

МЕТОДЫКІ ЎЗАЕМАДЗЕЯННЯ РАЁННАЙ ГАЗЕТЫ З ЧЫТАЧОМ (на прыкладзе выданняў Камянца, Асіповіч і Ганцавіч)

І. А. Івашка

*Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова
«Выдавецкі дом “Педагагічная прэса”» /
Рэдакцыя газеты «Настаўніцкая газета»,
пр. Незалежнасці, 77–110, 220013, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
ivashkoirina9@gmail.com*

*Навуковы кіраўнік – К. В. Лакцевіч,
кандыдат філалагічных навук, дацэнт*

Артыкул прысвечаны метадалагічнай канкрэтызацыі сістэмы камунікацыі сучасных беларускіх раённых выданняў «Асіповіцкі край», «Навіны Камянеччыны» і «Савецкае Палессе» з аўдыторыяй. Прыведзена спроба сістэматызаваць асноўныя формы, спосабы і сродкі ўзаемадзеяння мясцовых газет з падпісчыкамі. Адзначаецца, што разнастайнасць інструментарыя чытацкай пошты, конкурсаў, апытанняў, аўтарскіх калонак і спецыялізаваных старонак становіцца сведчаннем накіраванасці раённых выданняў на партыцыпаторнасць чытача.

Ключавыя словы: «Асіповіцкі край»; «Навіны Камянеччыны»; «Савецкае Палессе»; ўзаемадзеянне з аўдыторыяй; дыялог з чытачом.

METHODS OF INTERACTION OF THE DISTRICT NEWSPAPER WITH THE READER (on the example of Kamentsa, Osipovich and Gantsevich publications)

I. A. Ivashka

*Editorial-publishing enterprise «Publishing house “Educational Press”»
The newspaper «Teacher’s Newspaper»,
77–110, Nezavisimosti Av., 220013, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. A. Ivashka (ivashkoirina9@gmail.com)*

*Scientific adviser – E. V. Loktevich,
candidate of Philology, associate professor*

The article is devoted to the methodological specification of the communication system of modern Belarusian regional publications «Asipovicki kray»,

«Naviny Kamianetchyny» and «Savietskae Palesie» with the audience. An attempt is made to systematize the main forms, methods and means of interaction of local newspapers with subscribers. It is noted that the variety of tools of readers' mail, contests, surveys, author's columns and specialized pages is evidence of the focus of regional publications on the participation of the reader.

Key words: «Asipovicki kray»; «Naviny Kamianetchyny»; «Savietskae Palesie»; interaction with the audience; dialogue with the reader.

Раённая газета, як справядліва адзначае Л. М. Кісля, з'яўляецца для чытача памочнікам, трыбунай і сябрам, паколькі «імкнецца да наладжвання максімальна блізкіх, даверлівых адносін са сваёй аўдыторыяй» [1, с. 16]. Невыпадкова пошук новых формаў узаемадзеяння з падпісчыкамі становіцца прыярытэтным напрамкам дзейнасці мясцовых рэдакцый [2, с. 390].

На думку А. У. Пасталоўскага, «чытачу рэгіянальнай прэсы цікавы найперш тыя праблемы, якія ў найбольшай ступені характэрны яму самому і таму рэгіёну, дзе ён жыве» [3, с. 246]. Даследчык заўважае, што мясцовыя выданні карыстаюцца найбольшым даверам падпісчыкаў, чым іншыя друкаваныя СМІ. Таму заканамерным бачыцца цікавасць сучасных беларускіх раённых выданняў да такіх сродкаў, формаў і спосабаў камунікацыі з аўдыторыяй, як чытацкая пошта, апытанні, конкурсы, віктарыны, акцыі, аўтарскія калонкі, рубрыкі экспертаў, літаратурныя і спецыялізаваныя старонкі, работа з пазаштатнымі аўтарамі і юнкарамі. Многія з актуалізаваных падыходаў да ўзаемадзеяння (у тым ліку публікацыя творчых матэрыялаў чытачоў, размяшчэнне ў газеце палемічных публікацый і правядзенне апытанняў) з падпісчыкамі А. А. Іванова называе традыцыйнымі [4, с. 195].

