

ж) личностно-ориентированном общении; з) модальности, направленной на simultанное восприятие, и) оценочной субъективации, к) авторской рефлексии.

Библіографічныя спасылкі

1. Івчэнков В. І. Мультымедыйнасць // Медыалінгвістыка ў тэрмінах і панятках: слоўварь-справочнік / пад рэд. Л. Р. Дускаевай; рэдкал.: В. В. Васільева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькіна. М. : ФЛІНТА, 2018. С. 399–402.
2. Івчэнков В. Канвэргентнасць у медыа (к опыту стварэння ўчебнага слоўваря) // Журналістыка-2018: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 20-й Міжнар. навук.практ. канф., 15-16 ліст. 2018 г., Мінск / рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск : БДУ, 2018. С. 342–345.
3. Івчэнков В. І. Канвэргентнасць у медыа // Медыалінгвістыка ў тэрмінах і панятках: слоўварь-справочнік / пад рэд. Л. Р. Дускаевай; рэдкал. : В. В. Васільева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькіна. М. : ФЛІНТА, 2018. С. 42–45.

МЯСЦОВАЯ ПРЭСА ЯК ЛІДАР ГРАМАДСКАЙ ДУМКІ РЭГІЁНА

В. І. Канюта

*Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова «Выдавецкі дом «Звязда»,
вул. Б. Хмяльніцкага, 10-а, 220013, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
veronika_kanyuta@mail.ru*

У артыкуле аналізуецца «Лідская газета» ў кантэксце развіцця рэгіянальнай прэсы Беларусі. Вызначаюцца асаблівасці газеты, якія характарызуюць яе як паспяховае выданне на медыйным рынку, даецца ацэнка рэдакцыйнай палітыцы, аналізуецца сайт газеты.

Ключавыя словы: раённая газета; чытач; асаблівасці рэгіянальнай прэсы; сайт.

LOCAL PRESS AS LEADER IN THE REGION'S PUBLIC OPINION

V. I. Kanyuta

*Publishing institution «Publishing house «Zviazda»,
10-a, B. Khmel'nitskogo Str., 220013, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. I. Kanyuta (veronika_kanyuta@mail.ru)*

The article analyzes the «Lidskaya Gazeta» in the context of the development of the regional press of Belarus. The features of the newspaper are determined

that characterize it as a successful publication on the media market, the editorial policy is evaluated, and the newspaper's website is analyzed.

Key words: district newspaper; reader; features of the regional press; website.

Нягледзячы на імклівае развіццё сучасных медыя, рэгіянальныя сродкі масавай інфармацыі, у прыватнасці газеты, па-ранейшаму застаюцца ключавой аўтарытэтай крыніцай інфармацыі канкрэтнага рэгіёна. Вось ужо некалькі дзесяцігоддзяў сваё лідарства ў сферы масавых камунікацый утрымлівае і «Лідская газета», заснавальнікамі якой з'яўляюцца Лідскі раённы выканаўчы камітэт, Лідскі раённы Савет дэпутатаў і рэдакцыя газеты. Нягледзячы на канкурэнтаў у выглядзе Лідскага тэлерадыёаб'яднання і прыватнага штотыднёвіка «Принеманские вести», найбольшай папулярнасцю ў мясцовых жыхароў карыстаецца раёнка.

У эпоху, калі масавая аўдыторыя аддае перавагу электронным СМІ альбо інтэрнэт-версіям перыядычных выданняў, тыраж «Лідскай газеты» калі не расце, дык працяглы час трымаецца той колькаснай планкі, якую задаюць выдаўцы. Газета, заснаваная ў верасні 1939 года, выходзіць двойчы на тыдзень – па серадах і суботах – агульным тыражом у 17 606 экзэмпляраў (люты 2020 г.). Відавочна, улічваючы толькі гэты паказчык, яна з'яўляецца адным з лідараў раённай прэсы краіны. Для параўнання, штотыднёвы тыраж рэспубліканскай газеты «Звязда» складае 14 804 экзэмпляры (люты 2020 г. адпаведна).

