзя.

У раздзеле 3.2 «**Камунікатыўна-прагматычныя асаблівасці мясцовай прэсы**» прапанаваны спосабы павышэння якасці структурных элементаў медыятэкстаў рэгіянальных газет (загалоўкаў, лідаў, корпусаў). Вызначаны найбольш частотныя тыпы неэфектыўных загалоўкаў: «нулявыя» загалоўкі, загалоўкі-штампы, ацэначныя загалоўкі ў неадпаведных сітуацыях і жанрах. Назіраецца ігнараванне падзагалоўкаў, якія маглі б палепшыць навігацыю кантэнту. Журналістам рэгіянальных медыя рэкамендуецца часткова звярнуцца (найперш у інфармацыйных жанрах) да больш змястоўна насычаных *хэдлайнаў*, што адлюстроўваюць фокус навіны, уяўляючы сабой развіты сказ з суб'ектам і прэдыкатам.

Выяўлены выпадкі неапраўданай замены тэматычнага ліда падзейным, з дапамогай прыкладаў прапануюцца варыянты больш удалых стылістычных рашэнняў, актуалізуецца праблема канцылярскага стылю ў рэгіянальным друку. Робіцца выснова, што камунікатыўна-прагматычны патэнцыял рэгіянальнай

журналістыкі рэалізаваны на сёння не ў поўнай меры. Заўважана, што жыццяздольнымі друкаванымі СМІ з'яўляюцца выключна тыя, што адпавядаюць крытэрыям якаснай прэсы і могуць прэтэндаваць на аўтарытэтнасць, экспертнасць праз камунікатыўна-прагматычную выверанасць: кантэнт выданняў мусіць быць дакладным з гледжання культуры маўлення.

У раздзеле 3.3 «Платформенны прынцып арганізацыі медыякантэнт» ўзнімаецца праблема стымулявання супрацоўнікаў рэгіянальных медыя да мультыплатформеннай творчасці, паколькі сёння рэдакцыі СМІ прапануецца адначасова абслугоўваць некалькі медыйных рэсурсаў (сярод якіх могуць быць уласныя акаўнты ва «УКантакце», у «Аднакласніках», на *Facebook*, у *Instagram*, у *Twitter*, канал на *YouTube*, сайт). Прааналізавана практыка напаўнення лічбавых рэсурсаў 6 рэдакцый рэгіянальных газет за студзень–люты 2019 года. Адзначана, што стваральнікам кантэнт – журналістам і рэдактарам – варта ўлічваць функцыянал медыяплатформы, для якой гэты кантэнт прызначаны. Іншымі словамі, асвойваючы новыя медыясэрвісы і медыяканалы, журналіст павінен усведамляць: якія у гэтых сэрвісаў і каналаў тэхнічныя і тэхналагічныя магчымасці; як на іх прынята прэзентаваць кантэнт; хто з'яўляецца тыповымі карыстальнікамі; які тып медыйнай, візуальнай, маўленчай культуры падтрымліваюць і фарміруюць карыстальнікі і інш. Робіцца выснова, што фармальна прысутнасць рэгіянальных газет на як мага большай колькасці лічбавых пляцовак не паказчык эфектыўнага асваення вэб-прасторы. Дыстрыбуцыя аднаго і таго ж кантэнт на функцыянальна розных платформах са спецыфічнымі аўдыторнымі профілямі не можа задаволіць чаканні ўсіх спажыўцоў і таму дэманструе нізкую дзейнасць. У той самы час выпуск унікальнага кантэнт для кожнага медыяканала ўскладае на калектыў рэдакцыі беспрэцэдэнтную нагрузку, якая патрабуе фінансавага стымулявання, унясення карэктыв у арганізацыю вытворчага працэсу і, магчыма, пашырэння штату супрацоўнікаў. Канцэнтрацыя творчых высілкаў на абмежаванай колькасці медыяплатформ і індывідуальны падыход да іх напаўнення дазваляць рэдакцыйным прадуктам адпавядаць камунікатыўным звычкам міні-аўдыторый, забяспечаць апраўданую, аптымальную працу мультызадачных, універсальных журналістаў.

ЗАКЛЮЧЭННЕ

Асноўныя навуковыя вынікі дысертацыі

1. У парадыгме філалагічнай навукі журналісцкая практыка рэалізуецца праз тэарэтычныя катэгорыі «медыятэкст» і «медыякантэнт». З іх дапамогай мадэлююцца вытворча-творчыя механізмы рэдакцыйнага працэсу, што маюць аналагічную сутнасць у медыялінгвістычным і медыяіндустрыяльным

падыходах. Медыяіндустрыяльны падыход раскрывае ролю кіравання ў стварэнні журналісцкага прадукту. Разам з тым кіраванне мае прамое дачыненне да тэкстастваральнай дзейнасці журналіста і тым самым праяўляе сваю філалагічную прыроду.