У практыцы выданняў рэспубліканскага ўзроўню *чытацкія лісты* сустракаюцца нячаста. Адваротная сітуацыя назіраецца ў раённых газетах, што звяртаюцца да лістоў чытачоў па меры атрымання зваротнай сувязі. У некаторых мясцовых СМІ матэрыялы, сэнсавым стрыжнем якіх з'яўляецца пошта падпісчыкаў, сустракаюцца ў кожным нумары і часта прадстаўлены некалькімі публікацыямі. Так, у «Асіповіцкім краі» звароты чытачоў увабляюцца ў рубрыках «Нам пішуць» (прысвечана водгукам пра жыхароў раёна – настаўнікаў, медыцынскіх работнікаў, паштальёнаў і інш.) і «Вопрос-ответ». «Савецкае Палессе» (Ганцавічы) наладжвае дыялог з аўдыторыяй у рубрыках «Ёсць пытанне», «Спрашывалі – отвечаем», «Из редакционной почты». Найбольш запатрабаваная метадыка працы з лістамі чытачоў у «Навінах Камянеччыны»: матэрыялы займаюць рубрыкі «Наболело», «Нам пишут», «Жизнь как есть». Акрамя таго, вытрымкі з чытацкай

пошты знаходзяць адлюстраванне ў адказах з «гарчай лініі “НГ”» і «Фотафакце». Пераважная тэматычная доля матэрыялаў у гэтых рубрыках належыць сацыяльнай сферы. Беспрэцэдэнтным з’яўляецца спецыяльны праект выдання «Гуворымо пу-нашому», дзе, знаёмячыся з лістамі старажылаў раёна, аўдыторыя даведваецца пра забытую дыялектную лексіку Камянеччыны. Адметнай рысай выяўлення пазаштатных аўтараў на старонках раённых газет становіцца пазнака іх месца жыхарства (вёска ці раённы цэнтр).

Спецыялізаваныя старонкі ў газетах прадстаўлены:

- апублікаванымі творамі чытачоў – нарысамі, вершамі, апавяданнямі. У «Савецкім Палессі» функцыянуе літаратурная старонка «Рунь» (публікуецца раз на месяц). У выпусках «Асіповіцкіга краю» змяшчаецца штомесячная паласа «Творчасць»;

- сумеснымі праектамі з арганізацыямі раёна і палосамі, арыентаванымі на вузкую катэгорыю падпісчыкаў (напрыклад, дзеці, мужчыны, аматары краязнаўчай тэматыкі). Паспяхова ў «Асіповіцкім краі» дзейнічае праект рэдакцыі і мясцовага аддзела ДАІ «Момант ісціны», у межах якога аўтары звяртаюцца да гісторыі вядомых марак аўтамабіляў. Да святаў народнага календара, старажытных абрадаў і павер’яў беларусаў звяртаецца праект «Скарбніца». Дзіцячыя старонкі функцыянуюць у «Асіповіцкім краі» і «Навінах Камянеччыны»;

- тэматычнымі падборкамі да пэўных дат («Асіповіцкі край»).

Запатрабаванасць *аўтарскіх калонак* у практыцы раённых газет тлумачыцца даверам аўдыторыі да журналіста. Невыпадкава К. В. Шалімава падкрэслівае, што такія матэрыялы «грунтоўна замацоўваецца ў свядомасці чытача, паколькі імя аўтара надае тэксту дадатковае адценне пераканаўчасці» [5, с. 97]. Калонкі ў «Асіповіцкім краі» курыруюцца журналістам Кацярынай Івановай (уздымае праблемы бацькоў і дзяцей) і пазаштатным аўтарам Таццянай Заваруевай (у рубрыцы «Записки логопеда» аўтар расказвае гісторыі з прафесійнай практыкі). Кожны месяц «Савецкае Палессе» публікуе «Маналогі Вольгі Барадзіной», дзе аўтар закранае спектр тэм, звязаных з паўсядзённым жыццём чытачоў.

