**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ**

**ФАКУЛЬТЭТ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

**Кафедра перыядычнага друку і вэб-журналістыкі**

БАБКЕВІЧ

Лізавета Станіславаўна

**РАЁННАЯ ГАЗЕТА «ШЛЯХ ПЕРАМОГІ**»**: ЖАНРАВА-СТЫЛІСТЫЧНЫЯ І ПРАБЛЕМНА-ТЭМАТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ КАНТЭНТУ**

Дыпломная праца

Навуковы кіраўнік:

кандыдат філалагічных навук,

дацэнт П. Л. Дарашчонак

Дапушчана да абароны

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 г.

Заг. кафедры перыядычнага друку і

вэб-журналістыкі

кандыдат філалагічных навук,

дацэнт\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.В. Харытонава

Мінск, 2021

**ЗМЕСТ**

[РЭФЕРАТ 4](#_Toc73200033)

[РЕФЕРАТ 5](#_Toc73200034)

[ABSTRACT 6](#_Toc73200035)

[УВОДЗІНЫ 7](#_Toc73200036)

[ГЛАВА 1 9](#_Toc73200037)

[ГІСТОРЫЯ ВЫДАННЯ «ШЛЯХ ПЕРАМОГІ» 9](#_Toc73200038)

[**1.1** **Даваенны перыяд (1939**–**1940 гг)** 9](#_Toc73200039)

[**1.1.1** **Сялянская газета** 10](#_Toc73200040)

[**1.2. Ваенны перыяд (1941 – 1944 гг)** 11](#_Toc73200041)

[**1.2.1 Ваенны друк** 12](#_Toc73200042)

[**1.3** **Пасляваенны перыяд** 14](#_Toc73200043)

[Вывады па першай главе: 17](#_Toc73200044)

[ГЛАВА 2 18](#_Toc73200045)

[ТЭМАТЫЧНЫЯ І СТЫЛІСТЫЧНЫЯ ПРЫЯРЫТЭТЫ «ШЛЯХ ПЕРАМОГІ» 18](#_Toc73200046)

[2.1 Агульная характарыстыка раённых газет як асобнага тыпу выданняў 18](#_Toc73200047)

[**2.2 Тэматычныя асаблівасці** «**Шлях перамогі**» 18](#_Toc73200048)

[2.3 Кантэнт-аналіз «Шлях перамогі» 24](#_Toc73200049)

[**2.3.1 Кантэнт-аналіз за 2006 год** 24](#_Toc73200050)

[**2.3.2 Кантэнт-аналіз за 2011 год** 28](#_Toc73200051)

[**2.3.3 Кантэнт-аналіз за 2016 год** 29](#_Toc73200052)

[**2.3.4 Кантэнт-аналіз за 2021 год** 30](#_Toc73200053)

[**2.3.5 Вывады кантэнт-аналізу. Сістэматычная памылка** 31](#_Toc73200054)

[Вывады па другой главе: 32](#_Toc73200055)

[ГЛАВА 3 34](#_Toc73200056)

[ЖАНРАВА-СТЫЛІСТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ВЫДАННЯ 34](#_Toc73200057)

[**3.1 Асаблівасці жанраў газетнай публіцыстыкі** 34](#_Toc73200058)

[**3.1.1 Інфармацыйныя жанры** 35](#_Toc73200059)

[**3.1.2 Дыялагічныя жанры** 38](#_Toc73200060)

[**3.1.3 Аналітычныя жанры** 39](#_Toc73200061)

[**3.1.4 Мастацка-публіцыстычныя жанры** 40](#_Toc73200062)

[3.2 Стылістыка «малых жанраў» у сучасных рэгіянальных выданнях 42](#_Toc73200063)

[**3.2.1 Віншаваннi** 43](#_Toc73200064)

[**3.2.2 Спачуванні** 44](#_Toc73200066)

[**3.2.3 Падзякі** 44](#_Toc73200067)

[**3.3 Спецыфіка сайта peramoga.by** 45](#_Toc73200068)

[**3.4 Асаблівасці афармлення сацыяльных сетак выдання** 46](#_Toc73200075)

[**3.4.1 Одноклассники** 46](#_Toc73200076)

[**3.4.2 Вконтакте** 47](#_Toc73200077)

[**3.4.3 Facebook** 47](#_Toc73200078)

[**3.4.4 Twitter** 47](#_Toc73200079)

[**3.4.6 YouTube** 48](#_Toc73200080)

[**3.4.7 Telegram** 49](#_Toc73200081)

[**3.5 Стратыгічны план па працы ў сацыяльных сетках** 49](#_Toc73200082)

[**3.5.1 Шляхі развіцця сацыяльных сетак** 49](#_Toc73200083)

[Вывады па трэцяй главе: 51](#_Toc73200084)

[ЗАКЛЮЧЭННЕ 52](#_Toc73200085)

[СПІС ВЫКАРЫСТАНЫХ КРЫНІЦ 54](#_Toc73200086)

[ДАДАТКІ 57](#_Toc73200087)

# РЭФЕРАТ

Аб’ём дыпломнай працы – 111

Колькасць ілюстрацый – 60

Колькасць табліц – 17

Колькасць дадаткаў – 6

Колькасць выкарыстаных крыніц – 32

Ключавыя словы: ЖАНРЫ, КАНТЭНТ-АНАЛІЗ, РАЁННАЯ ГАЗЕТА, ТЭМАТЫЧНАЕ ДАСЛЕДАВАННЕ, ЖУРНАЛІСТЫ, БЕЛАРУСКАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА, ПУБЛІЦЫСТЫКА, СТЫЛІСТЫКА.

Аб’ект даследавання: грамадска-палітычная газета Вілейскага раёна «Шлях перамогі»

Прадмет даследавання: жанрава-стылістычныя і праблемна-тэматычныя асаблівасці кантэнту кантэнта раённага выдання.

Мэта даследавання: разгледзіць жанрава-тэматычны аспект рэгіянальнага друку на прыкладзе канкрэтнага выдання.

Метады даследавання: кантэнт-аналіз, выпадковая выбарка, супастаўляльна-стылістычны аналіз, метад параўнання і абагульнення.

Атрыманыя вынікі і іх навізна заключаюцца ў вызначэнні ролі раённай газеты ў сістэме сродкаў масавай інфармацыі, у тлумачэнні асноўных жанраў выдання, у спецыфіцы выкарыстання сродкаў стылістычнага афармлення газеты, у фармулёўцы асноўных тэм мясцовай прэсы.

Атрыманыя вынікі могуць быць выкарыстаны пры карэктаванні рэдакцыйнай палітыкі газеты, таксама з дыпломнай працы можна атрымаць рэкамендацыі для стварэння больш якасных матэрыялаў у розных жанрах, а таксама парады для працы ў сацыяльных сетках. У дадатак, можна ўжываць для наступнага даследавання гэтай тэмы.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

# РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 111

Количество иллюстраций – 60

Количество таблиц – 17

Количество приложений – 6

Количество использованных источников – 32

Ключевые слова: ЖАНРЫ, КОНТЕНТ-АНАЛИЗ, РАЙОННАЯ ГАЗЕТА, ТЕМАТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, ЖУРНАЛИСТЫ, БЕЛОРУССКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, ПУБЛИЦИСТИКА, СТИЛИСТИКА.

Объект исследования: общественно-политическая газета Вилейского района «Шлях перамогі».

Предмет исследования: жанрово-стилистические и проблемно-тематические особенности контента районного издания.

Цель исследования: рассмотреть жанрово-тематический аспект региональной печати на примере конкретного издания.

Методы исследования: контент-анализ, случайная выборка, сопоставительно-стилистический анализ, метод сравнения и обобщения.

Полученные результаты и их новизна заключаются в определении роли районной газеты в системе средств массовой информации, в объяснении основных жанров издания, в специфике использования средств стилистического оформления газеты, в формулировке основных тем местной прессы.

Полученные результаты могут быть использованы при корректировании редакционной политики газеты, также из дипломной работы можно извлечь рекомендации для создания более качественных материалов в различных жанрах, а также советы для работы в социальных сетях. В дополнение, можно применять для дальнейшего исследования этой темы.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

# ABSTRACT

Graduate work volume – 111

Number of illustrations – 60

Number of tables – 17

Number of annexes – 6

Number of sources used – 32

Keywords: GENRE, CONTENT ANALYSIS, DISTRICT NEWSPAPER, CASE STUDY, JOURNALISTS, BELARUSIAN JOURNALISM, PUBLICISM, STYLISM.

Object of research: the social and political newspaper of the Vileika region «Shlyakh peramogi».

Subject of research: genre-stylistic and problem-thematic features of the content of the district edition.

Purpose of the research: to consider the genre and thematic aspect of the regional press on the example of a specific edition.

Research methods: content analysis, random sampling, comparative stylistic analysis, comparison and generalization method.

The results achieved and their novelty lie in determining the role of the district newspaper in the mass media system, in explaining the main genres of the edition, in the specifics of using the stylistic means of the newspaper, in the formulation of the main topics of the local press.

The results achievedcan be used to adjust the editorial policy of the newspaper, and recommendations for creating better materials in various genres, tips for working on social networks can be also extracted from the graduate work. In addition, it can be used to further explore this topic.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the graduate work, as well as the independence of its implementation.

# УВОДЗІНЫ

Мясцовыя друкаваныя сродкі масавай інфармацыі – гэта выданні, якія выходзяць на тэрыторыі канкрэтнага раёна Рэспублікі Беларусь. Айчынныя раённыя выданні на працягу многіх гадоў захоўваюць сваю значнасць і вядучую ролю ў вырашэнні актуальных штодзённых праблем: сацыяльных, эканамічных, палітычных, культурных. Мясцовыя сродкі масавай інфармацыі з’яўляюцца адлюстраваннем жыцця рэгіёна. Раённыя выданні на працягу многіх дзесяцігоддзяў застаюцца асноўнымі крыніцамі інфармацыі ў вёсках і райцэнтрах. Рэгіянальная прэса з’яўляецца аб’ектам пільнай увагі з боку ўласнікаў інфармацыйнай індустрыі. Газеты і журналы, якія выходзяць у невялікіх гарадах, на сённяшні дзень уяўляюць сабой эфектыўны сродак фарміравання рэгіянальнай грамадскай думкі. Дзякуючы цеснаму ўзаемадзеянню журналістаў з аўдыторыяй раённых газет, схема «чытач-газета» ў мясцовых выданнях захоўвае свае інфармацыйныя і камунікатыўныя функцыі. У адрозненне ад рэспубліканскай прэсы, рэгіянальная задавальняе інфармацыйныя патрабаванні жыхароў, якія пражываюць у дадзенай вобласці, горадзе, раёне, а не ва ўсёй краіне.

Большасць сучасных выданняў ўсталёўваюць нормы мовы і камунікацыі. Мова СМІ з’яўляецца найважнейшым фактарам фарміравання культуры маўлення. Журналісцкае маўленне – гэта эталон, на які арыентуецца ў сваёй маўленчай дзейнасці чытач. Тэматычныя прыярытэты рэгіянальнай прэсы павінны адпавядаць патрабаванням аўдыторыі.

Раённая газета не абмежаваная рамкамі толькі адной сацыяльнай, узроставай або прафесійнай групы чытачоў. Яна выконвае ў маштабах раёна функцыі ўсіх цэнтральных, абласных і спецыяльных выданняў адначасова. Гэта шмат у чым вызначае суадносіны цэнтральных, рэгіянальных і мясцовых навін. Безумоўна, галоўнае месца займаюць мясцовыя навіны, затым ідзе рэгіянальная інфармацыя і ў мінімальнай ступені падаецца інфармацыя рэспубліканская і ў яшчэ меньшай колькасці, або зусім не падаецца, знешнепалітычная.

**Актуальнасць даследвання** абумоўлена развіццём рэгіянальнай прэсы, удасканальваннем сучаснай мовы, а таксама тым, якія жанравыя і стылістычныя асаблівасці журналісцкіх тэкстаў уласцівы газеце «Шлях перамогі». З кожным годам роля раённай газеты значна ўзрастае. Журналісты заўсёды імкнуцца прынесці нешта новае ў выданне, праявіць сябе ў розных жанрах, дзякуючы гэтаму газета набірае папулярнасць сярод чытачоў і ўплывае на іх светапогляд, таму неабходна ведаць, якія сродкі гэтаму дапамагаюць. Аднак, трэба падкрэсліць, што большая частка мясцовых выданняў мае сваю асаблівую, канкрэтную структуру будавання матэрыялаў. Жанрава-стылістычны аспект раённага выдання не толькі паказвае журналісцкую мову з розных ракурсаў, але і ўплывае на ўспрыманне чытачоў.

**Аб’ект даследавання –** грамадска-палітычная газета Вілейскага раёна«Шлях перамогі».

**Прадмет даследавання** – жанрава-стылістычныя і праблемна-тэматычныя асаблівасці кантэнту раённага выдання.

**Мэта даследавання –** разгледзіць жанрава-тэматычны аспект рэгіянальнага друку на прыкладзе канкрэтнага выдання.

У адпаведнасці з вызначанай мэтай у працы пастаўлены наступныя **задачы:**

1. вызначыць ролю раённай газеты ў сістэме сродкаў масавай інфармацыі;

2. прааналізаваць выкарыстанне жанраў у газеце «Шлях перамогі»;

3. разгледзіць стылістычныя асаблівасці выдання;

4. выявіць спецыфіку выкарыстання сродкаў стылістычнай афарбоўкі тэкстаў газеты «Шлях перамогі»;

5. правесці семантыка-стылістычны аналіз матэрыялаў газеты «Шлях перамогі».

6. даць характарыстыку асноўным тэмам мясцовага выдання.

У дыпломнай працы выкарыстаны наступныя **метады даследавання**: семантыка-стылістычны, супастаўляльна-стылістычны, апісальны, метад аналізу, абагульнення, параўнання.

**Тэарэтычную базу** даследавання склалі працы А.Г. Слукі «Беларуская журналістыка», Б.В. Стральцова «Публіцыстычнасць інфармацыйных жанраў», Н.В. Саянавай «Основы творческого мастерства», В.У. Коршук «Информационная составляющая политики регионального развития Республики Беларусь», В.Н. Вакурава «Стилистика газетных жанров», Р.В. Булацкага «Гісторыя беларускай журналістыкі», М.Я. Цікоцкага «Стылістыка газетных жанраў».

**Структура:** дыпломная праца складаецца са зместу, уводзін, трох глаў, заключэння, шасці дадаткаў. Агульны аб’ём працы 111 старонак.

# ГЛАВА 1

# ГІСТОРЫЯ ВЫДАННЯ «ШЛЯХ ПЕРАМОГІ»

* 1. **Даваенны перыяд (1939**–**1940 гг)**

17 верасня 1939 г. у выніку вызваленчага паходу Чырвонай арміі Вілейшчына, якая ўваходзіла ў склад Заходняй Беларусі, атрымала доўгачаканую свабоду ад буржуазна-панскага рэжыму Польшчы. Пасля гэтага паўсюдна арганізоўваліся часовыя гарадскія ўпраўленні і сельскія камітэты, стваралася рабочая гвардыя, якая брала пад ахову важнейшыя аб’екты.

Згодна з Указам Прэзідыума Вярхоўнага Савета БССР ад 4 снежня 1939 г. на тэрыторыі былога Віленскага ваяводства Польшчы была ўтворана Вілейская вобласць. Цэнтр вобласці размясціўся ў горадзе Вілейка. 15 студзеня 1940 г. Вілейская вобласць была падзелена на 22 раёны. На тэрыторыі сучаснага Вілейскага раёна знаходзіліся Ільянскі, Куранецкі і частка Крывіцкага раёнаў [15, c. 199].