Сёння да журналістыкі прад'яўляюцца патрабаванні, якія актуалізуюць новыя ўласцівасці медыятэкстаў (канкурэнтаздольнасць, «маркетынгавасць» і пад.), што ставіць перад кіраўнікамі СМІ задачу забяспечваць не толькі аб'ектыўную, але і ўспрымальную якасць медыяпрадукцыі. Шырокі асартымент дазваляе аўдыторыі рабіць свабодны выбар, адкрыта заяўляць аб сваіх перавагах, што ў сваю чаргу матывуе медыявытворцаў упакоўваць сацыяльна значную інфармацыю ў канкурэнтаздольную форму.

З гэтага вынікае, што фарміраванне медыякантэнту залежыць ад абмену меркаваннямі аб яго якасці паміж стваральнікамі і карыстальнікамі, а значыць, менавіта спажыванне абумоўлівае характар кіраўнічых рашэнняў пры стварэнні журналісцкага тэксту. Алгарытміка сучаснай медыявытворчасці дэтэрмінуецца наяўнасцю таварна-прадуктавых уласцівасцей медыятэксту, што выяўляюцца выключна ў кіраўнічым аспекце даследавання журналісцкай дзейнасці [1, 5, 9, 10, 20, 22, 24].

2. Актуальныя характарыстыкі сучаснай медыясферы ўказваюць на выклікі часу, якія даводзіцца пераадоўваць традыцыйным СМІ. Прагрэсуючая запатрабаванасць нацыянальнага інтэрнэт-сегмента і заўважнае зніжэнне тыражоў друкаваных выданняў – тэндэнцыі медыяспажывання, якія заканамерна разглядаюцца ва ўзаемасувязі.

Па-першае, на лічбавых пляцоўках значная частка грамадства не толькі задавальняе «медыяспажывецкі» попыт, але і рэалізуе свае «медыявытворчыя» амбіцыі, ствараючы канкурэнцыю журналістам у спаборніцтве за ўвагу да кантэнту.

Па-другое, інтэрнэт акумулюе значны аўдыторны рэсурс, які мае канкрэтныя ўзроставыя паказчыкі, што можа ўяўляць сабой не столькі тэхналагічную, колькі сацыякультурную пагрозу будучыні традыцыйных медыяносбітаў і медыяканалаў.

Па-трэцяе, плата за кантэнт традыцыйных СМІ можа паступова згубіць падставы ва ўмовах канкурэнцыі з альтэрнатыўнай бясплатнай прапановай, эквівалентнай па прызначэнні і якасці.

Менеджары газетных рэдакцый сутыкнуліся з прынцыпова новымі творчымі і арганізацыйнымі пытаннямі, звязанымі з карэкціроўкай ролі традыцыйных СМІ ва ўмовах дыгіталізацыі і медыяканвергенцыі. Менеджмент кантэнту СМІ – напрамак медыянавукі, сфарміраваны праз экстрапаляцыю метадалагічнага інструментарыю менеджменту на

журналістскую практыку. Распрацоўцы менеджменту кантэнтну СМІ садзейнічала актуалізаванае разуменне медыятэксту як прадукту і тавару, пошук універсальных і навукова абгрунтаваных крытэрыяў яго якасці, а таксама перакананасць у тым, што – ва ўмовах плюралізму меркаванняў, варыятыўнасці медыяпрапановы, канкурэнцыі і глабалізацыі – журналістыка мае на мэце не толькі распаўсюджанне дзяржаўных грамадска значных ідэй, але і эфектыўнае засваенне іх аўдыторыяй.

Характарыстыкі папяровага носьбіта, як і спецыфічная тэхналогія выпуску, у многім абумоўліваюць функцыянальнасць друкаванай газеты. На фоне сур'ёзнай канкурэнцыі з альтэрнатыўнымі відамі медыя друкавання СМІ маюць патрэбу ў адпаведнай іх прыродзе мадыфікацыі. Газетны кантэнт, які прапануецца спажываць праз платную падпіску і набыццё ў розніцу, а таксама выпускаецца ў вытворча-выдатковай матэрыяльнай форме, сёння павінен стаць унікальнай рыначнай прапановай, якасна адрознай ад умоўна бясплатных медыяпрадуктаў (інтэрнэт-рэсурсаў, «сацпакетных» тэлепраграм, FM-радыё).

Толькі шматразовая праверка і прафесіяналізм апрацоўкі інфармацыі, прынцыповыя патрабаванні да якасці медыякантэнтну могуць кампенсаваць платнае набыццё і выдатковасць выпуску газеты, яе параўнальна нізкую апэратыўнасць.

Для задавальнення сфарміраванай аўдыторыі і прыцягнення новых чытачоў (з ліку спажываючых медыяпрадуктаў-заменнікаў) газеце неабходна быць прагматычна карысным, эксклюзіўным, каштоўным і, верагодна, элітарным таварам, які цалкам адпавядае журналістскім стандартам.