Работа з пазаштатнымі аўтарамі і юнкарамі ў «Навінах Камянеччыны» прадэманстравана рубрыкамі «Школа юнкора» і «Мы ў сацсетках» (праз падборкі аўтарскіх фотаздымкаў, якія журналісты знаходзяць з дапамогай распрацаваных імі хэштэгаў газеты, у лентях падпісчыкаў суполак газеты ў інтэрнэце). У «Асіповіцкім краі» метадалогія ўзаемадзейнення рэалізуецца ў раздзеле «Чытач-газета».

Для выкарыстання метадалогіі гульнерэалізацыі [6, с. 279] журналісты становяцца ініцыятарамі *акцый, конкурсаў і віктарын*. Най-

большай папулярнасцю сярод маладзёжнай аўдыторыі карыстаюцца фотаконкурсы. Работы чытачоў змяшчаюцца ў рубрыках «Фотаконкурс» і «Чытач-газета» («Асіповіцкі край»). У кожным нумары асіповіцкай і ганцавіцкай раёнак фотаархівы падпісчыкаў знаходзяць прымяненне ў адметных сярод іншых матэрыялаў серыях «Тогда и сейчас»/«Раней і зараз» («Асіповіцкі край») і «Фотоконтраст» («Савецкае Палессе»). Рубрыкі ўяўляюць сабой фотапраекты, што суправаджаюцца тэкставымі каментарыямі, якія на кантрасце «было – стала» паказваюць ключавыя месцы раёнаў у розныя храналагічныя прамежкі.

Акрамя традыцыйных інструментаў камунікацыі з аўдыторыяй, агульных для трох газет, выданні прыбягаюць да ўнутрырэдакцыйных метадык. Напрыклад, для ўзаемадзеяння з чытачом «Навіны Камянеччыны» выкарыстоўваюць ніжні калантытул. Тут змяшчаюцца кароткія факты па тэме публікацый паласы («Фасовать сахар в пакетики стали в 1909 году из-за муравьев»; «Библиотечный фонд Национальной библиотеки Беларуси – 10 млн экземпляров» і інш.).

Некаторыя публікацыі камянецкай «раёнкі» («Почему Колония Кругель?», 01.09.2020) маюць працяг («Выгнанка. Что в имени твоём?», 15.09.2020). У іх чытачы прапануюць уласныя версіі паходжання назваў населеных пунктаў раёна, што спрыяе наладжванню дыялагічнасці не толькі паміж чытачамі і рэдакцыяй, але і ўнутры аўдыторнай камунікацыі. Падобную функцыю выконваюць у кожным з трох выданняў і старонкі экспертаў (юрыдычныя кансультацыі, адказы дэпутата).

Э. Карпава пераканана, што галоўны інтарэс многіх чытачоў раённых газет – апынуцца на старонках газеты [7, с. 396]. Рэалізацыі падобнага памкнення мэтай аўдыторыі «Асіповіцкага краю» спрыяе рубрыка «Дзякуй, чытач», дзе змяшчаецца зваротная сувязь ад пастаянных падпісчыкаў у выглядзе гісторыі «газета ў маім жыцці» і QR-кады, якія адсылаюць да сайта. Ілюстрацыі выдання таксама выступаюць у якасці элемента ўзаемадзеяння з аўдыторыяй (большасць ілюстрацый змяшчае звесткі пра людзей, што трапілі ў аб'екты).