На развіццё вобласці ўлады мелі вялікія планы: арганізаваць транспартную, хімічную, лясную і мэблевую вытворчасць, завяршыць будаўніцтва бальніцы, электрастанцыі, будынкаў абкама КП (б) Б і аблвыканкама, гасцініцы, ясляў, Дома піянераў і лазні. Але іх разбурыла вайна. Пасля вызвалення горад ператварыўся ў папялішча.

У той перыяд у Вілейскай вобласці хутка пачалі развівацца прамысловасць, культура, народная адукацыя. Да чэрвеня 1941 г. было створана 260 калгасаў. На тэрыторыі горада Вілейкі ў 1940 годзе працавалі два лесапільныя заводы: «Беларусь» і «Перамога». Таксама у тыя часы арганізаваліся шматлікія гурткі: харавыя, музычныя, драматычныя. Функцыянавала гарадская бібліятэка.

У газеце «Правда» 27 верасня 1939 года з’явілася інтэрв’ю са старшынёй Часовага ўпраўлення Вілейкі Сянкевічам, які паведаміў, што ў горадзе і павеце працуюць чатыры лесапільныя заводы, кардонная фабрыка, вінакурны завод. На ўсіх прадпрыемствах створаны фабрычна-заводскія камітэты.

З 22 верасня 1939 года пачала выдавацца газета «Віленская праўда», спачатку яна была органам Часовага ўпраўлення Віленскай акругі, а з 19-га нумара – Віленскай вобласці і Вільні. Апошні, 27-ы нумар газеты выйшаў 25 кастрычніка. Пасля таго, як абласны цэнтр быў перанесены з Вільні ў Вілейку, у лістападзе пачала выходзіць і «Вілейская праўда». Яна мела двайную нумарацыю як працяг сваёй папярэдніцы.

«Вілейская праўда» вяла палітычную і агітацыйную работу сярод насельніцтва, растлумачвала асновы савецкай улады і перавагі сацыялізму. На яе старонках выступалі дэпутаты Народнага сходу Заходняй Беларусі, які адбыўся 28**–**30 кастрычніка ў Беластоку.

Асабліва ўрачыстым выйшаў нумар газеты, які быў прысвечаны рашэнню Народнага сходу і нечарговай 5-1 сесіі Вярхоўнага Савета СССР аб уключэнні Заходняй Беларусі ў склад СССР і ўз’яднанні яе з БССР, аб устанаўленні савецкай улады.

«Сялянскіх спін больш не паласуе панскі бізун. Над селянінам не стаіць польскі жандар. Працоўны сам распараджаецца сваім лёсам. Ён жыве свабодна і шчасліва ў сузор’і народаў вялікага Савецкага Саюза» – пісала ў той час «Вілейская праўда». Цэлая старонка газеты была прысвечана апісанню ранейшага гаротнага і бязрадаснага жыцця в. Халопы, якая і назву мела ад слова «халоп», што азначала «паднявольная асоба, прыгонны». Перад жыхарамі вёскі адкрываліся радужныя перспектывы ў сувязі з далучэннем да СССР.

Газета змяшчала матэрыялы пра грамадскае і культурнае жыццё ў горадзе і павеце. Так, 2 снежня было надрукавана рашэнне Часовага ўпраўлення павета аб перайменаванні вуліц у Вілейцы [15, c. 202].

4 снежня 1939 г. у газеце з’явіўся ўказ аб утварэнні Вілейскай вобласці з 7 паветаў (Ашмянскага, Браслаўскага, Вілейскага, Дзісенскага, Маладзечанскага, Паўстаўскага і Свянцянскага). У скорым часе, Указам Прэзідыума Вярхоўнага Савета БССР ад 15 студзеня 1940 г. паветы былі скасаваны і вобласць была падзелена на 22 раёны.

Апошні нумар «Вілейскай праўды» выйшаў у лютым 1940 г., а з 17 лютага таго ж года яе змяніла «Сялянская газета» з новай нумарацыяй.

* + 1. **Сялянская газета**

Тыраж «Сялянскай газеты» дасягаў 20 тыс. экзэмпляраў. Выходзіла яна толькі на беларускай мове. Рэдактарам газеты быў І. А. Афенгейм. Вялікая ўвага сканцэнтроўвалася на народнай будоўлі – дарозе Вілейка – Маладзечна – Мінск. Адтуль вяліся рэгулярна спецыяльныя паведамленні, рэпартажы. Так, у газеце ад 2 чэрвеня 1940 г. гаварылася, што ў гонар XVIII з’езда КП(б)Б быў арганізаваны масавы ўдзел сялян па вывазцы камення для гэтай дарогі. Усяго на будоўлі сабралася 5 тыс. падвод. Лепш за ўсіх працавалі прадстаўнікі з Рабунскага і Рускасельскага сельсаветаў. На трасу толькі з Куранецкага раёна кожны дзень выходзіла на свой участак каля тысячы пешых працаўнікоў і да 4 тыс. падвод. Узорная дарога была здадзена ў эксплуатацыю да гадавіны ўз’яднання Заходняй Беларусі з БССР.

У новым годзе сяляне вёскі Крывое Сяло выступілі з ініцыятывай новай народнай будоўлі – дарогі Вілейка – Глыбокае. Гэтую ідэю падтрымалі жыхары іншых вёсак. Селянін з в. Бубны Крывіцкага раёна Восіп Паўлоўскі заявіў на газетнай старонцы: «Мы будуем дарогу для саміх сябе, для народа. усе як адзін будзем удзельнічаць у будаўніцтве новай дарогі Вілейка – Глыбокае» [15, c. 208].

У штаце рэдакцыі склаўся даволі творчы і прафесійны калектыў. Сярод яго супрацоўнікаў вылучаўся ўжо вядомы паэт і грамадскі дзеяч заходнебеларускага нацыянальна-вызваленчага руху, ураджэнец Мядзельшчыны Максім Танк. Ён часта змяшчаў у газеце новыя вершы, актуальныя артыкулы. Нават у сваім дзённіку «Лісткі календара» паэт ацаніў бурнае развіццё горада: «Як хутка адбудоўваецца Вілейка. Быццам нехта разбудзіў гэты горад і ён ажыў, пачаў раптам будавацца, як не будаваўся за ўсю сваю гісторыю…» [15, c. 208]. Жонка паэта працавала машыністкай, а сам М. Танк – у аддзеле культуры. Па ўспамінах Танка, рэдакцыю абласной газеты наведваў і вядомы мастак Язэп Драздовіч і, нібыта, некаторы час працаваў у штаце рэдакцыі.

З 1940 г. працаваў у газеце яшчэ адзін паэт, удзельнік вызваленчага руху ў Заходняй Беларусі Алесь Дубровіч (А.Р. Рэдзька). Пасля падчас вайны ён вёў падпольную работу, восенню 1942 г. быў расстраляны фашыстамі.

З дня заснавання аддзела асветы ў Шаркаўшчынскім раёне яго кіраўніком быў назначаны актыўны дзеяч нацыянальна-вызваленчага руху ў Заходняй Беларусі паэт Міхась Машара. Ён спраўна дасылаў у абласную газету свае карэспандэнцыі, патрыятычныя вершы.

Дасылала сюды свае першыя вершы і пачынаючая мясцовая паэтэса Ганна Новік. Па накіраванні прыехаў на працу загадчыкам сельгасаддзела рэдакцыі Міхаіл Аляксандравіч Вішнеўскі. Выступаў з нарысамі ў «Вілейскай праўдзе» і «Сялянскай газеце».

У пачатку 1940 г. апынулася ў Вілейцы беларуская паэтэса Наталля Арсеннева. З дапамогай Максіма Танка яна ўладкавалася ў рэдакцыю «Сялянская газеты» стылістам, займалася карэспандэнцкай працай, выступала з артыкуламі. Аднак яе праца ў газеце не была працяглай. У сакавіку таго ж года яе разам з сынам арыштавалі органы НКУС па справе мужа, польскага афіцэра Францішка Кушаля, і саслалі ў Казахстан.

Літработнікамі абласной газеты таксама працавалі літоўскі паэт Ёзас Кекштас, перакладчык Мікола Шыла, а таксама зусім юны паэт Авяр’ян Дзеружынскі, які ў 1941 годзе перад самай вайной у майскіх і чэрвеньскіх нумарах газеты выступаў з фельетонамі і нарысамі.

**1.2 Ваенны перыяд (1941 – 1944 гг)**

Як і частка тэрыторыі Беларусі, Вілейшчына была ўключана ў склад райхскамісарыята «Остланд». З першых дзён у горадзе ўсталявалася мясцовая ваенна-палявая камендатура, на чале з генерал-маёрам Тарбуком.Следам у Вілейку прыбылі спецыяльныя штабы СС і СД. Пад маркай стварэння бяспекі ў тыле нямецкай арміі без суда і следства нацысты знішчалі камуністаў, савецкіх актывістаў, цыган і яўрэяў, забівалі зняволеных у мясцовай турме.

Аб жорсткасці немцаў кажуць і лічбы: пасля іх прыходу ў Вілейку цэлымі засталіся 324 хаты з былых 1100. Вёскі Боркі і Любча, Клюеў, Рабцаво і Янава былі знішчаны цалкам разам з мірнымі жыхарамі. Гэта адзіныя вёскі ў раёне, якія пасля вайны не аднавілі [15, c.210].

У верасні 1942 года немцы пачалі адкрываць беларускія школы. У Вілейцы з’явілася беларуская настаўніцкая семінарыя. Яна размяшчалася на тэрыторыі цяперашняй СШ № 3. Прымалі туды дзяўчат і юнакоў, якія мелі за плячыма «сямігодку» ці не скончылі польскую гімназію. У выніку семінарыстамі сталі 165 чалавек. Настаўнікі атрымлівалі мізэрную зарплату, на якую трэба было пракарміць сям’ю. Вучоба была не бясплатная: паўгода навучання абыходзіліся ў пуд збожжа і кілаграм сала. У 1943 году адведзены для заняткаў будынак немцы занялі пад шпіталь. Хутка пры семінарыі была створана падпольная арганізацыя, якая мела сувязь з партызанскімі атрадамі.

Ноччу 20 чэрвеня 1944 года на Вілейшчыне адбыўся наймацнейшы рэйкавы ўдар партызан. Толькі на ўчастку Полацк – Маладзечна было адначасова падарвана 1300 рэяк. Да вечара 30 чэрвеня перадавыя атрады 35-й гвардзейскай танкавай брыгады і 334-га мінамётнага дывізіёна рэактыўнай артылерыі ўжо былі пад Вілейкай. Агульнае камандаванне гэтым зводным атрадам і кіраўніцтва усёй аперацыяй было даручана Герою СССР Азі Асланаву. Ён і лічыцца вызваленцам горада Вілейкі.

3 ліпеня 1944 года першы сакратар Вілейскага падпольнага абкама камсамола, камісар партызанскай брыгады імя. Ракасоўскага Пётр Міронавіч Машэраў напісаў сакратару Вілейскага падпольнага абкама КПБ Манахаву пра татальныя разбурэнні горада, і даў распараджэнне падабраць месца для часовага размяшчэння абкама, друкарні і радыстаў за горадам. Месцам іх дыслакацыі стала найбліжэйшая вёска Порса.

**1.2.1 Ваенны друк**

Падпольны друк у гады Вялікай Айчыннай вайны з’явіўся моцным ідэалагічным фактарам работы сярод партызан і насельніцтва. Людзі як хлеба чакалі вестак з фронту, радыя былі пачуць ці прачытаць словы праўды пра становішча на фронце, аб мужнасці і стойкасці савецкага народа. Дзеля таго, каб яшчэ больш умацаваць веру людзей у перамогу, Вілейскі абкам КП(б)Б вырашыў аднавіць выпуск газеты з даваеннай назвай.

Ужо ў ліпені 1942 г. у в. Бор Віцебскай вобласці, у Суражскай партызанскай зоне, дзе тады размяшчалася і прыфрантавая група Вілейскага абкома КП(б)Б, невялікім тыражом выйшаў бюлетэнь «Сялянскай газеты». Пазней на Вілейшчыну была дастаўлена падпольная друкарня для выдання газеты. Яе рэдактарам быў назначаны А.Т. Васілеўскі, які да вайны працаваў рэдактарам браслаўскай раённай газеты. Першы нумар абласной газеты выйшаў у снежні 1942 г. тыражом у 500 экзэмпляраў. Друкарня размяшчалася на тэрыторыі былога Пліскага раёна.

Восенню 1943 г. друкарня і рэдакцыя «Сялянскай газеты» перабазіраваліся ў раён возера Нарач. Тады ж А.Т. Васілеўскага, які выбыў у савецкі тыл, на пасту рэдактара замяніў Міхаіл Прохаравіч Петухоў, які яшчэ ў даваенны перыяд быў загадчыкам аддзела вілейскай абласной газеты. Такі ж пост у ёй займаў і А.К. Бураў, які ў гады вайны быў загадчыкам аддзела прапаганды і агітацыі Вілейскага падпольнага абкома КП(б)Б. Зыходзячы з вышэй сказанага, «Сялянскую газету» ўзначальвалі і курыравалі вопытныя кадры.

У тым жа годзе ў многія раёны вобласці былі адпраўлены партатыўныя друкарні, і там пачалося выданне газет. Газета Куранецкага падпольнага РК КП(б)Б «Народный мститель» пачала выходзіць у маі. Яе рэдактарам быў П.Н. Бронкін. Праз 2 месяцы свет убачыла і газета «Партизанская правда» – орган Ільянскага падпольнага райкома партыі.

Са студзеня 1944 г. на базе абласной друкарні пачаўся выпуск органа падпольнага абкома камсамола газеты «Молодежная правда».

Як правіла, тыраж раённых газет складаў 200–300 экзэмпляраў, выходзілі 2-3 разы ў тыдзень.

Тыраж абласной вілейскай газеты дасягаў 1000–1200 экзэмпляраў. У друкарні на Нарачы выйшла 46 нумароў «Сялянскай газеты».

Для выпуску падпольных газет катастрафічна не хапала паперы, друкарскай фарбы і іншых неабходных матэрыялаў. Партызаны за павелічэнне колькасці адпушчаных ім газет усяляк дапамагалі друкарні. Вялікі клопат тут праяўляў камандзір атрада, а затым і брыгады «За Савецкую Беларусь» А.І. Валынец.

Падпольны друк адыграў велізарную ролю ў актывізацыі ўсенароднай партызанскай барацьбы і ўнёс значны ўклад у перамогу над ворагамі.

Газета «Шлях перамогі» фармату 1945 года нагадвала лістоўку – друкавалася на палове цяперашняй газетнай старонкі раёнкі. Ілюстрацый не змяшчалася, за выключэннем двух фотаздымкаў І.В.Сталіна. Асноўнымі тэмамі з’яўлялася афіцыйная партыйная інфармацыя, але зрэдку бывалі тэксты пра жыццё раёна.

5 ліпеня 1946 года цэнтр Куранецкага раёна з Куранца быў перанесены ў Вілейку, а раён перайменаваны ў Вілейскі. А для выдання значных змен не адбылося, хіба што па аб’ёме стала трохі большай. Змест газеты заставаўся афіцыйным і не разбаўленым ілюстрацыямі. Аднак, у адпаведнасці з парой года мяняліся на фотаздымках і мундзіры правадыра. Пачалі з’яўляцца партрэты і іншых дзяржаўных дзеячаў, у прыватнасці, М.В.Зімяніна. У той час яго вылучылі кандыдатам у дэпутаты Савета Саюза Вярхоўнага Савета СССР. З адметных публікацый таго года можна адзначыць паведамленне аб ініцыятыве навучэнцаў Куранецкай НСШ і Багданаўскага дзіцячага дома разгарнуць пасадку хвойнага лесу на высечанай плошчы і каля чыгункі.

