

Вышеуказанные характеристики определяют большинство материалов современных колумнистов в печатных изданиях. Среди них И. Петровская с ее пятничной рубрикой «Теленеделя с Ириной Петровской» в «Новой газете», колонка А. Мельмана в «Московском комсомольце» и др. В колонках названных нами авторов колумнистика напрямую связана с медиакритикой. Собственно, сами рубрики можно определить как посвященные именно медиакритике, в данном случае – телевизионной.

Важно отметить, что, будучи продуктом традиционных средств массовой информации, колумнистика активно развивается в пространстве новых медиа. Сегодня крайне интересными и по форме, и по содержанию являются колонки в интернет-издании «Сноб». В частности, это материалы К. Эггерта, Г. Бовта, Ю. Богомолова, М. Бланта, К. Турковой и др. Спектр тем достаточно широк: политика, культура, журналистика, экономика. У последнего из перечисленных нами авторов – колонка «Словарный запас» о языковых особенностях современной публичной речи.

Колумнистика в новых медиа в классическом ее понимании – с сильным авторским началом, субъективизмом, злободневностью – приобретает второе дыхание и новую аудиторию. В новых медиа разнообразная тематика, и сами авторы позволяют изданию работать с широкими слоями аудитории и быть востребованными, популяризируя журналистику мнения, столь важную для нас сегодня.

Е. В. Красовская

Белорусский университет

ОБЛАСТНЫЕ ГАЗЕТЫ – ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ МЕДИАСИСТЕМЫ

Областные газеты Белоруссии играют особую роль в развитии региональной медиасистемы страны. Под областными газетами понимаются издания, которые выходят в областных центрах и распространяются на территории этих областей (для справки: при численности населения Белоруссии около 9,5 млн человек страна делится на 6 административно-территориальных единиц – областей).

По сведениям Министерства информации, в Белоруссии зарегистрировано 1614 печатных СМИ (435 – государственной формы соб-

ственности, 1179 – негосударственной), 98 телепрограмм (44 – государственные и 54 – частные), 172 радиопрограммы (соответственно 145 и 27), 9 информационных агентств (2 и 7 соответственно), 20 сетевых изданий (14 и 6 соответственно). Небольшое число официально зарегистрированных сетевых ресурсов можно объяснить тем, что в Белоруссии действует добровольный принцип регистрации сетевых изданий, что избавляет от необходимости проведения этой процедуры в отношении онлайн-версий традиционных СМИ или созданных ими медиапорталов. Таким образом, фактически сетевых ресурсов в стране в десятки раз больше.

Региональная медиасистема Белоруссии представлена 248 региональными печатными СМИ (136 – государственной формы собственности, 112 – негосударственной): 40 областных, 88 городских и объединенных и 120 районных газет. В региональную медиасистему также входят 216 телерадиовещательных программ, из них 68 – телепрограммы (25 – государственные, 43 – негосударственные) и 148 радиопрограмм (130 государственной и 18 негосударственной формы собственности).

При всем многообразии видов и типов региональных СМИ им пока еще сложно составлять конкуренцию областным газетам в сфере уникальности контента. Так, у регионального телеканала, который осуществляет вещание в каждом регионе под общим названием «Беларусь 4» (учредители – телерадиопередающие центры, которые входят в систему Национальной государственной телерадиокомпании), средний показатель объема передач собственного производства в ежемесячном объеме вещания составляет примерно 40%. У городских и районных телеканалов этот показатель около 45% (доля собственной продукции у них колеблется от 7 до 100%). Районные и городские радиопрограммы транслируются от 50 минут до 24 часов в сутки, а доля собственной продукции варьируется от 32,4 до 100%. Среди региональных интернет-ресурсов все еще не появилось настолько популярных, чтобы серьезно конкурировать с областными газетами или их новостными проектами в Интернете. Локальные сетевые издания, которые неплохо заявили о себе, например «Электронный Солигорск» или сайт районной «Лідскай газеты», еще не достигли показателей посещаемости лидера на информационном рынке своего региона – медиапортала «Правда Гомель», в который был удачно преобразован сайт областной газеты «Гомельская праўда».

Сегодня именно областные газеты способствуют развитию медиасистемы. Наиболее отчетливо это проявляется на примере областных

газет государственной формы собственности, которые были основаны 50–100 лет назад. К сегодняшнему дню эти газеты сформировали не только журналистские традиции, но и накопили богатый опыт взаимодействия со своей аудиторией и различными социальными институтами, который помогает им оперативно и гибко реагировать на изменения, происходящие на рынке конкретного региона. К категории таких газет относятся 6 областных изданий: «Витебские вести», «Заря», «Гомельская праўда», «Гродзенская праўда», «Мінская праўда» и «Могилевские ведомости».

Эти издания задают информационный импульс другим видам и типам СМИ, которые выходят и распространяются на меньшей по площади территории (районные, городские, корпоративные); на их базе формируются новые модели редакций: модель укрупнения («Витебские вести», «Могилевские ведомости», «Заря»), интегрированно-мультимедийная («Гомельская праўда»), кластерно-кросс-трансмедийная («Гродзенская праўда», «Мінская праўда»); областные издания разрабатывают и апробируют уникальные стратегии взаимодействия с аудиторией, которые с течением времени заимствуют другие СМИ региона.

Таким образом, областные газеты обладают уникальными характеристиками, что позволяет им выступать в роли драйвера развития региональной медиасистемы. Тем не менее, если исходить из многообразия внешних и внутренних факторов, которые влияют на белорусскую региональную медиасистему, а также скорости происходящих технологических изменений, в ближайшее время ситуация вполне может измениться.

С. В. Лебедева

Гуманитарный университет (г. Екатеринбург)

СВОЙ ЖУРНАЛ КАК СПОСОБ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ ЛЮДЕЙ С ОВЗ

Отношение к людям с инвалидностью в российском обществе всегда было неоднозначным. И СМИ зеркально отражали эту ситуацию. С одной стороны, успех дореволюционной газеты «Русский инвалид», доходы от которой во многом шли в пользу инвалидов Отечественной войны 1812 г., говорит о сочувствии к этой категории людей.