Паступовая карэкцыя функцыянальнага прызначэння друкаваных выданняў здолее забяспечыць ім будучыню праз прыцягненне перспектыўнай аўдыторыі [1, 3, 22, 24, 31, 33, 34, 35, 36, 37].

3. Напрамкі рэалізацыі дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі рэгламентуюцца, з аднаго боку, засваеннем лічбавых тэхналогій рэдакцыямі друкаваных СМІ для эфектыўнай дзейнасці на навінавых сайтах, у сацыяльных медыя і месенджарах і з другога – захаваннем ўплывовасці рэспубліканскіх і рэгіянальных прынт-выданняў, актуалізацыяй іх канцэптualaнага, змястоўнага складніка праз перафармаціраванне наяўных творчых практык.

Вынайзеныя ў дысертацыі стратэгічныя вектары медыявытворчасці – *увасабленне ідэі канвергенцыі і курс на аналітычнасць* – цалкам стасуюцца з заяўленымі дзяржаўнымі прыярытэтамі і адпавядаюць рыначным механізмам. Прытрымліванне названых стратэгіяў патрабуе ад рэдакцый друкаваных СМІ актуалізацыі наступных *прынцыпаў* кіравання вытворча-творчым працэсам:

павышэнне змястоўнага ўзроўню традыцыйнай платформы (праз мадэляванне кантэнту пасродкам узмацнення адметна аўтарскага і экспертнага патэнцыялу, з дапамогай аналітыкі, тактык каментавання, вобразнага адлюстравання рэчаіснасці);

перспектыўнае планамернае заваяванне спажыўцоў на найноўшых тэхналагічных платформах праз адаптацыю медыякантэнту згодна з камунікатыўнымі звычкамі, мадэлямі паводзін міні-аўдыторый [1, 3, 21].

4. Вытворча-творчая стратэгія сучаснага медыяпрадпрыемства мусіць ажыццяўляцца з дапамогай адаптыўнага кіравання, якое прадугледжвае наступныя *тактыкі*: усведамленне калектывам СМІ мадыфікацый медыярынку; адэкватнае рэагаванне на выклікі часу і структурныя змены; пошук магчымасцей працягваць рацыянальнае функцыянаванне рэдакцыі; павышэнне ўзроўню кампетэнтнасці супрацоўнікаў; аптымізацыю вытворча-творчых працэсаў; распрацоўку наватарскіх медыяфарматаў; актуалізацыю стандартаў па стварэнні і арганізацыі кантэнту і інш.

Адаптыўнае кіраванне можа праяўляцца ў такіх *тактычных мерапрыемствах*, як: заахвочванне супрацоўнікаў за аўтарскую публіцыстыку і аналітычную творчасць (распрацоўка эфектыўных алгарытмаў аплаты, якія будуць улічваць не толькі аб'ём, але і якасць створанага прадукту); матывацыя супрацоўнікаў на павышэнне кваліфікацыі, пашырэнне прафесійных кампетэнцый для асваення новых рэдакцыйных медыяпляцовак, стварэння мультымедыйнага кантэнту; стымуляванне мультыплатформеннай вытворчасці (выдзяленне сродкаў для аплаты кантэнту сайтаў і акаўнтаў у сацсетках); стварэнне ўмоў для працы над якасцю тэкстаў, прыняцце стандартаў, іх фіксацыя, а таксама паслядоўнае прымяненне ў вытворчым працэсе; мадэрнізацыя структуры традыцыйнай рэдакцыі з улікам апошніх тэхніка-тэхналагічных трэндаў.

Адаптыўнае кіраванне на медыятэкставым узроўні (менеджмент кантэнту СМІ) пастуліруе эфектыўнасць вытворчага працэсу з улікам інтарэсаў аўдыторыі і задач па рэалізацыі дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі. Арыентацыя на грамадскія, дзяржаўныя і рыначныя запыты патрабуе належнай верыфікацыі і валідацыі медыякантэнту, што фарміруе наменклатуру асноўных працэдур кіравання ім (дыферэнцыяцыя прадукту; упакоўка прадукту і выбар спосабу дастаўкі; пазіцыянаванне прадукту; планаванне, забеспячэнне і паляпшэнне якасці).