* 1. **Пасляваенны перыяд**

Пасля заканчэння Вялікай Айчыннай вайны, на Вілейшчыне выходзіла шмат газет. Органамі раённых камітэтаў КП(б)Б і раённых Саветаў дэпутатаў былі створаны свае газеты ў Ільі і Крывічах. У Ільі выдавалася газета «Сцяг перамогі» тыражом 1000 экзэмпляраў, адказнымі рэдактарамі былі Ф.Р.Матузаў, Н.В.Сільвестрава, У.П.Субач. Пачала яна выходзіць у 1944 г. апошні нумар выйшаў 31 ліпеня 1957 года, калі Ільянскі раён быў скасаваны. У Крывічах выходзіў «Ленінскі шлях» з 1944 года. Спыніўся яго выпуск, калі пачала выходзіць газета «Шлях перамогі». У Куранцы выдавалася газета «За сацыялістычнае жыццё». Адказным рэдактарам напачатку быў І.Т.Панцялееў, потым газету ўзначаліў У.П.Субач [15, c.528].

У 1947 годзе яшчэ больш павялічыўся фармат газеты, і, што трэба ўзгадаць, на старонках выдання пачалі з’яўляцца фотаздымкі з месцаў дзеяння, аднак пакуль што не з Вілейшчыны. У наступным годзе газета некалькі змяніла тэматыку асноўных публікацый. Цяпер галоўнымі падзеямі сталі сельскія праблемы. «Раёнку» сталі цікавіць засыпка насеннага фонду і стан пагалоўя коней у гаспадарках раёна. Таксама друкаваліся парады як баранаваць бульбу. Нярэдкасцю былі публікацыі аб нацыянальных героях Расіі: Данскім, Мініне, Кутузаве, Сувораве і іншых. Цікава, што публікацыя пра Суворава паўтарылася ў выданні праз два гады.

Пачынаючы з 1949 года на старонках вілейскай газеты пачалі з’яўляцца фотаздымкі У.І.Леніна. У тыя часы праходзілі выбары ў самыя розныя Саветы дэпутатаў – ад мясцовых да саюзнага. І тады ўпершыню на старонках выдання з’явіліся фотаздымкі вілейчанкі Паліны Вікенцьеўны Сняжко, якую выбралі дэпутатам Савета Саюза Вярхоўнага Савета СССР.

Яшчэ адным новаўвядзеннем на старонках выдання было выкарыстанне чырвонага колеру. Упершыню першамайскі заклік на свята меў не чорна-белы колер. Пазней стала традыцыяй падчас вялікіх свят друкаваць «шапкі» і загалоўкі каляровымі.

Таксама на тэрыторыі Вілейшчыны выдавалася некалькі газет, якія былі органамі палітаддзелаў машынна-трактарных станцый. Распаўсюджваліся яны па зонах дзеянняў МТС. Так, у Вілейскай зоне выдаваўся «Стаханавец палёў». Тыраж яго складаў 500 экзэмпляраў. Першы нумар быў падпісаны ў друк П.А.Траццяковым. Спачатку газета выдавалася ў самой Вілейцы, а затым у Шылавічах. У газеце змяшчалася дастаткова многа крытычных матэрыялаў, называліся прозвішчы парушальнікаў дысцыпліны – старшынь, брыгадзіраў, механізатараў і радавых калгаснікаў. Напрыклад, у адным з нумароў апісваўся выпадак, калі ў рабочы час калгаснікі ўбіралі бульбу на ўчастку брыгадзіра. Крытыкаваўся таксама выпадак, калі брыгадзір у час пасяўной кампаніі забраў каня з поля, з мэтай вывезці гной на свой прысядзібны ўчастак.

Рэдакцыі газет на МТС выпускаліся таксама ў Крывічах, Будславе, Ільі і Вязыні. Як паведамляе кніга «Памяць» [15, c. 536], то з вязынскай газетай звязана цікавая гісторыя. У верасні 1951 г. на тэрыторыю Ільянскага раёна з амерыканскага самалёта, які вылецеў з Германіі, быў закінуты Янка Філістовіч, яго тады называлі амерыканскім шпіёнам. Вясной 1952 года ён падпарадкаваў сабе банду з 6 былых паліцэйскіх для вядзення нацыяналістычнай агітацыі і падрыхтоўкі сялян да паўстання. Для таго, каб набыць шрыфт, ноччу члены банды праніклі ў друкарню МТС, скралі патрэбнае абсталяванне і інсцэніравалі пажар друкарні. Работа рэдакцыі Вязынскага МТС прыпынілася, а праз некаторы час група Філістовіча выпусціла сваю газету «Жыве Беларусь!» і лістоўку. Частка тыражу была распаўсюджана. У выніку, падчас правядзення спецыяльнай вайсковай аперацыі бандыты былі застрэлены, а сам Філістовіч судом прыгавораны да вышэйшай меры пакарання.

Палітаддзелы ў машынна-трактарных станцый дзейнічалі ў перыяд з 1950-1953 гг. Пасля іх ліквідацыі быў спынены і выпуск газет. Самі МТС былі рэарганізаваны ў рамонтна-тэхнічныя станцыі, а тэхніку пачалі перадаваць калгасам у 1958 годзе.

8 сакавіка 1945 года выйшаў першы нумар газеты «За Савецкую Радзіму», а з 1962 года газета атрымала новую назву – «Шлях перамогі». Першым рэдактарам быў былы партызан, камісар аднаго з атрадаў партызанскай брыгады імя Даватара Павел Якаўлевіч Мазуронак.

Газеты наступных гадоў поўніліся шматлікімі афіцыйнымі дакументамі – пастановамі, рашэннямі і ўказамі самых розных органаў улады па самых розных пытаннях, пачынаючы ад палітыкі і заканчваючы сельскай гаспадаркай; і таксама матэрыяламі выбарчай тэматыкі. Зрэдку знаходзілася месца для рашэнняў «зямных» праблем: аб ахове зялёных насаджэнняў, гандлі і г.д.

Газеты за 1953 год былі пазначаны штампам №14, дазволам «У свет» і размашыстым подпісам цэнзара, за гэты год ні аднаго выпуску газеты не сарвалася.

З 1955 года газета пачала выходзіць на чатырох старонках замест ранейшых дзвюх. З’яўляюцца фота перадавікоў, літаратурныя старонкі, матэрыялы аб фізічнай культуры і спорце. Па-ранейшаму вялікая ўвага ўдзялялася афіцыйным дакументам. Пачалася прапаганда перадавога вопыту: у Рускасельскім сельсавеце арганізавалі начную пасьбу жывёлы.

У 1957 годзе змянілася шрыфтавое афармленне выдання. У першы раз быў надрукаваны фотаздымак вядомай льнаводкі М.І.Касяк, якая праз тры гады стала дэпутатам Вярхоўнага Савета БССР. З’явіліся на старонках газеты Дошкі гонару, спісы перадавікоў па кожнай галіне гаспадаркі. Упершыню былі надрукаваны заклікі да 1 мая.

Знакавы дзень для газеты 1 мая 1962 года – змянілася назва газеты з «За савецкую Радзіму» на сучасную назву «Шлях перамогі». Выданне лічылася газетай Мінскага абкома КПБ і абласнога Савета дэпутатаў пры Вілейскім тэрытарыяльным калгасна-саўгасным упраўленні. Матэрыялы для газеты паступалі з Вілейскага, Мядзельскага і Крывіцкага раёнаў. У аб’яднаную газету сабраўся і няштатны калектыў. Так, напрыклад, сельскія карэспандэнты Я.Лобань і Я.Лапіцкі, пачыналі друкавацца ў «Ленінскім шляху» (Крывічы), а працягнулі сваю журналісцкую працу ў «Шлях перамогі». Тагачасны журналісты пазней успаміналі, што для іх дзейнасці тады наступіў самы спрыяльны час: падпарадкоўваліся абкому партыі, а не мясцовым чыноўнікам. Гэта пацвярджаюць публікацыі тых часоў: матэрыялы ад чыноўнікаў не залежылі. Часта сталі з’яўляцца тэксты на вытворчыя тэмы.

У сакавіку 1963 года газета становіцца органам парткама Вілейскага вытворчага калгасна-саўгаснага ўпраўлення і раённага Савета дэпутатаў. Па святах выпускі былі каляровымі (1-я і 4-я старонкі ў чырвоным колеры, унутраная – у сінім).

У 1973 годзе вілейскія журналісты былі сведкамі важнага этапу стварэння Вілейска-Мінскай воднай сістэмы – перакрыцця рэчышча Віліі. Гэта падзея, а таксама ўдзел ва ўрачыстасцях першага сакратара ЦК КПБ Пятра Міронавіча Машэрава было шырока адлюстравана на старонках раёнкі [15, c. 528].

У наступныя гады «Шлях перамогі» расшырала свае межы. У газеце друкаваліся пісьмы і рэагаванні чытачоў. Разам з газетай вырасла і набрала моцы цяперашняя плеяда журналістаў. Шматлікімі ўзнагародамі адзначаны творчы шлях выдання: ганаровыя граматы і дыпломы раённай і абласной улад, Саюза журналістаў БССР. «Шлях перамогі» адна з нямногіх газет у нашай краіне, што атрымала дыплом І ступені і першую грашовую прэмію імя М.І.Ульянавай – за актыўную пастаноўку масавай работы (1974 г.).

Вілейская газета была першай, хто расказаў пра подзвігі Герояў Савецкага Саюза К.М.Зубовіча, У.С.Лаўрыновіча, А.І.Валынца, А.С.Азончыка; вызваліцеляў Вілейкі М.Ф.Львіцына, А.А.Асланава, І.С.Паўлава, а таксама пра баявыя заслугі соцень франтавікоў, партызан і падпольшчыкаў.

З 1991 года «Шлях перамогі» стала грамадска-палітычнай газетай. У яе тры заснавальнікі: раённы выканаўчы камітэт, райсавет дэпутатаў і сам калектыў рэдакцыі. У кожнага свая ноша ў вырашэнні фінансавых, арганізацыйных і творчых пытанняў.

# Вывады па першай главе:

У выніку аналіза гісторыі вілейскіх друкаваных выданняў, можно зрабіць наступныя вывады:

1. У даваенны перыяд Вілейшчына была вобласцю, а не раёнам, як зараз, і ў яе існавала свая газета «Вілейская праўда».
2. Падчас Вялікай Айчыннай вайны на тэрыторыі раёна функцыянавала шмат партызанскіх атрадаў і падпольных груп, якія выдавалі свае газеты і лістоўкі, галоўнай мэтай была агітацыя людзей, барацьба з фашыстамі і інфарміраванне насельніцтва.
3. «Сялянская газета» выконвала ролю абласной газеты, якая распаўсюджвалася ў Вілейскім, Маладзечанскім, Лагойскім і Мядзельскім раёнах. У ёй працавалі Максім Танк, Міхась Машара, Мікола Шыла, Авяр’ян Дзеружынскі.
4. 8 сакавіка 1945 года пачала выходзіць газета «Шлях перамогі», якая да 1962 года называлася «За Савецкую Радзіму».
5. У пасляваенны перыяд газету ўзначальвалі былыя партызаны. Галоўнымі тэмамі былі аднаўленне прадпрыемстваў і сельскай гаспадаркі.

**ГЛАВА 2**

**ТЭМАТЫЧНЫЯ І СТЫЛІСТЫЧНЫЯ ПРЫЯРЫТЭТЫ «ШЛЯХ ПЕРАМОГІ**»

## 2.1 Агульная характарыстыка раённых газет як асобнага тыпу выданняў

Вялікая патрэба ў інфармацыі існуе не толькі ў буйных гарадах. Правінцыйныя друкаваныя выданні маюць сваю спецыфіку, абгрунтаваную перавагамі і ладам жыцця насельніцтва. У залежнасці ад тэрытарыяльнага размяшчэння таго ці іншага СМІ мяняюцца жанрава-стылістычныя асаблівасці, тэматычнае напаўненне і дызайн. Паняцце тыпалагічнай мадэлі выдання аб’ядноўвае не толькі гэтыя параметры, але і статус выдання, яго эканамічную аснову.

Асноўнымі крытэрыямі, якія вызначаюць рэгіянальныя сродкі масавай інфармацыі, з’яўляюцца арэал распаўсюджвання выдання, інфармацыйныя запатрабаванні аўдыторыі, духоўныя каштоўнасці жыхароў пэўнага рэгіёна.

Крытэрыем, які ляжыць у аснове вылучэння рэгіянальнай прэсы, з’яўляюцца інфармацыйныя патрэбы аўдыторыі. Такі падыход адлюстроўвае асаблівасці замежнай медыяпрактыкі, калі рэгіён распаўсюджвання таго ці іншага друкаванага выдання вызначаецца самім выданнем у залежнасці ад інфармацыйных запатрабаванняў і фінансавых магчымасцяў аўдыторыі. У прыватнасці, менавіта гэтым можна растлумачыць той факт, што еўрапейскія рэгіянальныя газеты распаўсюджваюцца на розных па плошчы тэрыторыях.

Разгледзім пытанне аб функцыях сучаснай раённай газеты. У якасці інтэграцыйнай функцыі выяўляецца непасрэдна арганізатарская дзейнасць рэдакцыі, якая спрыяе актыўным кантактам з аўдыторыяй.

Так, напрыклад, у перыяд станаўлення беларускай дзяржаўнасці на тэрыторыі Беларусі было выдадзена каля 20 рэгіянальных друкаваных выданняў краязнаўчага характару. Іх з’яўленне было абумоўлена патрэбай у асэнсаванні такіх каштоўнасцей, як самастойнасць і незалежнасць беларускай дзяржавы, месца і роля канкрэтнага рэгіёну ў гісторыі краіны. Пра тое, што ў грамадстве сфарміравалася патрэба ў выданнях дадзенага тыпу, сведчыў той факт, што яны ствараліся па ініцыятыве розных грамадскіх арганізацый, а таксама краязнаўчых і гістарычных аб’яднанняў.

**2.2 Тэматычныя асаблівасці** «**Шлях перамогі**»

Спачатку разгледзім, якія рубрыкі існуюць у газеце. З нумара ў нумар на старонках газеты «Шлях Перамогі» друкуюцца рубрыкі: «Грамадства», «Мы і грамадства», «Асяроддзе жыцця», «У кантэксце падзей», «Пазітыў», «Рэклама» і «Усё аб усім». Радзей сустракаюцца «Рэдакцыйны партфель», «З нагоды», «Свет вакол нас», «Жывая тэма», «Аркушы гісторыі».

Цэнтральнай тэмай на першай паласе з’яўляецца – «Тэма тыдня», дзе падаецца інфармацыя дзяржаўнага маштабу, узятая з БелТА. Так як «Шлях перамогі» не публікуе свае асабістыя матэрыялы на тэмы, звязаныя з палітыкай і Прэзідэнтам, то гэтая інфармацыя ўсяго на адну калонку прадстаўлена чытачам з Беларускага тэлеграфнага агенства - *«Беларускія аграрыі намалацілі больш за 2 млн. т збожжа»* («Шлях перамогі», 2018, №56), *«Лукашенко: проблемы в отношениях есть, но они не накапливаются»*(«Шлях перамогі», 2018, №63), *«Новае кіраўніцтва ўрада»* («Шлях перамогі», 2018, №62).