У «Навінах Камянеччыны» сродкам камунікацыі з падпісчыкамі праз візуалізацыю стала рубрыка «Фотафакт». Тут змяшчаюцца «поспехі» чытачоў (выявы ўраджаю, творчыя работы), а таксама ўздываюцца праблемныя пытанні у ЖКГ раёна і добраўпарадкавання тэрыторый. У апошнім выпадку як журналісты, так і чытачы становяцца ініцыятарамі канструктыўнага дыялогу з органамі ўлады ці асобамі, якія могуць вырашыць праблему, паколькі пры падачы матэрыялу пазбягаюць адмоўнай ацэначнай лексікі, навешвання

ярлыкоў і канструктыўна акрэсліваюць праблему. Камунікатыўную функцыю ў газеце таксама выконваюць інфаграфіка і карыкатуры. «Савецкае Палессе» менш апелюе да выяў як спосабу камунікацыі (зрэдку праблемы пасродкам ілюстрацый акрэсліваюцца ў рубрыцы «Ёсць пытанне»). Аднак журналісты часта звяртаюцца да апытанняў («Электронная книга или бумажная? Вот в чем вопрос!»; «Ганцевчанки о своем понимании мужской красоты»).

Адметнасю методык узаемадзеяння супрацоўнікаў «Навін Камяначчыны» і «Савецкага Палесся» з падпісчыкамі з’яўляецца эфект прысутнасці журналіста на месцы падзей (матэрыялы «Библиобус. Вы еще не читали? Тогда мы едем к вам!» (12.09.2020) і «Ни минуты покоя: один день из жизни руководителя сельхозпредприятия» (29.09.2020), апелыванне да ўласнага аўтарскага вопыту («Глюкофил – это диагноз» (10.09.2020) і «Неужели вы будете жалеть денег для своего здоровья?! Как я сходила на презентацию дорогуших матрасов» (05.09.2020). Асіповіцкая і камянецкая раённыя газеты выкарыстоўваюць мясцовыя тапонімы з мэтай набліжэння да чытача («Чарняхоўка і яе наваколле», «в магазине “на треугольнике”», «БАМ» (мікрараён) – у «Асіповіцкім краі»; «Усход», «Белавежскі» (калгасы), «шанхай» (раён горада) – у «Навінах Камяначчыны»). Для апошняга выдання характэрны кідкія, але апраўдана экспрэсіўныя загаловкі («Яблочный взлёт» (пра павышэнне коштаў), «Калі ледзі на аўто, не хвалюецца ніхто», «Так конкретно любим гречку», «“Не надо стесняться!” Врач-дерматовенеролог о своей работе» і інш.).

Вопыт выкарыстання разнастайных методык камунікацыі з чытачом у «Навінах Камяначчыны», «Асіповіцкім краі» і «Савецкім Палессі» аспрэчвае меркаванне В. Васілеўскай пра адсутнасць зваротнай сувязі раённых газет і іх скіраванасці на абстрактную аўдыторыю [8, с. 370]. Акрамя таго, увага журналістаў да новых для выдання формаў, сродкаў, спосабаў і прыёмаў падштурхоўвае чытача быць не пасіўным спажыўцом інфармацыі, а раўнапраўным стваральнікам кантэнт, што сведчыць пра курс сучасных мясцовых газет на партыцыпаторнасць аўдыторыі.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Кислая Л. Н.* Редакционная политика районной газеты (на прим. газет Новосибирской области) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / УГУ им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2008. 23 с.
2. *Каленік А.* Трэба шукаць новыя формы ўзаемадзеяння з чытачамі // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: матэрыялы Рэсп. навуц.-практ. канф. Мінск : БДУ, 2020. С. 390–391.

3. *Посталовский А. В.* Показатели востребованности региональных газет среди аудитории (по материалам социологических исследований) // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф. Мінск : БДУ, 2020. С. 243–247.
4. *Иванова Е. О.* Особенности взаимодействия с читательской аудиторией в печатных русскоязычных СМИ Германии // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 2 (32). С. 193–202.
5. *Шалимова Е. В.* Автор – публицистический текст – читатель: специфика диалогового взаимодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 94–99.
6. *Лозовский Б. Н.* Аудитория и СМИ: взаимодействие и манипулирование // Известия УрГУ. 2008. № 56. С. 277–291.
7. *Карпова Э.* Интересный контент сохранит интерес читателей // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф. Мінск : БДУ, 2020. С. 395–396.
8. *Василевская В. Дешикович В.* От журналиста зависит качество информационного продукта // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф. Мінск : БДУ, 2020. С. 370–371.