Наглядным прыкладам дзяржаўнага медыяпрадпрыемства, функцыянаванне якога заснавана на канцэпцыі арганізацыйнай канвергенцыі, з'яўляецца Выдавецкі дом «Беларусь сёння». Аб'яднанне каардынуе дзейнасць вядучых друкаваных выданняў краіны, дэманструе кросмедыйныя і мультымедыйныя

памкненні. Прыярытэтам для кіраўніцтва выдавецкага дома з'яўляецца захаванне медыябрэндаў і прадуктаў «холдынга» і разам з тым мэтазгоднае размеркаванне іх аўдыторна-спецыфічных намаганняў. Развіццю партнёрскіх СМІ ў межах установы садзейнічае творчая эфектыўнасць і рэнтабельнасць паспяховых медыяпраектаў. Калі на пачатку свайго існавання ВД «Беларусь сегодня» меў задачай паступова нейтралізаваць унутраную канкурэнцыю паміж сваімі выданнямі, што часткова дасягалася зменай календара выхаду, прафілізацыяй і рэбрэндынгам газет, то сёння ВД «Беларусь сегодня» выпрацоўвае алгарытмы напаўнення сваіх лічбавых пляцовак і шукае логіку ў размеркаванні кантэнтну паміж прынт-версіямі і разнастайнымі анлайн-фарматамі [1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 18, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 40].

5. Абумоўленае развіццём нацыянальнай медыясістэмы паляпшэнне якасці рэгіянальнага перыядычнага друку вымагае перагляду неактуальных кіраўнічых практык, звязаных з канструяваннем зместу мясцовай прэсы.

Менеджмент кантэнтну СМІ павінен быць накіраваны на:

задавальненне патрэбы чытачоў лакальных газет у рэспубліканскіх, замежных і міжнародных тэмах, пададзеных у адпаведнасці са стратэгіяй рэгіянальнай інтэрпрэтацыі (па выніках кантэнт-аналізу названая праблематыка сёння бедна прадстаўлена ў рэгіянальнай перыёдыцы, часта ўяўляе сабой дубляж кантэнтну інфармацыйных агенцтваў і адкрытых крыніц);

забеспячэнне падзейна-тэматычнага ракурсу мясцовага друку праз акцэнтацыю ролі аўтара-журналіста ў выяўленні / вырашэнні надзённых праблем і праз нівеляванне збыткоўнай афіцыйна-ведамаснай навесткі (на дадзены момант ініцыятарамі праблемных публікацый у асноўным выступаюць афіцыйныя ведамствы; інфармацыя пры гэтым падаецца фактаграфічна і мае справаздачны характар);

змену жанрава-камунікатыўнага прыярытэту рэгіянальнай газеты ў бок аналітычнасці і вобразнасці за кошт актывізацыі адпаведных жанравых форм (пакуль жа назіраецца засілле інфармацыйных і інфармацыйна-даведачных публікацый – да 100 % напаўнення асобных выпускаў);

прэзентацыю ідэйна-канцэптualaнага складніка рэгіянальнай перыёдыкі праз выкарыстанне журналістамі дзейных камунікатыўна-прагматычных сродкаў, здольных забяспечыць высокі ўзровень успрымальнай якасці медыятэкстаў і безбар'ернае пагрузэнне чытача ў змястоўны кампанент (сёння камунікатыўныя няўдачы лакальных газет суправаджаюцца ўжываннем інфармацыйна пустых загаловаў, загаловаў-штампаў, ацэначных загаловаў у неадпаведных для гэтага матэрыялах, падмай тэматычнага ліда падзейным у непрадугледжаных выпадках, функцыянальна-стылявымі парушэннямі; прывабнасць медыякантэнтну можа забяспечвацца частковай «хэдайнаізацыяй»

публікацый інфармацыйных жанраў; актывізацыяй падзагалоўкаў для больш дасканалай навігацыі па асобных медыятэкстах і навінавай падборцы ў цэлым; дапушчальнай дэмакратызацыяй маўлення і эканоміяй маўленчых намаганняў [5, 8, 13, 16, 17, 19, 20, 38, 39, 41, 42].

Рэкамендацыі па практычным выкарыстанні вынікаў

Прадстаўленыя вынікі могуць выкарыстоўвацца ў далейшых даследаваннях творчай і кіраўнічай практыкі рэдакцый беларускіх СМІ, асэнсаванні заканамернасцей трансфармацыі нацыянальнай медыясферы; у вытворчай практыцы айчынных медыяпрадпрыемстваў, накіраваных на ўдасканаленне стратэгіі і тактык кіравання медыякантэнтам; у навучальным працэсе на журналісцкіх спецыяльнасцях – пры выкладанні дысцыплін па тэхналогіях менеджменту кантэнту СМІ, асновах творчага майстэрства журналіста і інш., а таксама ў арганізацыі праграм па павышэнні кваліфікацыі для супрацоўнікаў рэгіянальных СМІ. Апублікаваныя вынікі дысертацыйнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў якасці метадычных дапаможнікаў у рэальнай рэдакцыйнай практыцы рэгіянальных медыя.

СПІС ПУБЛІКАЦЫЙ САІСКАЛЬНІКА ВУЧОНАЙ СТУПЕНІ

Манаграфія

1. Нікановіч, Д. А. Тэорыя і практыка менеджменту кантэнту беларускіх СМІ / Д. А. Нікановіч ; навук. рэд. В. М. Самусевіч. – Мінск : БДУ, 2018. – 187 с.

