

спасцігнуць лепшае ў іншых культурах, і толькі ў такім выпадку міжкультурны дыялог будзе выніковы. Гэта дае магчымасць выявіць, якім чынам разнастайнасць форм культурнага самавыражэння садзейнічае дыялогу, узаемаразуменню, а таксама фарміраванню сацыяльных, экалагічных і эканамічных фактараў устойлівага развіцця. Любы этнас, дзяржава, грамадства павінны ўспрымаць і пераймаць з глабальнай сістэмы агульнакультурных сувязяў і ўзаемадзеянняў тое, што адпавядае іх традыцыям, менталітэту, псіхалагічнаму складу. І ў гэтым працэсе вялікае значэнне належыць рэгіянальным сродкам масавай інфармацыі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Петроченко А. Г. Взаимодействие региональных СМИ с субъектами инновационной инфраструктуры // Веснік БДУ. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Мінск : БДУ. 2013. № 2. С. 70–73.
2. Вильтовский М. Легкий: уникальный контент и близость к людям – главные преимущества региональных СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sb.by/articles/legkiy-unikalnyy-kontent-i-blizost-k-lyudyam-glavnye-preimushchestva-regionalnykh-smi.html> (дата обращения: 01.03. 2020).

КАМПАЗІЦЫЙНЫЯ І МОЎНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ АРГАНІЗАЦЫІ МЕДЫЯТЭКСТУ ГАЗЕТЫ «МІНСКАЯ ПРАЎДА»

С. К. Берднік

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220141, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
berdnikslarhej@gmail.com*

Вывучэнне кампазіцыйных і моўных асаблівасцей арганізацыі медыя-тэксту дазваляе прасачыць, якія напрамкі дзейнасці лічыць рэдакцыя най-больш актуальнымі на сучасным этапе, што жадае адлюстравць у сваіх матэрыялах. Супрацоўнікі выдання імкнуцца ахапіць як мага больш шырокае кола падзей у кожным нумары, пачынаючы з рэспубліканскіх і заканчваючы вузкарэгіянальнымі навінамі ў выглядзе спецыяльных рэкламных дадаткаў. Выкарыстанне абедзвюх дзяржаўных моў магло б быць у выданні больш лагічным і паслядоўным. Матэрыял можа быць выкарыстаны журналістамі пры вывучэнні мовы СМІ.

Ключавыя словы: рэдакцыя; газета; артыкул; рубрыка; білінгвізм; нумар; старонка.

COMPOSITIONAL AND LINGUISTIC PECULIARITIES OF MEDIA TEXT ORGANIZATION OF THE NEWSPAPER «MINSKAYA PRAVDA»

S. K. Berdnik

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: S. K. Berdnik (berdnikslarhej@gmail.com)

The research of compositional and linguistic peculiarities of media text organization allows to trace one areas of activity that the editorial board considers the most relevant at the present moment and what it wants to reflect in its materials. The editorial staff seek to cover the widest range of events in each issue, from the republican to the region-specific news in the form of special advertising supplements. The use of two national languages could be more logical and consistent in the publication. The material could be used by journalists when learning the language of the media.

Key words: editorial office; newspaper; article; column; bilingualism; number; page.

Цэнтральная газета цэнтральнага рэгіёна, а менавіта так сябе пазіцыянуе чытачам «Мінская праўда», выходзіць два разы на тыдзень – па аўторках і пятніцах. Выданне распаўсюджваецца як у друкаваным, так і ў электронным вырыянце. Сёння можна аформіць электронную падпіску на газету, азнаёміцца з яе PDF-архівам і спампаваць любы з нумароў. Тыя матэрыялы, якія мы сустракаем на сайце mpravda.by, у большай ступені маюць інфармацыйна-аналітычны характар і не заўсёды ў поўнай меры адлюстроўваюць друкаваны варыянт выдання. Магчыма, тым тлумачыцца цікавасць чытачоў да папяровай версіі, хуткае знікненне газеты ў рознічным продажы і па сённяшніх мерках яе значны тыраж. Менавіта таму спынімся на аналізе шасці лютаўскіх нумароў за 2020 год, папярэдне адзначыўшы некаторыя асаблівасці гісторыі стварэння і развіцця выдання да нашых дзён.

Абласная газета «Мінская праўда» заснавана 1 лістапада 1950 г. пастановай Бюро ЦК КПБ як орган Мінскага абкама і гаркама КПБ, абласнога і гарадскога Саветаў дэпутатаў працоўных. Да гэтага найбуйнейшы рэгіён рэспублікі не меў свайго друкаванага органа, функцыі яго выконвала газета «Звязда». Змяняльна, што спачатку «Мінская праўда» выходзіла выключна на беларускай мове.