«Аркушы гісторыі» - рубрыка, якую не так даўно ў газету прынёс былы галоўны рэдактар Сяргей Ганчар, з вялікай хуткасцю набірае папулярнасць сярод чытачоў. Трэба адзначыць, што хоць газета выдаецца на дзвюх мовах – беларускай і рускай, «Аркушы гісторыі» заўсёды напісаны па-беларуску. Гэта гістарычныя замалеўкі, якія найчасцей займаюць цэлы разварот, радзей – усю паласу. Аўтар падае шмат гістарычнай інфармацыі - *«Сядзіба Ганута вядомая з 1501 года, калі належала князям Альшанскім. Гаспадары маёнтка змяняліся даволі часта, мяркуючы толькі па дакументах, з 1501 па 1599 год правы на Гануту пераходзілі і да Пацаў, Осцікаў, Садоўскіх, Сангушак, Славенскіх, Зяновічаў і іншых шляхецкіх радоў. З 1723 года ўладальнікам Гануты стаў Казімір Коцел, староста маркаўскі.»* («Шлях перамогі», 2018, №24).

Матэрыялы насычаны фотаздымкамі мінулых гадоў і нават стагоддзяў.

Для напісання такога матэрыялу галоўнаму рэдактару Вілейскай газеты прыходзілася затрачваць вялікую колькасць часу ў музеях і архівах. Зразумела, што адзін чалавек не можна справіцца з такой вялікай колькасцю працы, і аўтар дае магчымасць чытачам дапамагчы:

*«Цікавыя звесткі пра Гануту знайшоў наш вілейскі краязнаўца Анатоль Рогач, які пісаў, што ў «Археалагічнай карце Віленскай губерніі», выдадзенай Ф. Пакроўскім у 1893 годзе ў Вільні, ёсць запіс: «Тут быў замак, пад якім захавалася сем скляпоў. Адсюль быў, як гаварылі, падземны ход у палац. У двары замка – двухпавярховы будынак з падзямеллем, які завецца «Лятусь-турма». Відаць, не ўсе ранейшыя ўладальнікі Гануты былі аматарамі музыкі, мастацтва і ўсяго прыгожага»* («Шлях Перамогі»,2018, №24).

*«Цікавы артыкул захаваўся ў польскай перыёдыцы – у газеце «Slowo» у нумары 201 за 1938 год, дзе якраз распавядаецца пра ферму лісаў у Людвінова. Вось што пісала газета: «Уладальнік фермы срэбных ліс Вінцэнт Козел-Паклеўскі, закладваючы зверагадоўлю, марыў, каб кожная кабета ў свеце мела ў сваім гардэробе футру з яго фермы. Сама ферма ў Людвінова паўстала амаль з нічаго – ва ўсякім разе з невялікага капіталу, але на 1930-я гады з’яўлялася адной з найбуйнейшых ферм такога кшталту. Футра з людвіноўскага маёнтка складала 50% усяго рынку футраў тагачаснай Польшчы. Толькі адна з нямецкіх звераферм перавышала па колькасці гадаваных ліс ферму ў Людвінова, але наша (беларуская – заўв. аўт.) перавышала якасцю вырабленага футра»* ([http://www.peramoga.by](http://www.peramoga.by/) ад 2 лістапада 2018).

Звычайна, каментарый кагосьці з чытачоў падаецца пасярод паласы ў блакітным квадраце, дзеля таго, каб яшчэ больш прыцягнуць ўвагу чытача да дадзенай інфармацыі. Акрамя дадатковых звестак у блакітны квадрат можа трапіць цікавы гістарычны факт:

*«Залатым часам гандлю па Віліі быў пачатак 15 стагоддзя, калі Вітаўт у 1415 годзе наладзіў добрыя суседскія адносіны з Нямецкім Ордэнам і стругі даходзілі да Гданьска, куды сплаўляліся хлеб, футра розных дзікіх і свойскіх жывёл, лён, пянька, медзь, рыба і дрэва»* («Шлях перамогі», 2018, №56).

На думку чытачоў, адметнай рысай такіх матэрыялаў выступаюць факты, пра якія да гэтага ведаў мала які вілейчанін. Напрыклад, у матэрыяле «Даўгінаўскі тракт» («Шлях перамогі», 2018, №68), аўтар паказвае сувязь Вілейшчыны і знакамітага беларускага пісьменніка Янкі Купалы:

*«Не абышоў увагай знакаміты шлях і беларускі пясняр Янка Купала, што, дарэчы, у гады Першай сусветнай вайны меў дачыненне і да дарог Вілейшчыны, бо служыў у дарожна-будаўнічым атрадзе Варшаўскай ваеннай акругі шляхоў зносін. У музеі класіка ў Мінску захаваўся альбом ваеннага інжынера Вікенція Станкевіча, роднага брата жонкі Купалы. У гэтым альбоме шмат цікавых фотаздымкаў дарог і мастоў Вілейскага павету перыяду 1914-1918 гадоў. У 1926 годзе Купала напісаў верш «Па Даўгінаўскім гасцінцы»:*

*Знаёмы гэты мне шлях родны, -*

*Даўгінаўскі вядомы шлях!*

*Які нёс годных і нягодных*

*На векавых сваіх плячах.*

Журналісты кожнай раённай газеты імкнуцца прыцягнуць да свайго выдання як мага больш чытачоў. Моладзь – гэта адзін з найважнейшых сегментаў аўдыторыі любой грамадска-палітычнай газеты (у тым ліку і раённай). Пытанне аб наяўнасці ў Беларусі якаснай моладзевай прэсы застаецца адкрытым. Нягледзячы на існаванне такіх рэспубліканскіх газет, як «Знамя Юности», «Переходный возраст», амаль кожнае рэгіянальнае выданне спрабуе прыцягнуць цікавасць юных чытачоў да сябе. Дзеля гэтага рэгіянальныя СМІ выпускаюць дадаткі для моладзі або ствараюць тэматычныя палосы.

Што датычыцца газеты «Шлях Перамогі», то ў апошнім нумарах стала з’яўляцца рубрыка «Нашы дзеці». Матэрыялы ў асноўным прысылаюць настаўнікі школ, работнікі Дамоў культуры і самі вучні школ. Прааналізуем артыкул у газеце «Шлях перамогі» (ад 3 лістапада 2018, №83) «Юнацтва працягласцю ў стагоддзем». Матэрыял напісаны Святланай Хадановіч, дырэктарам Іжскага дзіцячага сада-базавай школы. Аб’ём у тэксту вельмі малы, і, трэба адзначыць, што ён напісаны ад першай асобы: «*Людміла Гатоўка падзялілася ўспамінамі са свайго юнацтва. Было што ўспомніць і мне. Гады майго камсамольскага юнацтва былі напоўнены рознымі справамі: творчымі выступленнямі, спартыўнымі спаборніцтвамі, паходамі, экскурсіямі. І ўсіх нас, камсамольцаў розных пакаленняў, аб’ядноўвала адно: быць карыснымі Радзіме, свайму народу. Я мяркую, што гэта сустрэча захаваецца ў сэрцах удзельніка, і асабліва тых, каму прадаўжаць традыцыі сваіх бацькоў*» (арфаграфія і пунктуацыя захоўваецца аўтарская).

«*26 октября в нашей начальной школе №6 прошёл праздник посвящения в первоклассники «Мы школьниками стали!»* («Шлях перамогі», 2018, №83) – адметная рыса такіх заметак – напісанне ад першай асобы (гэты матэрыял мае подпіс «начальная школа № 6» без удакладнення імёнаў і пасад.

Яшчэ адна асаблівасць мовы раённай газеты – выказванне слоў падзякі або пажаданняў напрыканцы матэрыялаў. Такая з’ява характэрна не для прафесійных журналістаў, якія могуць зрабіць канкрэтны вывад пасля напісанага тэксту, а для звычайных жыхароў, якія маюць магчымасць публікавацца ў сродках масавай інфармацыі. Разгледзім прыклады. «*Шчыра жадаю, каб святло вашай душы і надалей асвятляла шлях малодшага пакалення. Вашы ўрокі я з аднакласнікамі будзем памятаць вечна*»(Паліна Гардзевіч, вучаніца 11 класа Вілейскай гімназіі №1 *«*Логас», «Шлях перамогі», 2019, №75).

«*Удачного вам путешествия, дорогие первоклассники, по просторам мтраны Знаний вместе с вашими друзьями, учителями и родителями!»* (Начальная школа №6, «Шлях перамогі», 2019, №83).

*«Сердце старость признавать не хочет, сердце нежности и ласки просит», поёт народный хор ветеранов. И это так. Спасибо тем, кто понимает и уважает стариков»* (Галина Каптюг, почетный ветеран Вилейского района, «Шлях перамогі», 2018, №81).

*«Особую благодарность хочется выразить родителям за активное участие в выставке поделок и воспитателям средних групп за организацию и проведение праздника»* (Ольга Кажуро, музыкальный руководитель, «Шлях перамогі», 2019, №81).

«*Хочется выразить слова благодарности всем участникам конкурса, педагогам, подготовившим учащихся, и всем руководителям учреждения образования района, которые продолжают работу по созданию условий для развития для развития технического творчества, формирования умений и навыков конструкторской деятельности учащихся»* (Анатолий Приц, методист Вилейского районного центра дополнительного образования детей и молодежи, «Шлях перамогі», 2020, №11).

Прааналізаваўшы матэрыялы ад чытачоў, можна зрабіць вывад, што падзякі ў заключэнні матэрыяла – з’ява паўсядзённая. Так газета быццам з’яўляецца пляцоўкай для дыялогаў людзей. На старонках выдання (не толькі ў рубрыцы віншаванняў) кожны можа выказаць свае пачуцці.

Пры чытанні Вілейскай раённай газеты амаль адразу кідаецца ў вочы, што шмат матэрыялаў не маюць ліда. Дакладней гэта датычыцца заметак, якія прысылаюць у рэдакцыю чытачы. Гэта можна аднесці да адной з найвялікшых праблем усіх раённых газет, не толькі *«*Шлях перамогі». З-за недахопу карэспандэнтаў у штаце (у «Шлях перамогі» іх налічваецца 4 чалавекі, уключаючы галоўнага рэдактара) рэгіянальныя СМІ практыкуюць напісанне матэрыялаў чытачоў. Нават, што газета выходзіць не так часта (2 разы на тыдзень) інфармацыі, каб запоўніць усе палосы часта не хапае. Разам з тым, у рэдакцыі не хапае карэктара, які б усе прысланыя матэрыялы вычытваў. Трэба дадаць, што сустракаюцца памылкі як арфаграфічныя, так і пунктуацыйныя. Тэксты звычайна не выдзяляюцца багаццем мовы, часцей – гэта простыя, сухія матэрыялы.

З метадалагічнага пункту гледжання жанрава-тэматычная палітра сучаснай рэгіянальнай прэсы адпавядае канцэптуальнай парадыгме функцыянавання «малой» прэсы, яе статусу і функцыям. Рэгіянальнае выданне - гэта перш за ўсё ўнікальная крыніца мясцовай інфармацыі, якая выяўляецца ў інфармацыйных нататках, рэпартажах, справаздачах, актуальных інтэрв’ю, замалёўках пра герояў-сучаснікаў.

Тэндэнцыя дамінавання інфармацыйных жанраў і звужэння тэматычнага дыяпазону характэрная не толькі для раённых, гарадскіх, карпаратыўных газет, але і ў значнай ступені для сучаснай рэспубліканскай прэсы.

«Шлях перамогі» ў якасці асноўных інфармацыйных тэм выкарыстоўвае мерапрыемствы, звязаныя с дзяржаўнымі святамі ці падзеямі. Шмат увагі на паласе выдання надаецца Дажынкам, стагоддзю УЛКСМ, Кастрычніцкай рэвалюцыі; дзяржаўным святам – Дню Канстытуцыі, Дню Незалежнасці; рэлігійным святам – Вялікадню, Калядам, Радаўніцы.

Такія падзеі рэспубліканскага маштабу як Дажынкі заўсёды размяшчаюцца ў газеце на першай паласе, працяг – звычайна на развароце ці асобнай паласе.

«Вілейскі каравай дзеля росквіту ўсёй Міншчыны» - рэпартаж з месца падзей («Шлях перамогі», 2018, №74). Інфармацыйныя матэрыялы дапаўняюцца вялікай колькасцю фотаздымкаў.

Мерапрыемства ў газеце звычайна апісваецца так, як падзеі праходзілі насамрэч: ёсць хаатычны парадак, ўсё раскладзена па пунктах - *«Упершыню на Дажынках прайшоў фестываль гарбаты. <...> Традыцыйна асноўная частка фестывалю працаўнікоў вёскі «Дажынкі-2018» пачалася са святочнага шэсця калон «Шлях да хлеба», у якой ішлі кіраўнікі раёнаў і хлебаробы-перадавікі, а таксама лепшыя песенныя і харэаграфічныя калектывы рэгіёну. <...> Галоўная падзея «Дажынак» - ушанаванне перадавікоў жніва. <...> Старшыня аблвыканкама ўзнагародзіў не толькі лепшых заслужаных камбайнераў, машыністаў, аграномаў і інжынераў, але і маладое пакаленне, а таксама і сямейныя дынастыі».*

Каб ажывіць тэму Дажынак, журналісты разбаўляюць статыстычную інфармацыю пра колькасць намолатага збожжа гісторыяй асабістага героя (трэба адзначыць, што «Дажынкі-2018» у Вілейскай газеце асвятляліся на працягу некалькіх нумароў). У нумары ад 29 верасня 2018 г. (№ 73) паведамлялася аб біяграфіі аднаго з перадавікоў раёна – Анатоля Кавалёнка: *«Калі да ўборкі рыхтавацца загадзя – ніякага аўралу не будзе». Распавядаюцца адметныя падзеі жыцця, напісаныя як біяграфія: год і тое, што адбылося («Яшчэ ў 1977 годзе прыйшоў у калгас. <...> З 1979 года <...> звязаў сваё жыццё з калгасам назаўсёды»).* Аднак нельга не заўважыць вялікую колькасць апісак у тэксце:*« - Калі да ўборкі, восенЬскіх ці вясенніх работ рыхтавацца загаддзя – ніякага аўраЛу не бывае», «Былі ўзнагароды на на абласных «Дажынках» у Смалявічах у 2002 годзе, Мар'інай Горцы, Уздзе, Лагойску»* (арфаграфія і пунктуацыя аўтарскія).

Граматычныя памылкі або апіскі сустракаюцца найчасцей у матэрыялах, якія дасылаюць чытачы або спецыялісты. Яшчэ адзін прыклад – кароткая нататка на спартыўную тэматыку, напісаная намеснікам кіраўніка Вілейскага РАУС «Ежегодный турнир по мини-футболу памяти погибшего товарища Дениса Шульгача»: *«Очередные соревнования прошли 2 февраля текуўего года на базе Мядзельского ФОКа».*

Гэта, безумоўна, самая вялікая праблема раённай газеты – адсутнасць карэктара, які мог бы выпраўляць такога роду памылкі друку.