У чым жа сакрэт поспеху «Лідскай газеты»? Звычайны фармат А3, класічная вёрстка, сістэмная рубрыкацыя (у тым ліку якая звяртае ўвагу на лакальныя праблемы – «На планёрцы ў старшыні райвыканкама», «У полі зроку мясцовай улады»), тэмы, якія заўжды хвалююць канкрэтную мясцовасць. На 24 старонках (па серадах) і на васьмі (па суботах), за выключэннем рэкламы, чытачы даведваюцца аб палітычнай абстаноўцы ў краіне і рэгіёне, спрабуюць разабрацца ў эканоміцы і будаўніцтве, радуюцца канкрэтным поспехам у спорце і культуры. Медыцына, адукацыя, сельская гаспадарка, патрыятычнае выхаванне, прававая культура, крымінал – класічная тэматычная палітра любога грамадска-палітычнага выдання, да якога адносіцца і «Лідская газета».

Адзінае істотнае адрозненне ад рэспубліканскай перыёдыкі – рэгулярная рубрыка з віншаваннямі, якая карыстаецца папулярнасцю ў чытачоў. Адны выкарыстоўваюць газетную плошчу, каб павіншаваць сваіх родных і блізкіх, іншыя не прапускаюць дадзеную рубрыку, каб адшукаць у ёй знаёмыя твары і прозвішчы. Менавіта такія фактары, як пазнавальнасць і ўзаемадзеянне з аўдыторыяй, вылучаюць рэгіянальную

прэсу сярод іншых СМІ ў глабальнай медыяпрасторы. Каб быць у курсе падзей, якія адбываюцца ў канкрэтнай мясцовасці, не публікацыі пра сваяка, суседа альбо добрага знаёмага, большасць чытачоў робіць свой выбар на карысць раённай прэсы.

Варта адзначыць, што нягледзячы на дастатковую ўвагу аўдыторыі да друкаванай версіі газеты даволі прыйстойна і сучасна выглядае сайт перыядычнага выдання. Зразумелая рубрыкацыя, аўтарскія блогі, творчыя праекты, афіша, магчымасць задаць пытанне канкрэтным спецыялістам у рэжыме анлайн, інтэрактыўная сувязь з рэдакцыяй, фота- і відэанавіны – той кантэнт, які запатрабаваны ў масавага карыстальніка інтэрнэту. Не звязваючыся напямую з рэдакцыяй, на сайце можна размясціць аб’яву, рэзюмэ, азнаёміцца з актуальнымі працоўнымі вакансіямі Лідскага раёна.

Па словах галоўнага рэдактара «Лідскай газеты» Кацярыны Серафіновіч, «сайт газеты быў абноўлены з прыцягненнем прафесіяналаў у 2018 г. Пачалася сістэмная работа над механізмам рэгулярнай і апэратыўнай падачы навін, напісання ўнікальнага кантэнту менавіта для сайта, прыцягненнем наведвальнікаў з сацыяльных сетак» [1].

Сайт не з’яўляецца абсалютнай копіяй друкаванай версіі «Лідскай газеты». Асобныя публікацыі, у асноўным рэпартажы з месца падзей, ствараюцца выключна для інтэрнэт-рэсурсу. Акрамя таго, размяшчаюцца відэасюжэты, відэаапытанні – тое, чаго не можа даць друкаваная версія газеты. У канцы 2019 г. рэдакцыяй створаны ўласны Тэлеграм-канал, вядзецца работа і ў сацыяльных сетках.

Наведвальнасць сайта «Лідскай газеты» складае 12–14 тыс. унікальных наведвальнікаў у суткі (да абнаўлення – каля 3,5 тыс.). Захоўваецца тэндэнцыя да яшчэ большага ахопу аўдыторыі. Расце колькасць падпісчыкаў акаунтаў і сетак – агульная колькасць ужо больш як 21,5 тыс. Іх прывабнасць у тым, што яны практычна не дублююцца [1].

Такім чынам, нягледзячы на вялікую колькасць СМІ, ключавое месца ў інфармацыйнай прасторы Беларусі па-ранейшаму належыць рэгіянальнай прэсе. Саступаючы лідарства рэспубліканскім газетам па колькасці інфармацыі і апэратыўнасці яе падачы, яна захоўвае пастаянную перавагу перад імі ў тым, што бліжэй знаходзіцца да сваёй аўдыторыі, мае магчымасць асвятляць яе жыццё ў такіх дэталях і падрабязнасцях, якіх часта не хапае рэспубліканскай прэсе.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Аляксандр Лукашэнка аб задачах дзяржаўных СМІ: трэба шчыра і аб’ектыўна гаварыць з людзьмі на зразумелай мове, даносіць ім нашу пазіцыю // Лідская газета. 2020. № 12 (13079). С. 2.