Артыкулы ў рэцэнзаваных навуковых выданнях, адпаведных патрабаванням Вышэйшай атэстацыйнай камісіі Рэспублікі Беларусь (філалагічныя навукі)

2. Нікановіч, Д. А. Інавацыйныя тэхналогіі ў менеджменце медыякантэнту: айчынная і замежная практыка / Д. А. Нікановіч // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2016. – № 1. – С. 95–99.

3. Нікановіч, Д. А. Менеджмент кантэнту. Адаптыўныя стратэгіі медыявытворчасці ў кантэксце дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі / Д. А. Нікановіч // Беларуская думка. – 2017. – № 4. – С. 84–90.

4. Нікановіч, Д. А. Кантэнт-тактыкі газеты «Знамя юности» як прадмет навучання журналістаў-медыяменеджараў / Д. А. Нікановіч // Весці БДПУ. Сер. 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2017. – № 4. – С. 89–96.

5. Нікановіч, Д. А. Менеджмент кантэнту СМІ: тэарэтыка-метадалагічны базіс / Д. А. Нікановіч // Журнал Белорус. гос. ун-та. Журналістыка. Педагогіка. – 2018. – № 1. – С. 24–35.

6. Нікановіч, Д. А. Адаптацыя практыканта-журналіста да ўнутраных рэдакцыйных стандартаў / Д. А. Нікановіч // Весці БДПУ. Сер. 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2018. – № 4. – С. 72–77.

*Артыкул у рэцэнзаваным навуковым выданні, адпаведным патрабаванням
Вышэйшай атэстацыйнай камісіі Рэспублікі Беларусь
(юрыдычныя і эканамічныя навукі)*

7. Нікановіч, Д. А. Франчайзінг СМІ ў Рэспубліцы Беларусь: актуалізацыя паняцця / Д. А. Нікановіч // Интеллектуальная собственность в Беларуси. – 2017. – № 3. – С. 19–24.

Артыкулы ў зборніках навуковых прац

8. Нікановіч, Д. А. Канцылярыт у медыядыскурсе: культурна-гістарычны аспект / Д. А. Нікановіч // Сборник работ 70-й научной конференции студентов и аспирантов БГУ: в 3 ч. – Минск : БГУ, 2013. – Ч. 3. – С. 22–24.

9. Никонович, Д. О. Менеджмент контента в средствах массовой информации / Д. О. Никонович // Сборник работ 71-й научной конференции студентов и аспирантов БГУ, Минск, 18–21 мая 2014 г. : в 3 ч. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – Ч. 1. – С. 359–363.

10. Нікановіч, Д. А. Менеджмент медыякантэнтэ: ад добра забытага старога да новага? / Д. А. Нікановіч // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. ФМО БГУ : в 2 томах. – Вып. 13. – Минск : Четыре четверти, 2015. – Том 2. – С. 241–243.

11. Нікановіч, Д. А. Менеджмент медыякантэнтэ ў аб'яднанай рэдакцыі (на прыкладзе рэдакцыі газеты “Советская Белоруссия”) / Д. А. Нікановіч // Сборник работ 72-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : в 3 ч. – Минск : БГУ, 2015. – Ч. 3 – С. 37–40.

12. Нікановіч, Д. А. 3 гісторыі стварэння медыяхолдынга на базе рэдакцыі «Советской Белоруссии» / Д. А. Нікановіч // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. ФМО БГУ. – Вып. 15. – Минск : Четыре четверти, 2015 – С. 323–326.

13. Нікановіч, Д. А. Менеджмент кантэнтэ ў СМІ: моўна-стылістычны аспект / Д. А. Нікановіч // Славянские языки: системно-описательный и социокультурный аспекты исследования : сб. науч. тр. VII Междунар. конф., Брест, 26–27 нояб. 2015 г. : в 2 ч. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол. : Л. А. Годуйко [и др.] ; под общ. ред. О. Б. Переход. – Брест : БрГУ, 2016. – Ч. 1. – С. 270–274.

14. Нікановіч, Д. А. Кантэнт-тактыкі газеты «Советская Белоруссия»: сацыяльна-дэмаграфічны і геаграфічны фокус / Д. А. Нікановіч // Сборник работ 73-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета : в 3 ч. – Минск : БГУ, 2016. – Ч. 3. – С. 448–452.

15. Нікановіч, Д. Структурна-кампазіцыйны напрамак менеджменту кантэнтэ друкаваных СМІ / Д. Нікановіч // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст : зборнік навуковых прац: да 95-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэспублікі Беларусь, д-ра

філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага / пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2017. – С. 475–485.

Матэрыялы навуковых і навукова-практычных канферэнцый, круглых сталоў

16. Нікановіч, Д. А. Канцылярыт у беларускіх СМІ: арталагічны аспект / Д. А. Нікановіч // Збірнік матэрыялаў Другой всеукраїнської науково-практичної конференції «Українські мас-медіа: традиції та виклики сьогодення». – Львів, 2013. – С. 102–106.