Адметнай рысай многіх раённых выданняў, у тым ліку і «Шляху перамогі», з’яўляецца адсутнасць лагічнай канцоўкі матэрыялаў. Так, напрыклад, як было сказана вышэй, найчасцей аўтары мясцовай прэсы ў канцы пішуць падзяку, або пажаданне, аднак такія заключэнні не адзіныя. Так, разгледзім нататку ад 12 лютага 2020 года пад назвай «Быть здоровым – это модно». У тэксце паведамляецца пра тое, як у адной з Вілейскіх школ праходзіць турнір па валейболу. Пасля таго, як аўтар (намеснік дырэктара па выхаваўчай рабоце СШ №1 Раіса Дзеруга) расказала пра вынікі турніра, напрыканцы нататкі напісала: *«Занятия физической культурой и спортом способствуют укреплению здоровья, формируют привычку к здоровому образу жизни».*

У выніку, можна адзначыць, што аднымі з галоўных «адмоўных» асаблівасцей «Шлях перамогі», як і большай часткі раённых газет, з’яўляецца адсутнасць канкрэтнага ліда і лагічнага заключэння матэрыялаў. Такая з’ява назіраецца амаль ва ўсіх тэкстах на газетнай паласе, незалежна ад жанру і тэматыкі публікацыі.

## 2.3 Кантэнт-аналіз «Шлях перамогі»

Для аналізу тэматыкі газеты «Шлях перамогі» быў выбраны метад кантэнт-аналізу. Аб’ект даследвання – змест грамадска-палітычнай газеты «Шлях перамогі» Вілейскага раёна. Для выбаркі былі выбраны па два нумары за 2006, 2011, 2016 і 2021 гады. Такім чынам, будем вывучаць, як змянялася выданне ў пэўныя пяцігодкі. Папуляцыя выбаркі – усе без выключэння матэрыялы, апублікаваныя ў аналізаваным выданні ў выбраным перыядзе, якія кваліфікуюцца, як «артыкул». Адзінкай аналіза з’яўляецца асобны артыкул. Улічваецца кожны матэрыял, уключаны ў папуляцыю выбаркі (частата з’яўлення). Тып выбаркі – выпадковая шматступенчатая сістэматычная выбарка.

Элементы генеральнай сукупнасці кантэнт-аналітычнага даследавання – артыкулы, пад якімі маюцца на ўвазе любыя публікацыі ў газеце незалежна ад жанру, апублікаваныя ў «Шляху перамогі» за кожную пяцігодку (да артыкулаў адносяцца ў дадзеным выпадку рэкламныя аб’явы і матэрыялы, праграма тэлеперадач, астралагічныя і метэаралагічныя прагнозы, фотарэпартажы, кінаафіша, гарадская афіша і г.д.). Мінімальны аб’ём тэксту матэрыялу, які дазваляе кваліфікаваць яго як артыкул, не ўстанаўліваецца. Калі артыкул складаецца з некалькі частак, якія друкуюцца на розных палосах, альбо ў некалькі нумарах газет, яго варта разглядаць як адзін матэрыял.

Сэнсавая адзінка кантэнт-аналіза – тэма, выяўленная у цэласных тэкстах артыкулаў.

Тып газеты «Шлях перамогі» – раённая, па форме ўласнасці – дзяржаўная. Выходзіць два разы на тыдзень па серадах і суботах. Заснавальнікам з’яўляюцца раённы выканкам і рэдакцыя газеты. У газеты ёсць свій інтэрнэт-сайт peramoga.by. выдаецца газеты заўсёды ў фармаце А3.

З дапамогай спіса катэгорый да кадавання і інструкцыі пабудаваны кантэнт-аналіз (дадатак 1).

**2.3.1 Кантэнт-аналіз за 2006 год**

Для працы былі выкарыстаны два нумары за снежань 2006 года (дадатак 2), а менавіта, за 23 і 30 снежня. Па датах ужо зразумела, што нумары будуць прысвечаны Калядам і Новаму году. Аднак, гэта не значыць, што тэматыка газеты моцна будзе адрознівацца ад той, якая бывае ў паўсядзенныя дні.

У выніку аналізу былі выдзелены 68 публікацый у двух нумарах. Трэба адзначыць, што гэта самая вялікая колькасць у параўнанні з іншымі прааналізаванымі гадамі. У 2006 годзе журналісты прыярытэт аддавалі сацыяльнай сферы 69,1%. «Шлях перамогі» пазыцыянуе сябе як грамадска-палітычная газета, аднак палітычных тэм у 2006 годзе было толькі 14,7%. Эканамічных матэрыялаў назіраецца меньш за ўсё – 10%. Што датычыцца матэрыялаў, якія былі аднесены да катэгорыі «іншае», іх налічваецца 4,4%, таксама на старонках газеты сустракаецца ТВ-праграма, якая мае меньш за ўсё працэнтаў газетнай паласы – 1,47%.

Падрабязней разгледзім матэрыялы сацыяльнай тэматыкі. План кантэнт-аналізу прапануе шмат розных пунктаў, па якім можна вызначыць катэгорыю тэксту. Правёўшы даследаванне, можна зрабіць вывад, якія падтэмы ў сацыяльнай сферы найбольш распаўсюджаны. У газетах 2006 года больш за ўсё было тэм, якія не кваліфікаваліся (адносяцца да «іншага»). Мноства тэкстаў прысвечаных святам – Калядам і Новаму году, гэта значыць кваліфікаваліся ў сацыяльнай сферы, як Новы год і рэлігія. Таксама прысутнічалі тэксты, у якіх асноўнай тэмай былі дзеці, аварыі альбо Міністэрства надзвычайных сітуацый – гэтыя тэмы асобна не былі вылучаны. У выніку, катэгорыя «іншае» мае амаль 32%. Наступнай вялікай катэгорыяй у сацыяльнай сферы з’яўляецца «стыль жыцця» – 27,7%. Сюды адносяцца матэрыялы па інтарэсах, хатнія жывёлы, хобі, забавы, гісторыі з жыцця. Вялікую ролю ў газеце надаюць тэме культуры і мастацтва: паведамленні пра культурныя мерапрыемствы, канцэрты, конкурсы, выставы. Насамрэч да тэмы культуры ў газеце можна аднесці шмат матэрыялаў, але, калі вывучаць дэтальна, то за 2006 год – 15%. Аднолькавую колькасць матэрыялаў на старонках газеты маюць тэмы аховы здароўя, адукацыі і спорту – па 6. Тэма сацыяльнага забяспячэння прадстаўлена слаба – толькі 4%. Пра сродкі масавай інфармацыі, а менавіта пра сваю ж газету пісалі толькі раз у нумарах, якія даследваліся – амаль 2%.

Што датычыцца палітычных тэм, то тут сітуацыя склалася наступная. 80% - гэта ідэалогія, да яе адносяцца віншаванні ад органаў улады: выканкамаў, Саветаў дэпутатаў, старшыні райвыканкама ці калгаса. Так як нумары былі ўзяты святочныя, то, зразумела, што будзе прысутнічаць шмат віншаванняў менавіта ад улады. Па 10 % у палітычных інстытутаў і электаральных працэсаў.

Эканамічнай тэматыцы ў газеце адведзена мала месца, на газетнай паласе яна прадстаўлена матэрыяламі, звязанымі з камунальнай гаспадаркай, сельскай гаспадаркай, гандлем і сферай паслуг. Перавагу маюць камунальныя тэмы, што нестандартна, бо ў раённых газетах найчасцей прыярытэт даецца сельскай гаспадарцы. Але ў данным выпадку гэта можна растлумачыць парой года – зімой. І тут пытанні ЖКГ выходзяць на першы план – уборка снега, устаноўка святочнай елкі, рамонт пад’ездаў, а таксама змяненне тарыфаў на жыллёва-камунальныя паслугі.

Паколькі газета раённая, то найчасцей суб’ектам матэрыяла з’яўляецца мясцовы выканкам – 18,75%. Большасць тэкстаў паведамляюць, як прайшла сустрэча кіраўніка раёна з віляйчанамі, ці, напрыклад, якія змены плануюць ў наступным годзе правесці мясцовыя дэпутаты. У 26,56% тэкстаў газеты суб’ектам выступае прыватная асоба. Тэндэнцыя раённых газет – расказываць гісторыю людзей, ставіць чалавека ў цэнтр падзей. Такім чынам, газета спрабуе стаць бліжэй да чытачоў, паказаць, што кожны жыхар раёна – унікальны, і пра кожнага можна напісаць гісторыю. Больш за 14% ад агульнай колькасці суб’ектам матэрыяла выступалі прадпрыемствы: давалася справаздача па іх працы за год. 12% маюць установы адукацыі, культуры, навукі і медыцыны. Аднак, пра ўстановы навукі на старонках газеты ніколі не пісалася, бо на тэрыторыі Вілейскага раёна няма ніводнай ўстановы навукі. Вялікую ролю маюць галіновыя міністэрствы. Як ужо адзначалася вышэй, шмат матэрыялаў сацыяльнай сферы былі пра МНС і іх працу, у выніку гэтага хапае дадзенага міністэрства і ў пункце пра суб’ект матэрыяла. Такая ж сітуацыя і з ЖКГ. Сюды можна аднесці і Міністэрства ўнутранных спраў, якое мае месца быць на старонках «Шляху перамогі».

З дэмаграфічным фокусам усё проста – 53% - гэта беларусы. Але з вызначэннем дэмаграфічнага фокуса існуе суб’ектыўная адзнака. Напрыклад, цяжка аднесці той ці іншы матэрыял да пэўнай катэгорыі, так як, любы матэрыял можна аднесці да пункту «дэмаграфічны фокус адсутнічае» (14,1%). Невялікая колькасць матэрыялаў спецыялізіруецца на канкрэтнай узроставай ці гендэрнай групе. Усе ж такі перад намі раённая газета, якая разлічана на шырокі круг чытачоў і не спецыялізуецца на вузканакіраваных тэмах.

Геаграфічны фокус прыярытэтна раённы (51%) ці гарадскі (25%). Тут межы размытыя, бо тут не супастаўляюцца пункты так, як бы супастаўляліся, напрыклад, раён і замежная краіна. Дарэчы, пра замежныя краіны ці міжнародную палітыку няма ні слова. Рэспубліканскі фокус (10%) часцей за ўсё прысутнічае, калі матэрыял запазычаны ў БелТА і паведамляе пра Прэзідэнта ці Савет Міністраў.

«Шлях перамогі», як і любая раённая газета, – гэта орган мясцовай улады, у дадзеным выпадку Вілейскага раённага выканаўчага камітэта. І, такім чынам, больш за 30% - гэта адлюстраванне пазіцыі беларускай улады. Таксама ў 24% матэрыялаў пазіцыянаванне адсутнічае, бо па тэматыцы сваёй яны больш нейтральныя і не выказваюць ніякай пазіцыі, а проста канстатуюць факты, ці падтрымліваюць уласную асобу (18,2%). Недалека стаіць і пазіцыя прадпрыемства альбо ўстановы – 16%. Тут можна правесці паралель: што з’яўлялася цэнтральнай тэмай матэрыяла (апісана у 12-14 пунктах), таго пазіцыю часцей і будуць выказваць у газеце. Рэдка калі матэрыял адлюстроўвае пазіцыю рэдакцыі ці журналіста. У нумарах 2006 года гэта назіралася толькі ў матэрыялах, калі журналісты самі падводзілі вынікі сваёй працы за мінулы год.

Накіраванасць матэрыялаў у большай ступені нейтральная. Рэдакцыя спрабуе захоўваць нейтралітэт і не выказвацца, а толькі перадаваць словы галоўных герояў і асноўнага суб’екта. Аднак 42% матэрыялаў за гэты перыяд маюць апалагетычную накіраванасць – падтрымліваюць курс беларускага кіраўніцтва. Але гэта відавочна: газета дзяржаўная.

Форма аргументацыі ў матэрыялах сярод чатырох пунктах размеркавалася прыкладна пароўну. Крыху больш матэрыялаў (26%) маюць эмацыйна-вобразны характар. Усё ж такі журналісты імкнуцца расказваць пра падзеі не суха, а выказваючыся і апісваючы больш падрабязна, абапіраючыся на эмоцыі герояў. 18% матэрыялаў абапіраюцца толькі на факты. 20% маюць змешаную форму аргументацыі. І ў 25% яна ўвогуле адсутнічае.

Амаль у 47% тэкстаў не ўказана крыніца інфармацыі, альбо яе ўвогул няма – журналіст ці ў большай частцы чытач, які прысылае тэкст у газету, проста выказваюцца на нейкую тэму і ніяк яе не падцвярджаюць. 45% матэрыялаў пабудаваны са слоў інфарматараў. Гэта датычыцца таксама і тэкстаў, якія прысылаюць чытачы ці эксперты. Малую частку займаюць інфармацыйныя агенцтвы (як правіла, гэта БелТА) і прэс-службы органаў кіравання, калі напрыклад бярэцца каментарый у чыноўніка.

Палову тэкстаў у газеце пішуць штатныя журналісты выдання. Аднак, вялікі працэнт маюць тэксты без аўтарства альбо, дзе напісана імя і прозвішча, але гэта не журналіст газеты, лепей, калі ў газеце падпісываюць пасаду ці прафесію аўтара. У 2006 годзе больш 9% матэрыялаў напісаны афіцыйнымі асобамі, а 4,69% - чытачамі.

У газеце «Шлях перамогі» ў прыярытэце інфармацыйныя і мастацка-публіцыстычныя жанры. Калі прытрымлівацца пунктаў кантэнт-аналіза і казаць канкрэтна, то мастацкая нататка (33%), якая мэтай сваёй ставіць паведаміць гісторыю, а не прывесці факты і аналітыку. Гэты пункт пераплятаецца с мінулымі пунктамі, бо акцэнт раённай газеты стаіць на ўласнай асобе, на спробе стаць бліжэй з насельніцтвам. Звычайныя інфармацыйныя нататкі таксама ў прыярытэце – 26%. Звычайнае, кароткае, сухое паведамленне пра падзею займае на газетнай паласе вялікую ролю. У дадзеных нумарах было шмат матэрыялаў, якія можна было кваліфікаваць, як «іншае», бо напярэдадні свята часта з’яўляліся рэкламныя матэрыялы. Адным з папулярных жанраў з’яўляецца інфармацыйная нататка з элементамі каментарыя (у кантэнт-аналізе кваліфікуецца проста, як каментарый). Аналітыкі зусім мала ці не назіраецца ўвогуле, што можна сказаць і пра інтэрв’ю.

Нягледзячы на тое, што газета друкуецца на двух мовах, асноўнай мовай з’яўляецца руская – 70%. На беларускай мове ў асноўным пісалі журналісты, а матэрыялы экспертаў, чытачоў і афіцыйных асоб былі на рускай мове.

У нумарах 2006 года слаба назіралася наяўнасць статыстычных дадзеных альбо сацыялагічных даследаванняў – крыху больш 3%.

Асобнае места ў газеце займаюць тэксты, якія кваліфікуюцца як аб’явы, віншаванні, спачуванні. Звычайна, яны прысутнічаюць у кожным нумары і адносяцца да сістэматычнай памылкі. Таксама ў газетах за 2006 год да пункта «іншае»былі аднесены навагоднія рэцэпты.

**2.3.2 Кантэнт-аналіз за 2011 год**

У выніку праведзенага кантэнт-аналізу нумароў з наступнай пяцігодкі былі выяўлены ў агульнай колькасці 44 матэрыялы (газеты за перыяд з 30 сакавіка па 2 красавіка 2011 года). За дадзены перыяд статыстыка выглядае наступным чынам (дадатак 3): матэрыялаў палітычнай тэмы стала меньш (2,27%), а вось эканамічная тэматыка наадворот была ў прыярытэце (25%). Сацыяльная сфера нязменна займае больш паловы месца ў газеце – 54,5%. Што датычыцца астатніх пунктаў, а іменна рэкламы, ТВ-праграмы і забаваў, то за гэты перыяд яны маюць па 2,27%. Пункт «іншае», куда трапілі матэрыялы, якія не кваліфікаваліся як палітыка, эканоміка альбо сацыялка, склалі 11%. І трэба адзначыць, што гэта лічба найвялікшая за ўвесь перыяд аналізу: 2016 год – каля 5%, 2021 год – 4%.