Першымі рубрыкамі газеты былі: «Па нашай Савецкай Радзіме», «На сустрэчу 33-й гадавіне Вялікага Кастрычніка», «У дапамогу тым, хто вывучае марксізм-ленінізм», «Лісты ў рэдакцыю», «Кніжная паліца», «Тэатр», «Фізкультура і спорт». Пра папулярнасць выдання сведчыць нават тое, што ў першы год у рэдакцыю газеты прыйшло каля 5 тыс. лістоў ад чытачоў. Па дадзеных на пачатак 1970-х гг. газета выходзіла 5 разоў на тыдзень і мела наклад 44 тыс. асобнікаў. У той час у ліку рубрык газеты былі: «Партыйная жыццё», «У школах камуністычнай працы», «Як вас абслугоўваюць», «Так служачы нашы землякі», «Новыя кнігі», «Парады эканаміста», «Пасля выступлення “Мінскай праўды”», «За мяжой» і інш. Штогод рэдакцыя атрымлівала больш за 15 тыс. лістоў. У 1977 г. стала ўдзельніцай ВДНГ СССР у Маскве. Першай сярод абласных газет стала друкавацца ў каляровым фармаце. З 1990 г. «Мінская праўда» выдаецца на беларускай і рускай мовах. Да 50-годдзя абласной газеце ўручана Падзяка Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь. У 2005 г. была названая лаўрэатам І Нацыянальнага конкурсу друкаваных сродкаў масавай інфармацыі ў намінацыі «Лепшая абласная газета» і ўзнагароджана знакам «Залатая літара». У 2011 г. атрымала гран-пры гэтага конкурсу. У чэрвені 2017 г. «Мінская праўда» рэарганізавана ў рэгіянальны холдынг, у яе ўвайшлі тры друкаваныя выданні: газета Дзяржынскага раёна «Узвышша», газета Мінскага раёна «Прысталічча», газета Уздзенскага раёна «Чырвоная зорка». Такім чынам, цэнтральная газета цэнтральнага рэгіёна з’яўляецца і своеасаблівым вучэбна-метадычным цэнтрам для калектываў раённых, гарадскіх і іншых газет Мінскай вобласці.

Уважліва прааналізаваўшы матэрыялы газеты за апошнія часы, можна выявіць асноўныя рубрыкі, якія вызначаюць яе змест. Гэта: палітыка, эканоміка і фінансы, грамадства, культура, спорт, здарэнні, здароўе, навіны газеты, адукацыя, турызм і адпачынак, цікавыя людзі, актуальныя пытанні, закон і парадак, армія, сельская гаспадарка, наша марка, памяць, гарачы тэлефон, салдаты Перамогі, сустрэчы, прамая лінія і некаторыя іншыя.

У пачатку мінулага года у адным з нумароў «Мінскай праўды», які выйшаў 25 студзеня 2019 г., з’явілася новая рубрыка «МПІ плюс». І хоць яна задумана як рэкламны дадатак на 8-12 старонках да асноўнага нумара, але працягвае, як правіла, у розных аспектах раскрываць традыцыйныя тэмы газеты. Так, у нумары № 10 за 7 лютага рэкламны дадатак распавядае пра ўстановы і прадпрыемствы Нясвіжскага раёна ў сувязі з 80-годдзем яго заснавання, у нумары № 14 за 21 лютага –

пра рэгіёны Вілейшчыны, у нумары № 15 за 25 лютага – пра рэгіёны Салігоршчыны. З шасці адзначаных намі нумароў дадатак, такім чынам, прысутнічае ў трох. Зразумела, што можа ўзнікаць пытанне пра мэтазгоднасць выкарыстання такой падачы матэрыялу ў складзе газеты. Прааналізаваныя нумары «Мінскай праўды» з рознымі дадаткамі сведчаць пра даволі прагрэсіўную кампазіцыйную арганізацыю медыятэксту ў гэтым выданні. Па-першае, гэта дае магчымасць абраць для абмеркавання важную актуальную тэму, якая закранае інтарэсы вялікай колькасці рэцыпіентаў пэўнага рэгіёна, па-другое, ужо назва дадатка арыентуе чытача на пошук патрэбнай інфармацыі, па-трэцяе, заяўленая тэматыка разглядаецца шырока і разнабакова.