17. Нікановіч, Д. А. Канцылярыт у СМІ: сацыяльна-культурны кантэкст / Д. А. Нікановіч // Актуальныя праблемы мовазнаўства і лінгвадыдактыкі : зб. матэрыялаў навук. канф. да 75-годдзя з дня нараджэння праф. Г. М. Малажай, Брэст, 15 сак. 2013 / Брэст. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна ; рэдкал. : М. І. Новік [і інш.]. – Брэст : Альтэрнатыва, 2013. – С. 175–177.

18. Ніконовіч, Д. Современный медиахолдинг: к вопросу дефиниции / Д. Никонович // Национальные медиахолдинги в контексте реализации государственной информационной политики. Материалы науч.-практ. конф. – Минск, 2014. – С. 92–97.

19. Ніконовіч, Д. Управление контентом в контексте жанров / Д. Никонович // Журналистика – словесность – культура: взгляд молодых исследователей : материалы респ. науч.-практ. студен. конф., Брест, 20-21 марта 2014 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол. : Е. И. Абрамова [и др.] ; под общ. ред. Л. В. Скибицкой. – Брест : БрГУ, 2014. – С. 125–128.

20. Нікановіч, Д. А. Якасць медыякантэнт у як фактар канкурэнтаздольнасці СМІ / Д. А. Нікановіч // Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – С. 109–111.

21. Нікановіч, Д. А. Сучасныя тэндэнцыі менеджменту медыякантэнт у / Д. А. Нікановіч // Журналістыка–2015: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 17-й Міжнар. навук.-практ. канф., 12-13 ліст. 2015 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. – Вып. 17. – Мінск : БДУ, 2015. – С. 335–339.

22. Нікановіч, Д. Менеджмент медыякантэнт у: айчынны і замежны вопыт / Д. Нікановіч // Международная журналистика–2016: турбулентность межгосударственных отношений и медиа : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. / сост. Б. Л. Залесский ; под. общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2016. – С. 196–203.

23. Ніконовіч, Д. О. Инновационный медиаменеджмент Белоруссии: системный подход / Д. О. Никонович // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. Сборник материалов междунар. науч.-практ. конф. – М. : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2016. – С. 51–52.

24. Никонович, Д. О. Менеджмент медиаконтента и критерии качества информации / Д. О. Никонович // Медиа в современном мире. Молодые исследователи : материалы 15-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов (9-11 марта 2016 года) / под. ред. М. А. Бережной; сост. А. Н. Марченко. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, 2016. – С. 154–156.

25. Никонович, Д. О. Менеджмент контента как инструмент модернизации СМИ / Д. О. Никонович // Современные массмедиа: проблемы и перспективы. Сборник материалов междунар. науч.-практ. конф. Том 1. – Краснодар : КСЭИ, 2016. – С. 132–136.

26. Никонович, Д. О. Инновационный медиаменеджмент: сущность, понятия, контекст / Д. О. Никонович // Гуманитарные науки в XXI веке: Материалы XXX Международной науч.-практ. конференции (10.02.2016). – М. : Спутник+, 2016. – С. 35–40.

27. Никонович, Д. О. Дублирование контента как негативная тенденция в белорусской прессе / Д. О. Никонович // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов междунар. науч.-практ. конф. – М. : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2017. – С. 119–120.

28. Нікановіч, Д. А. Менеджмент СМІ: гістарычны аспект / Д. А. Нікановіч // Современная журналистика: традиции, новаторство, контекст : материалы Респ. науч.-практ. конф., Брест, 10–11 марта 2016 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина; под общ. ред. Л. В. Скибицкой. – Брест : БрГУ, 2016. – С. 258–264.

29. Нікановіч, Д. Эфектыўныя прынцыпы кіравання ў рэдакцыі газеты «Наша Ніва» (1906–1915 гг.) / Д. Нікановіч // Філасофія нацыянальнай медыяпрасторы (да 110-годдзя выхаду газет «Наша Доля» і «Наша Ніва») : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 21 кастр. 2016 г. / пад. агул. рэд. канд. філал. навук дац. Д. М. Драздова. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2016. – С. 102–107.

30. Нікановіч, Д. А. Інавацыйны патэнцыял менеджменту СМІ / Д. А. Нікановіч // Журналістыка-2016: стан, праблемы, перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 95-годдзю БДУ, 10-11 ліст. 2016 г. / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016. – С. 366–370.

31. Нікановіч, Д. Менеджмент кантэнт-карпаратыўнага выдання «GAZeta» (2013-2016 гг.) / Д. Нікановіч, М. Лебедзь // Корпоративная пресса в условиях конвергенции СМИ и глобализации информационного пространства : материалы круглого стола, Минск, 16 марта 2017 г. / редкол. : С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 69–74.