Увогуле ў двух нумарах быў толькі адзін матэрыял палітычнай тэматыкі і ён аднесены да катэгорыі «іншае», бо гаворка ідзе пра саюзную дзяржаву (так як 2 красавіка – Дзень яднання Беларусі і Расіі).

У параўнанні з мінулым 2006 годам, у газетах 2011 года спектр тэм эканамічнай тэматыкі больш развіты. У дадзеным выпадку не выдзяляецца асобная тэма, а некалькі пунктаў маюць аднолькавы працэнт – 18% (сельская гаспадарка, прамысловасць, гандаль і сфера паслуг, камунальная гаспадарка). Вялікая розніца адчуваецца паміж гэтымі нумарамі. Трэба ўзяць за ўвагу, што у 2006 годзе былі нумары святочныя, а ў 2011 годзе – звычайныя.

У сацыяльнай сферы без змяненняў прыярытэт тэме культуры і мастацтва (21%). У параўнанні з 2006 годам з’яўляюцца матэрыялы на тэму права, дзейнасці суда і праваахоўных органаў – 8,3%. Трэба адзначыць, што рэдакцыя «Шляху перамогі» пачала друкаваць тэксты на экалагічную тэматыку: разважанні і парады на тэму эканоміі вады і электрарэсурсаў. За 2011 год матэрыялаў па інтарэсах і пра стыль жыцця стала менш – 8,3%.

Суб’ект матэрыяла і дэмаграфічны фокус значных змен не атрымалі. Тое ж датычыцца і геаграфічнага фокуса: нязначныя адрозненні з 2006 годам у пункце «рэспубліканскі» фокус – з 12,5% да 19,4%. Раённы і гарадскі засталіся прыкладна на тым жа ўзроўні. Упершыню быў заўважаны матэрыял, які паведамляў пра адносіны Беларусі з замежнай краінай, а менавіта з Расіяй.

У пункце пазіцыянавання матэрыяла да 50% узрасло адлюстраванне пазіцыі беларускай улады. У астатніх пунктах змены нязначныя і іх можна прасачыць на дыяграмах.

Аўтарамі матэрыялаў у 2011 годзе журналісты ўжо выступаюць у меньшай ступені – 30%. Цяпер больш за 16% матэрыялаў маюць подпіс «рэдакцыя газеты». Новым стала тое, што ў 2% тэксах аўтарам з’яўляецца іншы сродак масавай інфармацыі. Таксама адметнай рысай нумароў «Шлях перамогі» за вясну 2011 года выступае тое, што тэксты пішуць палітыкі ў 11% тэкстаў: дэпутаты. Дарэчы, за гэты перыяд не выяўлена тэкстаў без аўтарства, кожны матэрыял меў подпіс.

Асаблівасць раённай газеты ў тым, што яна выходзіць толькі два разы на тыдзень (серада і субота), і журналістам рэдка выпадае магчымасць падаваць у свежы нумар навіны, якія здарыліся за апошнія 24 гадзіны. Інфармацыйны повад неабходна праверыць, напісаць, падрыхтаваць у друк і толькі потым паставіць у нумар. Тут газеты прайграюць сацыяльным медыя і сайтам, бо часта не паспяваюць. Аднак, у нумары за 2011 год такая магчымасць была, і на паласе з’явілася свежая навіна (8,3%). Такі ж працэнт маюць і матэрыялы аналітычнага жанру, што значна больш, чым у 2006 годзе. Пачынаюць з’яўляцца лісты чытача – 2,78%.

Моўнае пытанне праз пяць год рухалася не ў бок беларускай мовы. З 35% у 2006 годзе, засталося 19,4% у 2011 годзе.

Наяўнасць статыстычных дадзеных павялічылася да 13,9%.

**2.3.3 Кантэнт-аналіз за 2016 год**

У 2016 годзе (дадатак 4) зноў павялічваюцца ў працэнтных суадносінах палітычныя тэмы (14,6). Гэта звязана з парламенцкімі выбарамі ў Беларусі, пагэтаму электаральныя працэсы займаюць палову палітычных тэм. Эканомікі становіцца менш – 12%, лічба падобная на тую, што была ў 2006 годзе. Аднак пяць эканамічных тэм маюць роўны працэнт знаходжання на газетнай паласе, як заўсёды – сельская гаспадарка, прамысловасць, будаўніцтва, гандаль, сфера паслуг і банкаўская сісітэма. Апошні пункт тут аказаўся таму, што ў 2016 годзе была дэнамінацыя беларускай валюты.

У сацыяльнай сферы спектр тэм захоўвае разнастайнасць, што можна заўважыць на дыяграме. Але вядучую ролю займае мастацтва і культура – 23,1%.

Найчасцей суб’ектам матэрыяла ў 2016 годзе выступалі прыватныя асобы (амаль 30%), як і ў 2006 і 2011 гадах.

У пунктах дэмаграфічны і геаграфічны фокус на працягу гадоў ніякіх значных змен не адбывалася, таму не трэба надаваць ім шмат увагі. Пазіцыянаванне матэрыяла нічога новага не паказвае: у прыярытэце пазіцыя беларускай улады і пазіцыя ўласнай асобы.

Цікава адзначыць тое, што ў параўнанні з 2011 годам форма аргументацыі стала часцей адсутнічаць (13,5%), 2011 г. – 5,56%. У матэрыялах часцей крыніцай інфармацыі выступае інфарматар, а менавіта герой публікацыі (46%), таксама папулярна практыка адсутнасці крыніцы інфармацыіі ці не ўказванне яе (38%).

Калі параўноўваць з 2006 годам, калі палова матэрыялаў была напісана журналістамі, то ў 2016, як і ў 2011 гэта лічба крыху больш 30%. Па 19% матэрыялаў аўтарства належыць афіцыйным асобам і экспертам (настаўнікам, бібліятэкарам, загадчыкам аддзелаў і г.д.). Матэрыялаў, дзе аўтарства не ўказана, 11% у двух нумарах.

Сярод жанраў 2016 года ў газеце «Шлях перамогі» пераважаюць інфармацыйныя жанры, а канкрэтна нататкі (48,6%). Мастацкія нататкі, якія імкнуцца апісаць гісторыю – 27%. Мова газеты ў большай частцы руская – 67,7%. Статыстычных дадзеных у аналізаваных газетах 2016 года 16%.

**2.3.4 Кантэнт-аналіз за 2021 год**

Кантэнт-аналіз газет 2021 года паказвае стан выдання ў сучасны перыяд (дадатак 5). Калі глядзець на «Шлях перамогі» ў кантэксце падзей за пятнаццаць гадоў, то вялікіх змен газета не атрымала. У пункце пра тэматыку матэрыялаў звычайна большасць тэкстаў можна аднесці да сацыяльнай сферы – 63%, эканамічныя тэма займае 20% газетнай паласы. Палітыка – толькі 6,81% і ўсе матэрыялы адносяцца да катэгорыі “ідэалогія”. У сацыяльнай сферы ў гэту пяцігодку ўжо лідыруе сфера адукацыі (14%) і, як звычайна, стыль жыцця, г.зн. чалавечыя гісторыі (25%). Астатнія тэмы амаль усе прысутнічаюць, але ў меньшай ступені. З напісанага вынікае, што і суб’ектам матэрыяла часцей выступае прыватная асоба (30%) і установы адукацыі і культуры (17,5%).

Колькасцсь матэрыялаў, прысвечаных моладзі, або паведамляючых канкрэтна пра моладзь, вырасла да 20%. Дэмаграфічнага фокусу «жанчыны» ці «пажылыя людзі» за ўвесь час даследавання выяўлена мала. За 2021 год 3% пажылыя людзі, а жанчын увогуле няма. Геаграфічны фокус застаецца нязменным – раённы і гарадскі ў прыярытэце.

Пазіцыянаванне не адрозніваецца ад адной пяцігодкі да другой: 52% - пазіцыя беларускай улады. Аднак, 25% - пазіцыя ўстановы.

Форма аргументацыі адхіляецца ад эмацыйна-вобразнай (20%) у бок факталагічнай (40%).

Да выкарыстаных крыніц інфармацыі акрамя інфарматараў (42,5%) часта выкарыстоўваюцца прэс-службы органаў улады ці кіравання (25%). Але не змянілася тое, што было і ў нумарах за 2016 год, адсутнасць крыніцы ці не ўказванне яе – 30%.

Паказчык аўтарства матэрыялаў падобны на 2006 год. Журналісты з’яўляюцца аўтарамі 50% матэрыялаў газеты. 7,5% пішуць прэс-службы органаў улады і кіравання, звычайна – гэта Міністэрства надзвычайных сітуацый, Міністэрства ўнутраных спраў альбо Міністэрства лясной гаспадаркі. 27% матэрыялаў не маюць подпісу аўтара – гэта самы вялікі паказчык ва ўсіх прааналізаваных нумарах.

У сучаснай газеце прыярытэт зноў у інфармацыйных жанраў – нататка, каментарый, інтэрв’ю. Шмат друкуецца афіцыйных дакументаў (22,5%), што робіць газету падобнай на бюлетэнь для размяшчэння дзяржаўных справаздач.

Статус беларускай мовы ў газетах 2021 года страчваецца і застаецца толькі 12,5% ад агульнага аб’ёма матэрылаў. Дзякуючы вялікай колькасці справаздач і афіцыйных дакументаў паказчык статыстычных дадзеных вырас да 17,5%, што з’яўляецца самай вялікай лічбай за ўсе прааналізаваныя гады.

**2.3.5 Вывады кантэнт-аналізу. Сістэматычная памылка**

У выніку праведзенага кантэнт-аналізу і разбора ўсіх выніковых табліц і дыяграм можна зрабіць наступныя вывады:

1. кардынальных змен на працягу 15 гадоў у газеце не адбылося;
2. у прыярытэце інфармацыйныя жанры: нататка і каментарый;
3. больш за 50% аб’ёму кожнай газеты займае сацыяльная тэма;
4. газета імкнецца да таго, каб як можна больш людзей пісалі ў газету: пачынаючы ад чытачоў і заканчваючы чыноўнікамі;
5. мова матэрыяла ў большасці матэрыялаў – руская, у асноўным па-беларуску пішуць журналісты;
6. суб’ектам матэрыялаў звычайна выступаюць мясцовы выканкам, установы адукацыі і прыватныя асобы;
7. у кожным нумары газеты больш за 50% тэкстаў падтрымліваюць пазіцыю беларускай улады, астатні паказчык у асноўным адлюстроўвае пазіцыю прыватнай асобы і прадпрыемства ці ўстановы;
8. датычна наяўнасці статыстычных дадзеных, то ў «Шлях перамогі» часцей яны адсутнічаюць.

Сістэматычная памылка, якая ўзнікае пры вызначэнні сэнсавых адзінак кантэнт-аналізу, разлічваецца па формуле:

а

СО = ——— \* 100 %, дзе

А

СО – сістэматычная памылка;

а – колькасць матэрыялаў, тэма якіх не вызначана;

А – агульная колькасць тэкстаў за вызначаны перыяд.

У выніку выкананага кантэнт-аналізу можна зрабіць вывад, за які перыяд газета «Шлях перамогі» мела пэўную сістэматычную памылку. За 2006 год колькасць матэрыялаў без тэмы роўна тром, а агульная колькасць матэрыялаў у выбарцы – 68. Сістэматычная памылка складае 4 %.

За 2011 год формула выглядае наступным чынам: 5/44 \*100% = 11%. За гэты перыяд памылка вырасла больш, чым у два разы, аднак лічба застаецца некрытычнай. Гэта можна патлумачыць тым, што за пяць год газета змянілася і стала падаваць больш статыстычных матэрыялаў, справаздач, якія нельга было ў поўнай меры аднесці да прапанаваных катэгорый.

Яшчэ праз пяць год сістэматычная памылка намнога паменшылася 2/41 \*100%= 4,88% ~ 5%.

У сучасны перыяд за 2021 год у формулу можна падставіць наступныя вынікі: 2/44 \*100% = 4,5%.

Выданне мае больше-менш выразную структуру і пэўную сістэму рубрыкацыі, таму вызначыць тэму матэрыяла было не так складана, але ўсё ж такі заставаліся матэрыялы, якія цяжка было аднесці да якой-небудзь прапанаванай катэгорыі. Што датычыцца жанравых асаблівасцей газеты, то як было напісана вышэй, на яе старонках пераважаюць інфармацыйныя нататкі, якія распавядаюць пра канкрэтныя падзеі, а таксама мастацкія нататкі і замалёўкі.

# Вывады па другой главе:

Прааналізаваўшы з дапамогай кантэнт-аналізу выданне «Шлях перамогі», можна падкрэсліць наступнае:

1. У газеце ў прыярытэце інфармацыйныя жанры: нататкі, інтэрв’ю і рэпартажы.
2. Газета мае канкрэтныя рубрыкі, якія не змяняюцца на працягу некалькіх гадоў.
3. Палову матэрыялаў пішуць штатныя журналісты, аднак шмат аўтараў сярод звычайных чытачоў і органаў улады.
4. Большасць матэрыялаў газеты маюць сацыяльную тэматыку.
5. Сістэматычная памылка за кожны перыяд у норме, г.зн. што газета мае пэўную тэматычную і рубрыкацыйную сістэму.
6. Асноўнай мовай ў газеце выступае руская.
7. Раённая газета імкнецца стаць адлюстраваннем жыцця раёна і ў асаблівасці кожнага асобнага грамадзяніна.
8. У сучасным выданні ў цэнтры ўсіх тэм суб’ектам выступае прыватная асоба.
9. Больш за палову матэрыялаў газеты падтрымліваюць пазіцыю ўласнай асобы.
10. У выданні часцей не выкарыстоўваюцца статыстычныя дадзеныя.

**ГЛАВА 3**

**ЖАНРАВА-СТЫЛІСТЫЧНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ВЫДАННЯ**

**3.1 Асаблівасці жанраў газетнай публіцыстыкі**

Тэкставыя публікацыі ў газеце адрозніваюцца зместам і формай. Адзін з найважнейшых элементаў формы публікацыі - яе жанр. Пад жанрам журналісцкага твора разумеюць устойлівыя асаблівасці яго тэматычных характарыстык, тыпу дзейнасці, кампазіцыі, стылістыкі. Гэтыя асаблівасці жанру не залежаць ад волі журналіста, наадварот, выбраўшы які-небудзь жанр для сваёй публікацыі, ён вымушаны лічыцца з яго асаблівасцямі і магчымасцямі.

Выбар той ці іншай жанравай формы дыктуецца не толькі патрабаваннямі рэдакцыйнага плана і творчымі інтарэсамі журналіста, але і яе асаблівасцямі, прыкметамі. Да іх адносяцца:

- прызначэнне жанру;

- аб’ект;

- прадмет і метады адлюстравання;

- выразныя сродкі;

- стылістыка тэксту;

- роля аўтара.