Перагорнем старонкі асобных нумароў цэнтральнай газеты Мінскай вобласці ў храналагічным парадку (№ 10–15). Першая старонка кожнай газеты ў выглядзе кідкіх загаловаў, фатаздымкаў і невялікіх анатацый знаёміць чытача з асноўнымі, найбольш актуальнымі і цікавымі публікацыямі нумара. У самым версе, перад выявай назвы выдання, – адным радком анонс галоўнай інфармацыі па краіне. Напрыклад: «МОМЕНТ ИСТИНЫ. Александр Лукашенко анонсировал встречу с Президентом России» ў нумары за 7 лютага; «ШВЕЙЦАРСКИЙ ЧАС. Президент рассчитывает на углубление сотрудничества с Центральной Европой» у нумары за 14 лютага; «ЗАРПЛАТЫ БЮДЖЕТНИКОВ БУДУТ РАСТИ. Министр отчитался перед Президентом» у нумары за 18 лютага і інш. Пры гэтым неабходна адзначыць, што першая старонка газеты настолькі інфармацыйна насычаная, што анансуе большасць асноўнага зместу выдання. Другая, трэцяя і чацвёртая старонкі маюць сталыя назвы рубрык: «Галоўнае», «Цэнтральны рэгіён», «Акцэнт», а астатнія – у залежнасці ад зместу артыкулаў. Можна было б адзначыць кампазіцыйную прадуманасць, інфарматыўнасць і трапнасць заглаваў артыкулаў, багатую ілюстраванасць і творчы падыход у размяшчэнні газетных матэрыялаў, каб не адно «але». Уся справа ў тым, што выданне газеты на абедзвюх дзяржаўных мовах не можа выклікаць пярэчанняў. Аднак у выкарыстанні рускай і беларускай моў на некаторых старонках назіраецца такая стракатасць, якая не паддаецца ніякай логіцы. Возьмем № 14 за 21 лютага 2020 г. Між іншым, у гэты дзень адзначаўся Міжнародны дзень роднай мовы. Здавалася, лагічна было б рэдакцыі і ўсе тэксты змясціць на роднай мове (ну, магчыма, за некаторымі выключэннямі). Знамянальна, што першая старонка поўнасю беларускамоўная. Калі на другой сустракаецца адзін беларускамоўны матэрыял, то ўсе тры артыкулы трэцяй – рускамоўныя. Рэкламны

дадатак «МП плюс» на чатырох старонках, прысвечаны Вілейшчыне, чамусьці поўнасю праігнараваў роднае слова. Трэба адзначыць, што ў гэтым нумары, дзе некалькі старонак цалкам на роднай мове, якраз беларускамоўных матэрыялаў нашмат больш, чым у іншых нумарах. Аднак, пазнаёміўшыся з артыкулам на шостай старонцы «История в фотографиях», у якім некалькі разоў упамінаецца Якуб Колас, разумееш, што мова выкладу выбіраецца рэдакцыяй адвольна, выпадкова. Для пацвярджэння прывядзем лід гэтага артыкула: «Масштабный культурно-исторический проект «Война и мир. Беларусь помнит» стартовала с выставки в Государственном литературно-мемориальном музее Якуба Коласа». Па-першае, калі *праект*, то стартаваў, па-другое, у абранні мовы для артыкула з неаднаразовым упамінаннем імя класіка ў Дзень роднай мовы – пэўная некарэктнасць. Бессістэмнае, неабачлівае выкарыстанне білінгвізму ў СМІ не на карысць выданню, значна перашкаджае ўспрыманню інфармацыі, расейвае ўвагу рэцыпіента, павялічвае колькасць памылак у тэксце.

Трэба адзначыць, што ў большасці выпадкаў супрацоўнікі рэдакцыі выяўляюць высокі ўзровень валодання абедзвюма дзяржаўнымі мовамі, хоць аналізу гэтага пытання варта было б прысвяціць асобны артыкул.

ИНФОГРАФИКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. В. Бондарчик

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Bondarchik@bsu.by*

В тексте анализируется опыт использования инфографики в региональных печатных СМИ Республики Беларусь. Основываясь на результатах исследования визуальной составляющей государственных региональных газет Беларуси, автор указывает на две тенденции: отсутствие инфографики собственного авторства в большинстве изданий и восприятие ее лишь как декоративного элемента. Отмечается, что для перехода от поверхностного понимания к функциональному использованию информационной графики необходимо осознанное отношение к данному способу визуализации контента со стороны творческого коллектива редакций региональных изданий.

Ключевые слова: инфографика; визуализация; информационный дизайн.