32. Нікановіч, Д. Кантэнт-тактыкі газет «Советская Белоруссия» і «Рэспубліка»: параўнальны аспект / Д. Нікановіч // 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. 172–183.

33. Нікановіч, Д. Канкурэнтныя перавагі кантэнт-медыя / Д. Нікановіч // Журналістыка – словесность – культура : материалы Междунар. заоч. науч.-практ. конф., Брест, 1 марта 2017 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол. : С. С. Клундук [и др.] ; под общ. ред. Л. В. Скибицкой. – Брест : БрГУ, 2017. – (Электронная книга).

34. Нікановіч, Д. Кіраванне кантэнтам медыяфраншызы / Д. Нікановіч // Журналістыка-2017: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 19-й Міжнар. навук.-практ. канф., 16–17 ліст. 2017 г., Мінск / БДУ, Інстытут журналістыкі ; рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 19. – Мінск : БДУ, 2017. – С. 59–63.

35. Нікановіч, Д. Актуальныя мадэлі прэзентацыі навіннага кантэнт-медыя (на матэрыяле газеты «Звязда») / Д. Нікановіч // Медиапространство Беларуси: история и современность (к 100-летию газеты «Звязда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия») : материалы Междунар. науч.-практ. канф., Минск, 20 окт. 2017 г. / редкол. : С. В. Дубовік (отв. ред.) [и др.] – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 134–141.

36. Никонович, Д. Google Trends в создании и организации редакционного контента / Д. Никонович, Д. Валянский, А. Кузьминова, Е. Хмель // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2018. – С. 181–185.

37. Никонович, Д. О. Кросс-промоушн принт- и веб-контента в белорусских медиа / Д. О. Никонович // Журналістыка в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : сборник материалов междунар. науч.-практ. конф. – М. : Фак. журн. МГУ, 2019. – С. 306–307.

38. Нікановіч, Д. А. Кіраванне кантэнтам у рэалізацыі камунікатыўна-прагматычных рэсурсаў рэгіянальнай прэсы: загаловак, лід, корпус тэксту / Д. А. Нікановіч // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12-13 лют. 2019 г. / рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2019. – С. 168–178.

39. Никонович, Д. О. Адаптация газетного контента к размещению на онлайн-платформе / Д. О. Никонович // Мультимедийная журналистика: медиакоммуникации и медиаиндустрия : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол. : О. М. Самусевич

(отв. ред.) [и др.] ; под общ. ред. Н. А. Федотовой. – Минск : БГУ, 2019. – С. 28–31.

40. Нікановіч, Д. Менеджмент кантэнтэ СМІ: верыфікацыйныя і валідацыйныя рысы / Д. Нікановіч // Слова ў кантэксце часу : матэрыялы IV Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю з дня нараджэння д-ра філал. навук праф. А. І. Наркевіча, Мінск, 14–15 сак. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2019. – С. 286–288.

*Артыкул у грамадска-палітычным, вытворча-практычным,
навукова-практычным і навукова-папулярным часопісе*

41. Никонович, Д. «Районки» хотят жить и, похоже, готовы меняться / Д. Никонович // Журналист. – 2018. – № 2. – С. 30–33.

Раздел у вучэбна-метадычным комплексе

42. Выпуск учебной газеты [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / Т. В. Силина-Ясинская, Н. В. Саянова, Д. О. Никонович [и др.] ; под общ. ред. О. М. Самусевич. – Минск : БГУ, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

РЭЗЮМЭ

Нікановіч Дзмітрый Алегавіч

ГАЗЕТНЫ КАНТЭНТ ВА ЎМОВАХ ТРАНСФАРМАЦЫІ НАЦЫЯНАЛЬнай МЕДЫЯСФЕРЫ: АДАПТАЦЫЯ І МАДЭЛЯВАННЕ

Ключавыя словы: журналістыка, сродкі масавай інфармацыі, медыятэкст, медыякантэнт, адаптыўнае кіраванне кантэнтам, менеджмент медыякантэнту, медыядыкурс, медыяіндустрыя, друкаваныя СМІ, газета, прэса.

Мэта даследавання – распрацаваць эфектыўныя стратэгіі і тактыкі мадэлявання газетнага кантэнту і яго адаптацыі да медыйных фарматаў і платформ, што ўзніклі ва ўмовах трансфармацыі нацыянальнай медыясферы.

Асноўныя метады даследавання: індукцыі, дэдукцыі, аналізу, сінтэзу, экстрапаляцыі, мадэлявання, фармалізацыі, кантэнт-аналіз (жанравы аналіз, тэматычны аналіз, функцыянальны аналіз), дыкурсны аналіз, кампаратыўны аналіз, анкетаванне.