Найважнейшае значэнне мае прызначэнне, функцыя жанру. Прызначэнне нататкі - паведамленне навіны, аператыўнай інфармацыі. Прызначэнне рэпартажу - апавяданне пра падзею яго ўдзельніка. Калі аўтар ставіць перад сабой задачу стварэння публіцыстычнага ладу чалавека, ён звяртаецца да нарысу. Журналіст ведае ці інтуітыўна спасцігае мэтавае прызначэнне розных жанраў і звяртаецца да іх у адпаведнасці з задачай, якую вырашае.  
У кожнага з жанраў публіцыстыкі - свой аб’ект адлюстраванні. Гэта тая вобласць рэальнай рэчаіснасці, якую даследуе аўтар тэксту. Газетны рэпарцёр можа напісаць рэпартаж пра ўсё, што ён убачыў. Журналіст раскрывае ў сваім аглядзе панараму падзей, якія адбываліся ў пэўнай вобласці жыцця - палітыкі ці эканомікі. Аб’ект адлюстравання ў творах рэцэнзента - літаратурнае жыццё або тое, што адбываецца ў іншай галіне мастацтва [5, c.179].  
Аднак пры звароце журналіста да вызначанага жанру аб'ект адлюстравання канкрэтызуецца ў прадмеце адлюстравання. Інфармацыйная нататка прысвечана канкрэтнаму факту. Аўтар рэпартажу засяроджвае сваю ўвагу на паказе падзеі, яго развіцця. У артыкуле раскрываецца пэўная ідэя або аналізуецца актуальная праблема. Інтэрв’юера цікавіць меркаванне чалавека, у якога ён бярэ інтэрв’ю, пра падзею або сітуацыю.

Жанры адрозніваюцца і асаблівасцямі сваёй стылістыкі. Нататкі пішуцца сціснута і проста, у ёй няма нічога лішняга. У рэпартажы іншы стыль - яго аўтар выкарыстоўвае яркія эпітэты, мастацкія параўнанні, дэталі і падрабязнасці, яго апавяданні дынамічныя і эмацыйныя. Для стылю характэрныя дзелавітасць, насычанасць разважаннямі, апора на факты.

Вобраз у публіцыстыцы - сціснутае адлюстраванне якога-небудзь рэальнага аб’екта - прадмета, чалавека, сітуацыі, якое дазваляе хутка атрымаць уяўленне аб яго найважнейшых рысах і асаблівасцях. Гэтыя выразныя сродкі выкарыстоўваюцца ў розных жанрах ў розных спалучэннях. Публіцыстыка факталагічна, факты складаюць аснову ўсіх яе жанраў. Спецыфіка жанру, абранага аўтарам, вызначаецца перш за ўсё яго прызначэннем і выкарыстаннем розных выразных сродкаў.

У сучаснай газетнай публіцыстыцы выкарыстоўваюць каля двух дзясяткаў жанраў. У залежнасці ад прызначэння яны аб'ядноўваюцца ў некалькі груп:

1) інфармацыйныя жанры (заметка, справаздача і рэпартаж);

2) дыялагічныя жанры (інтэрв’ю, дыялог і гутарка);

3) сітуатыўна-аналітычныя жанры (каментарый, карэспандэнцыя, артыкул і агляд);

4) эпісталярныя жанры (пісьмо);

5) мастацка-публіцыстычныя жанры (замалёўка і нарыс);

6) сатырычныя жанры (фельетон, памфет, пародыя, сатырычная нататка, эсэ) [16, c. 182].

**3.1.1 Інфармацыйныя жанры**

Да інфармацыйных жанраў звяртаюцца тады, калі імкнуцца паведаміць чытачам навіны. Актуальна тое, што прыцягвае да сябе ўвагу чытачоў.

Мэта аўтара ***нататкі*** - магчымасць хутчэй паведаміць чытачу актуальную навіну - вызначае асноўныя асаблівасці гэтага жанру газетных публікацый. Перш за ўсё яе структуру: пачынаецца з апорнага факту, які змяшчае навіна, і далей дэталізуе яе ў наступных сказах[30, c. 46]. Імкненне забяспечыць аператыўнасць перадачы чытачу інфармацыі, абмяжоўвае яе аб'ём: звычайна яна не перавышае двух-трох дзясяткаў радкоў, нярэдка абмяжоўваецца ў лаканічных аператыўных зносінах - усяго адным-двума сказамі. Галоўная асаблівасць нататкі - у ёй пазбягаюцца стылістычныя афармленні, яна дзелавіта, сухая, але дакладная. Ад аўтара нататкі не патрабуюць падрабязных апісанняў і характарыстык. Свае асаблівасці ў назвы нататкі. Нярэдка нататкі публікуюць блокамі, падборкамі, без загалоўкаў - пад тэматычнымі рубрыкамі. Звычайна ў загаловак ўносяць указанне на апорны факт нататкі, тады загаловак перадае яе сутнасць. Такім чынам, прааналізаваўшы раённае выданне, можна заўважыць, што вялікая колькасць матэрыялаў – гэта нататкі, асабліва тэксты, якія дасылаюць чытачы ці эксперты – «Масленица хороша, широка её душа» («Шлях перамогі», 2020, №16). Аўтарам матэрыяла з’яўляецца старшыня прафкама, якая ў невялікім тэксце апісвае мерапрыемства, праведзенае на прадпрыемстве «Зенит», па загалоўку нататкі адразу можна зразумець, пра што будзе весціся гутарка. Яшчэ адзін прыклад нататкі «В «Галактике» соревновались ветераны» («Шлях перамогі», 2020, №14). Тут і першы сказ матэрыяла даносіць асноўную інфармацыю: *«14-16 февраля ветеранов физической культуры и спорта, руководителей ветеранских организаций области в Воложинском районе собрала традиционная зимняя спартакиада».* У выніку, трэба адзначыць, што нататка – найчасцей сустракаецца на газетнай паласе Вілейскай раёнкі.

***Справаздача*** - жанр, які вельмі часта выходзіць на газетныя палосы. Аўтар справаздачы не абмяжоўваецца ў яго тэксце адказамі на пытанні, абавязковымі для нататкі. Яго мэта - паведаміць аб істотных падрабязнасцях падзеі, якія ён апісвае. Аб'ём тэксту ўзрастае, калі аўтар палічыць патрэбным суправаджаць паведамленне сваім каментаром і адзнакай. У справаздачы - свой прадмет адлюстравання: падзея, разгортвае ў часе, якое складаецца з шэрагу дэталяў [5,c.183].

Большасць падзей мае спецыфічную вусную форму выражэння зместу, іх можна пачуць, - калі публікуюць справаздачы аб канферэнцыі. У азетах выкарыстоўваюць розныя віды справаздачы. Найпросты з іх - прамая інфармацыйная справаздача. Нярэдка тут прыводзяць выступленні ўдзельнікаў падзеі - сустрэчы, канферэнцыі і г.д. - у сціслым пераказе, выкладзе найважнейшых думак і палажэнняў, перамяжоўваючы гэта цытатамі з самых цікавых выказванняў. Аўтарская ацэнка выступленняў выяўляецца ў адборы фактаў, дэталяў і падрабязнасцяў. Усё, што журналіст лічыць неістотным, ён пакідае за рамкамі справаздачы. Нярэдка аўтар справаздачы не толькі паведамляе пра падзею, але імкнецца і пракаментаваць яго. Ён адыгрывае ў сваім тэксце больш актыўную ролю. Яго каментар можа прымаць розную форму сціснутых характарыстык, якія даюць ўяўленне пра значэнне якога-небудзь выступлення ці пра рэакцыю на яго іншых удзельнікаў сустрэчы, або выяўляцца ў кароткіх аўтарскіх адступленнях і нават у сціснутай палеміцы з выступаў. Аднак у «Шлях перамогі» такая з’ява назіраецца рэдка, часцей за ўсё журналісты толькі падтрымліваюць уладу, або тых людзей, пра якіх ідзе размова ў справаздачы.

Выразныя моўныя сродкі асабліва часта ўжываюць у справаздачах аб падзеях, - пра народныя святы, спартыўныя спаборніцтвы і г.д. Для такіх справаздач характэрны эмацыйны стыль. Такіх прыкладаў насамрэч шмат: пачынаючы ад спаборніцтваў па валейболу, заканчваючы мерапрыемствамі ў дзіцячым садку.

Напрыклад, у нумары ад 22 лютага 2020 года, ёсць прыклад справаздачы – «Ставка – на взаимодействие». Тут журналістка паведамляе пра сустрэчу дэпутатаў з жыхарамі вёскі, пра пытанні, якія яны абмяркоўвалі: «*Как всегда акцент на безопасность людей сделал Александр Яхимович, начальник Вилейского РОЧС.<…>Специалисты по социальной работе Вилейского ТЦСОН рассказали о той помощи, которая сегодня оказывается гражданам, попадающим в трудную жизненную ситуацию».*

Адзін з самых папулярных жанраў газетнай публіцыстыкі - ***рэпартаж***. Папулярны і ў чытачоў, і ў журналістаў. Тлумачыцца гэта асаблівасцямі жанру, шырокімі магчымасцямі, як перад аўтарам тэксту, так і перад яго чытачом.

Прызначэнне рэпартажу ў параўнанні са справаздачай ўскладняецца. Рэпарцёр імкнецца хутчэй паказаць чытачу карціну падзеі на ўсіх этапах яго развіцця - ад пачатку да завяршэння, аператыўна ўзнавіць «гісторыю падзеі» як яго ўдзельнік.

Прадметам рэпартажу становіцца падзея, якая спалучае візуальную і вусную форму выражэння яго ўтрымання. Перад аўтарам стаіць няпростая задача: дамагчыся эфекту «прысутнасці» чытача на месцы падзеі. Гэта магчыма толькі пры прысутнасці самога аўтара на месцы падзеі. Яго роля вялікая: ён вядзе рэпартаж, становіцца часам не толькі сведкам падзеі, але часам нават яго ініцыятарам і арганізатарам [16, c.186].

Не ўсякая падзея вартая асвятлення ў рэпартажы. Крытэрый выбару падзеі - яго актуальнасць, грамадская значнасць. Апавяданне рэпарцёра павінна раскрыць чытачу нейкі новы бок рэчаіснасці, працэсу яе змены. Гэта прадвызначае адну з важных асаблівасцяў жанру - яго дынамічнасць. Найчасцей на старонках выдання «Шлях Перамогі» сустракаюцца рэпартажы з месцаў сельскагаспадарчых работ, дапоўненыя фотаздымкамі. Найчасцей – гэта тэмы пасяўной, уборкі ўраджаю, прыезд чыноўніка на ферму, дажынкі, або іншае мерапрыемства раённага маштабу. «Дзень жывёлавода – у Добравічах» («Шлях Перамогі», 2020, №11) – рэпартаж пра акцыю прафсаюза, у якім чыноўнік віншуе жывёлаводаў. Аўтар апісвае ўсё вельмі падрабязна, падзеі падаюцца ў арганічным парадку. Тэкст чытаецца хутка і лёгка.

Спецыфіка рэпартажу праяўляецца і ў яго стылі - эмацыйным, энергічным. Для яго характэрна актыўнае выкарыстанне сродкаў і прыёмаў вобразнага адлюстравання рэчаіснасці - яркага эпітэта, параўнанні, метафары і г.д. І, калі патрабуецца, нават некаторых сатырычных сродкаў. Эфект прысутнасці, як бы ўключае ў сябе эфект суперажывання: рэпартаж дасягне мэты ў тым выпадку, калі чытач разам з рэпарцёрам будзе захапляцца, абурацца, радавацца.

**3.1.2 Дыялагічныя жанры**

Інтэрв’ю, дыялог і гутарка ўтвараюць наступную групу - дыялагічных жанраў публіцыстыкі. У іх агульнае прызначэнне і спецыфічны прадмет адлюстравання - з дапамогай гэтых жанраў журналісты паведамляюць не толькі пра падзеі, але і пра погляды людзей пра гэтыя падзеі. А адрозніваюцца яны колькасцю ўдзельнікаў, іх роляй і метадамі атрымання інфармацыі.

У інтэрв’ю заўсёды ўдзельнічаюць два суразмоўцы – інтэрв’юер і інтэрв’юіруемы. Пры гэтым галоўную ролю адыгрывае інтэрв’юіруемы, у якога журналіст атрымлівае цікавую інфармацыю, а таксама даведваецца пра яго меркаванне. Гэтая роля змяняецца ў залежнасці ад выгляду інтэрв'ю, якое мяркуюць надрукаваць у газеце.

***Інтэрв***’***ю*** - размоўны жанр. Гэта прадвызначае яго стылістыку - свабодную, экспрэсіўную, насычаную яркімі параўнаннямі, характарыстыкамі і іншымі вобразнымі элементамі. І ў той жа час забяспечвае дакладнасць у перадачы інфармацыі [32, c.14].

Так як гэта мясцова прэса, то калектыў журналістаў імкнецца быць бліжэй да чытачоў, пагэтаму, такі жанр, як інтэрв’ю, сустракаецца нярэдка. Героямі найчасцей бываюць людзі, якія працуюць у сельскай гаспадарцы, перадавікі, выдатнікі вучобы, пераможцы конкурсаў альбо спаборніцтваў. Так у нумары ад 18 красавіка 2020 года на паласе размешчана інтэрв'ю пад назвай «Активист № 1 – Екатерина Красовская». Тэкст пабудаваны на пытаннях журналіста, вылучаных у газеце тлустым шрыфтам, і адказах гераіні. І ў канцы, як звычайна бывае, пажаданне герою публікацыі: *«Вот такая наша Катя. Надеемся, у нее все получится и в рядах офицеров МЧС появится эта ответственная и активная девушка».*

***Дыялог*** раней лічыўся разнавіднасцю інтэрв’ю. Але паступова выкрышталізаваліся яго прыкметы, якія даюць права лічыць яго самастойным жанрам публіцыстыкі. Ад інтэрв’ю ён адрозніваецца, перш за ўсё, колькасцю ўдзельнікаў - яно ўзрастае да трох. Акрамя вядучага-журналіста ў дыялогу прадстаўлены яшчэ двое ўдзельнікаў. У кожнага з іх - свая роля. Журналіст рыхтуе дыялог і пры неабходнасці вядзе яго, «падкідваючы» яго ўдзельнікам пытанні. А апошнія актыўна абмяркоўваюць актуальную праблему, абменьваючыся думкамі, адстойваючы свае пазіцыі.

Яшчэ больш узрастае роля журналіста, які бярэ ў рэдакцыі інтэрв’ю і які рыхтуе пра яе тэкст для газеты. Колькасць яе ўдзельнікаў не абмежавана і вызначаецца неабходнасцю больш поўнага асвятлення абранай тэмы ці праблемы. Прадстаўнік газеты адбірае ўдзельнікаў гутаркі і запрашае іх, інфармуючы аб яе тэме. Журналіст-вядучы пачынае абмеркаванне, ставіць перад яго ўдзельнікамі пытанні, усе свабодна выказваюць свае думкі. Перад аўтарам тэксту ўстае нялёгкая задача адабраць з запісу гутаркі самае актуальнае і аб'яднаць гэта ў адзінае цэлае, якое дае ўяўленне аб ходзе гутаркі. Насамрэч, у мясцовай прэсе такая з’ява – рэдкасць, і на старонках шматлікіх нумароў «Шлях Перамогі» дыялогі не былі заўважаны.

**3.1.3 Аналітычныя жанры**

У наступную шырокую групу сітуатыўна-аналітычных жанраў публіцыстыкі ўваходзяць каментарый, карэспандэнцыя, артыкул і агляд. У іх агульнае прызначэнне: аналіз сітуацый, якія ўзнікаюць і развіваюцца ў розных сферах жыцця грамадства. Гэтыя сітуацыі адрозніваюцца не толькі сваім характарам (палітычная, эканамічная, ваенная або псіхалагічная), але і сваім маштабам, яны могуць быць звязаныя з шырокім або абмежаваным рэгіёнам, закранаць жыццё буйных грамадскіх груп ці прыватнае жыццё грамадзян.