Вынікі даследавання і іх навуковая навізна. Комплексна вывучаецца трансфармацыя нацыянальнай медыясферы, якая прагназуе змяненне ўнутрырэдакцыйных вытворча-творчых алгарытмаў беларускіх СМІ і ставіць перад медыяпрадпрыемствамі новыя задачы па мадэрнізацыі вытворчасці; сфармуляваны напрамкі развіцця рэдакцый беларускіх СМІ, прапанаваны спосабы ўдасканалення змястоўнага складніка рэспубліканскіх і рэгіянальных выданняў, у выніку аналізу медыятэкстаў сістэматызаваны творчы вопыт нацыянальных СМІ.

Рэкамендацыі па выкарыстанні. Прадстаўленыя вынікі могуць выкарыстоўвацца ў далейшых даследаваннях творчай і кіраўнічай практыкі рэдакцый нацыянальных СМІ; у вытворчай дзейнасці беларускіх медыяпрадпрыемстваў, накіраваных на ўдасканаленне стратэгіі і тактык кіравання медыякантэнтам; у навучальным працэсе на журналісцкіх спецыяльнасцях – пры выкладанні дысцыплін па тэхналогіях менеджменту кантэнту СМІ, асновах творчага майстэрства журналіста і інш., а таксама ў арганізацыі праграм па павышэнні кваліфікацыі для супрацоўнікаў рэгіянальных СМІ. Апублікаваныя вынікі дысертацыйнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў якасці метадычных дапаможнікаў для рэальнай рэдакцыйнай практыкі рэгіянальных медыя.

Галіна выкарыстання атрыманых вынікаў: навуковая дзейнасць, журналісцкая практыка, адукацыйны працэс.

РЕЗЮМЕ

Никонович Дмитрий Олегович

ГАЗЕТНЫЙ КОНТЕНТ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕДИАСФЕРЫ: АДАПТАЦИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЕ

Ключевые слова: журналистика, средства массовой информации, медиатекст, медиаконтент, адаптивное управление контентом, менеджмент медиаконтента, медиадискурс, медиаиндустрия, печатные СМИ, газета, пресса.

Цель исследования – разработать стратегии и тактики моделирования газетного контента и его адаптации к медийным форматам и платформам, возникшим в условиях трансформации национальной медиасферы.

Основные методы исследования: индукции, дедукции, анализа, синтеза, экстраполяции, моделирования, формализации, контент-анализ (жанровый анализ, тематический анализ, функциональный анализ), дискурсный анализ, компаративный анализ, анкетирование.

Результаты исследования и их научная новизна. Комплексно изучается трансформация национальной медиасферы, прогнозирующая изменение внутриредакционных производственно-творческих алгоритмов белорусских СМИ и ставящая перед медиапредприятиями новые задачи по модернизации производства; сформулированы направления развития редакций белорусских СМИ, предложены способы совершенствования содержательной составляющей республиканских и региональных изданий, в результате анализа медиатекстов систематизирован творческий опыт национальных СМИ.

Рекомендации по использованию. Представленные результаты могут использоваться в дальнейших исследованиях творческой и управленческой практики редакций национальных СМИ; в производственной деятельности белорусских медиапредприятий, ориентированных на совершенствование стратегий и тактик управления медиаконтентом; в учебном процессе на журналистских специальностях – при преподавании дисциплин по технологиям менеджмента контента СМИ, основам творческого мастерства журналиста и др., а также в организации программ по повышению квалификации для сотрудников региональных СМИ. Опубликованные результаты диссертационного исследования могут быть использованы в качестве методических пособий для реальной редакционной практики региональных медиа.

Область использования полученных результатов: научная деятельность, журналистская практика, образовательный процесс.

SUMMARY

Nikanovich Dzmitry

NEWSPAPER CONTENT IN TERMS OF NATIONAL MEDIA SPHERE TRANSFORMATION: ADAPTATION AND MODELLING

Keywords: journalism, media, media text, media content, adaptive content management, media content management, media discourse, media industry, print media, newspaper, press.

Objective of research – the development of strategies and tactics for modeling newspaper content and adaptation to media formats and platforms that have emerged in the context of the transformation of national media spheres.

Basic research methods: induction, deduction, analysis, synthesis, extrapolation, modeling, formalization, content analysis (genre analysis, thematic analysis, functional analysis), discourse analysis, comparative analysis, questionnaire.

Research results and their scientific novelty. This study discusses the Belarusian media transformation, which predicts changes in intra-production and creative algorithms, poses new challenges for media enterprises to modernize production; the directions of Belarusian media editorials' development are formulated, ways to improve the content of national and regional publications are proposed, the creative experience of the national media is systematized as a result of the media texts analysis.

Recommendations for the practical use. Presented results can be used in further studies of the national media creative and management practice; in the Belarusian media production activity, focused on improving strategies and tactics of managing media content; in teaching process of journalism subjects, when teaching courses on media content management technologies, the basics of creative skill of a journalist, etc., as well as in the organization of programs to improve training of regional media staff. Published results of the dissertation research can be used as manuals for the real regional media editorial practice.

Application field: scientific activity, journalistic practice, educational process.