У ***каментарыі***, звязаным з канкрэтным дакументам, даецца толькі першасны аналіз сітуацыі, якая ўзнікла. Тут трэба адзначыць, што такі жанр не часта сустракаецца. Напрыклад, актуальную праблему разглядаюць у матэрыяле «Новые условия оплаты труда: главное, чтобы не меньше» («Шлях перамогі», 2020, №10). У тэксце апісваецца сітуацыя, якая можа закрануць не толькі жыхара Вілейкі ці раёна, тут назіраецца праблема больш глабальная.

У **карэспандэнцыі** аналіз паглыбляецца, становіцца маштабней. Яго прадметам становіцца лакальная, абмежаваная - часам або прасторай сітуацыя. Яна можа быць звязаная з любой вобласцю нашага жыцця. Яе аўтар імкнецца даць чытачу досыць поўнае ўяўленне аб узніклай сітуацыі - найважнейшых яе баках - і выказаць сваё меркаванне аб далейшым яе развіцці і магчымых яго выніках [5, c.190].Калі з каментарам сітуацыя яшчэ больш-менш зразумелая, то ў чыстым выглядзе карэспандэнцыі ў раённым выданні няма. Хутчэй за ўсё гэта аб'яднанне нататкі, справаздачы і каментарыя ў адно цэлае.

Найбольшай глыбіні аналізу журналіст можа дасягнуць у ***артыкуле***. Прадметам яго аналізу становіцца маштабная сітуацыя, якая ўзнікла ў палітыцы, эканоміцы або любой іншай вобласці жыцця грамадства. Звычайна такая сітуацыя звязаная з узнікненнем і пастаноўкай актуальнай праблемы, якая закранае інтарэсы многіх людзей.

Мэта артыкула вызначае асаблівасці не толькі яго зместу, але і яго формы - пабудовы і стылю. Нярэдка аўтар артыкула пачынае яе з характарыстыкі доследнай сітуацыі і звязанай з ёю праблемы, выкладае сваю ідэю яе рашэння і затым абгрунтоўвае яе правату (русізм), выкладаючы вынікі праведзенага аналізу. Для стылю артыкула, у адпаведнасці з яго мэтай, характэрныя дакладнасць фармулёвак, строгая паслядоўнасць у выкладзе думак аўтара, яго ідэі, сувязь з ёю фактаў, прыкладаў, якія выкарыстоўваюцца ў якасці довадаў.

Аднак журналісты мясцовых выданняў рэдка выкарыстоўваюць аналітычныя жанры, у тым ліку і артыкул. На старонках «Шлях Перамогі» аналітыка не назіраецца.

Прызначэнне **лістоў** у рэдакцыю гэтак жа разнастайнае, як і іх форма, тэматыка, змест і памеры. Іх аўтары - прадстаўнікі ўсіх сацыяльных груп і слаёў - могуць проста паведамляць рэдакцыі цікавую, на іх думку, інфармацыю аб фактах, падзеях і людзях, прасіць дапамогі і парадаў, крытыкаваць недахопы і прапаноўваць цікавыя тэмы, выказваць сваё меркаванне аб публікацыях газеты і расказваць пра сваё жыццё. Так, звычайна прапануюць чытачы тэмы для матэрыялаў раённай газеты – пішуць лісты або ў наш час тэлефануюць у рэдакцыю з той ці іншай тэмай. Для лістоў як жанру характэрна ўніверсальнасць – аб’ект і прадмет адлюстравання жыцця ў ім не маюць абмежаванняў. Яго значэнне ўзрастае ў сувязі з адкрытасцю ліста: пасля публікацыі яно становіцца адкрытым для ўсіх чытачоў. На апошняй старонцы «Шляху перамогі» стала традыцыяй публікацыя вершаў чытачоў. Некалькі год таму людзі проста дасылалі свае вершы або невялікія замалёўкі ў рэдакцыю і іх публікавалі. Цяпер рэдакцыйная калегія ўдасканаліла лісты: праводзіцца конкурс, а іменна, на старонцы публікуецца фотаздымак, звычайна гумарыстычны, і чытачы дасылаюць сваю творчасць. Яшчэ адна асаблівасць лістоў - адлюстраванне ў ім асобы аўтара, яго характару, асабістай цікавасці - ператварае яго ў чалавечы дакумент у газеце. Некаторыя аўтары лістоў у рэдакцыю і не разлічваюць на іх публікацыю.

**3.1.4 Мастацка-публіцыстычныя жанры**

***Замалёўка*** мае нямала агульнага з рэпартажам і нарысам. Але ў яе сваё, асаблівае прызначэнне: захаваць момант сустрэчы аўтара з кім-небудзь ці чым-небудзь - з іншым чалавекам, жывёлай або прыроднай з’явай. Яе прадмет адлюстравання - ўдзельнікі сустрэчы і сітуацыя, у якой яны апынуліся. Заўважым, што ў замалёўцы заўсёды паказаны два бакі - сам аўтар і тое, з чым ён сустрэўся: іншы чалавек ці людзі, жывёлы і г.д. Метады гэтага адлюстравання - апісанне дэталяў і падрабязнасцяў. Аўтар як бы аднаўляе карціну, якая паўстае перад ім у момант сустрэчы. Як рэпарцёр, аўтар замалёўкі імкнецца забяспечыць эфект прысутнасці чытача на месцы сустрэчы. І стылістыка замалёўкі падобная са стылістыкай рэпартажу, яе характарызуюць вобразныя параўнанні, яркія эпітэты, эмацыйнасць і дынамічнасць, імкненне захаваць - замаляваць знешні партрэт таго, з кім сустрэўся аўтар [32, c.16].

Трэба адзначыць, што замалёўкі часта дасылаюць чытачы: паведамляюць пра гісторыі з свайго жыцця, пра іх родныя вёскі, апісваюць цікавыя падзеі. Але матэрыял «Паўсотні праляцела вёснаў, паўсотні прамінула зім…» («Шлях Перамогі», 2020, №16) напісаны штатнай карэспандэнткай. Аўтар не шкадуе мастацкіх параўнанняў : «*Штаны бывала так адпрасуе, што, здаецца, муха аб канацік парэжацца, - дзеліцца жанчына*».

***Нарыс*** - адзін з найважнейшых жанраў публіцыстыкі. Найважнейшых - таму што патрабуе ад аўтара высокага прафесійнага майстэрства. І таму, што аўтары нарысаў заўсёды вырашаюць самыя складаныя задачы, якія ўзнікаюць перад імі ў адпаведнасці з магчымасцямі і асаблівасцямі гэтага жанру. Выбар нарысу журналістам вызначаецца прызначэннем гэтага жанру - паведамленне і паказ за ўсё, што акружае чалавека. Аб’ект нарысу - усё, што ўяўляе цікавасць для людзей: іх адносіны паміж сабой і з прыродай, вынікі іх дзейнасці і праблемы, якія паўстаюць перад імі, і г.д. Спецыфічны прадмет нарысу - чалавек. Калі рэпартаж мы можам назваць гісторыяй падзеі, то нарыс - гэта гісторыя чалавечага характару. У цэнтры нарысу - яго герой, чалавек ці людзі, якія складаюць калектыў [16, c.198].

Аб’ект ***фельетона*** - недахопы людзей, рысы іх характару, мэты і вынікі іх дзейнасці, якія наносяць шкоду іншым. Задача фельетона - дапамагчы ліквідаваць гэтыя недахопы, высмеяць іх носьбітаў.

Прадмет фельетона - канкрэтная лакальная сітуацыя. Фельетон звычайна мае дакладны адрас, у яго ёсць рэальны антыгерой - чалавек ці калектыў, арганізацыя, дзеянні якіх атрымліваюць грамадскае значэнне, прыносяць шкоду. Газеты звычайна друкуюць такія - адрасныя фельетоны, разлічваючы, што пасля іх публікацыі будуць прыняты меры да ліквідацыі абсмяяных недахопаў. Фельетаніст выкарыстоўвае ўсе магчымыя сродкі сатыры – іронію, сарказм, гратэск, гіпербалу і інш [16, c.198].

***Памфлет*** - сатырычны жанр, які з’яўляецца на старонках газет значна радзей фельетона. Яго прызначэнне - барацьба са з'явай, якія маюць рэзка адмоўнае значэнне для жыцця грамадства, або з чалавекам, які ўвасабляе гэту з'яву, дзяржаўным дзеячам, лідарам палітычнай партыі ці руху, прапаведнікам ілжывых ідэй і г.д. Памфлет маштабней фельетона, яго герой ўяўляе буйную сацыяльную групу, цэлую сістэму, ідэйны працягу. У Вілейскай раённай газеце памфлетаў няма і, праглядаючы нумары за прошлае дзесяцігоддзе, бачым тую ж карціну [16, c.199].

Да сатырычных жанраў прымыкаюць і некаторыя формы літаратурна-мастацкіх публікацый - ***пародыя*** і ***эпіграма***. Іх збліжае прызначэнне, мэта публікацыі - абсмейванне недахопаў. Аўтар пародыі імкнецца раскрыць недахопы паводзін чалавека або яго творы - вершы, апавяданні, газетныя артыкулы, вусныя выступленні, паказаць неабгрунтаванасць яго палітычных ці творчых прэтэнзій.

Ланцужок жанраў завяршае ***эсэ.*** Гэта жанр, які спалучае прыкметы многіх іншых жанравых форм. Яго прызначэнне - асэнсаванне ўсяго, што прыцягвае ўвагу аўтара: новых грамадскіх з'яў і працэсаў, ўзнікнення актуальных праблем, значэння яркіх фактаў і развіцця сітуацый у розных галінах жыцця грамадства і дзяржавы. Для эсэ характэрная маштабнасць, якая патрабуе значнага аб’ёму тэксту. Яго аўтар часта выкладае вынікі сваіх назіранняў і іх аналізу ў форме вольнага патоку думак.

Што датычыцца мастацкіх жанраў журналістыкі, такіх як, пародыя, эпіграма, нарыс, памфлет, фельетон, эсэ, то дадзеныя жанры амаль немагчыма сустрэць на старонках раённай газеты. Прычын тут можа быць некалькі: жаданне падаваць інфармацыю як можна прасцей - у форме нататкі або справаздачы; ці нежаданне журналістаў развіваць журналісцкі тэкст у больш мастацкія формы.

Сістэма жанраў газетна-часопіснай публіцыстыкі працягвае развівацца і ўзбагачацца. Узнікаюць новыя жанры, некаторыя старыя жанравыя формы адсоўваюцца на другі план, аднак на старонках мясцовай прэсы прыярытэт аддаецца інфармацыйным жанрам.

## 3.2 Стылістыка «малых жанраў» у сучасных рэгіянальных выданнях

Дыскурс раённай прэсы ўяўляе цікавасць для даследавання асаблівасцяў жанраў сучаснага маўленчага этыкету, бо менавіта СМІ сёння адлюстроўваюць як традыцыйныя, так і новыя з’явы камунікатыўнага абмену.

Асноўная функцыя мясцовай газеты - забяспечваць абмен інфармацыяй на той тэрыторыі, на якой яна выходзіць. Мясцовая (у тым ліку раённая) прэса забяспечвае інфармацыйны абмен у раёне, які спрыяе прадуктыўнаму развіццю рэгіянальнага культурна-інфармацыйнага і камунікацыйнага асяроддзя. Выконваючы універсальныя функцыі, характэрныя для СМІ ўсіх тыпаў (забяспечваць дыялог улады і насельніцтва, адукоўваць, забаўляць і г. д.), Раённыя газеты адрозніваюцца характарам выканання гэтых функцый, так як для іх важная «ідэя культурнай штодзённасці як функцыя, уласцівая менавіта правінцыі, у поле якой уваходзіць і ідэя тэрытарыяльнай супольнасці».

Асабліва ярка гэтая спецыфіка праяўляецца ў спецыяльных рубрыках раённых СМІ. Так званыя жанры штодзённага дыскурсу, сярод якіх - развітанне, просьба і загад, віншаванне, шкадаванне, спачуванне і г. д., Займаюць важнае месца на старонках раённых выданняў. Віншаванні і падзякі з’яўляюцца як на апошніх, так і на першых палосах газеты і часта суправаджаюцца фатаграфіямі і іншымі графічнымі элементамі. Сёння транслююцца падзеі паўсядзёнага жыцця, спрыяючы такім чынам стварэнню пэўных каштоўнасных установак у чытача. Дзякуючы «малым жанрам» газета скарачае дыстанцыю з чытачом і робіць падзеі асабістага жыцця грамадскімі.

Паняцце «малога жанру», несумненна, дапасавана да апісання мікрасістэмамі маўленчага этыкету, які традыцыйна разглядаецца як сукупнасць нацыянальна-спецыфічных ўстойлівых формул зносін. Малыя маўленчыя жанры, складюць мікрасістэму маўленчага этыкету, ўвасабляюць тыпізаваныя мадэлі, узоры арганізацыі ўзаемадзеяння ў розных фармальных і нефармальных сітуацыях. Іх асаблівасцю з’яўляецца функцыянаванне ў стэрэатыпных сітуацыях, якія абслугоўваюцца ў вялікай ступені моўнымі клішэ. Найбольш распаўсюджаныя жанры ў газеце - віншаванне, падзяка і спачуванне. Жанр віншавання рэалізуецца ў раённай прэсе ў трох асноўных відах:

1) на старонках размяшчаюцца афіцыйныя віншаванні з дзяржаўнымі і прафесійнымі святамі жыхароў раёна ад імя кіраўнікоў мясцовай улады;

2) рэдакцыя газеты па ўласнай ініцыятыве інфармуе сваіх чытачоў пра тое, што «ёсць нагода павіншаваць» і публікуе спісы імяніннікаў, юбіляраў, маладых мам, нованароджаных і г. д. (У выніку факт асабістага жыцця становіцца прадметам публічнага асвятлення і абмеркавання);

3) у рубрыцы аб’яў публікуюцца віншаванні, дасланыя чытачамі газеты ў адрас іх калег, сваякоў, сяброў; часта тэксты віншаванняў маюць рысы так званага наіўнага, гарадскога фальклору.

**3.2.1 Віншаваннi**

Адрасатам апошняга выгляду віншавання часцей за ўсё з’яўляюцца сваякі, сябры, калегі, суседзі аўтараў тэксту. Віншаванні публікуюцца пад спецыяльнай рубрыкай і маюць у сваёй структуры часцей за ўсё стандартныя кампаненты: падстава-адрасат-віншаванне. У падобных віншаваннях прасочваецца неўласцівае звычайнай гутарковай сітуацыяі зварот да роднага чалавека:

*«Дорогую жену, мамочку, бабушку — с Днем рождения!»* («Шлях перамогі», 2019, № 81). Родных людзей часта называюць па імені і па бацьку, выкарыстоўваючы пры гэтым прыметнікі з памяншальна-ласкальнымі суфіксамі, выказваючы, з аднаго боку, павагу да віншавальніка, у з другога - цёплыя пачуцці да яго. У подпісы нярэдка ўтрымліваецца пералік не толькі тэрмінаў сваяцтва, але і імёнаў родных і блізкіх як адзін з прыёмаў: *Любящие тебя жена, дочь, сын»* («Шлях перамогі», 2019, №75), *«Сестры Мария, Елена, Валентина, Татьяна и их семьи»* («Шлях перамогі»,2019, №45).

Калі адрасатам віншаванні становіцца газета, то віншаванні публікуюцца пад спецыяльнай рубрыкай «Усё аб усім» (газета «Шлях перамогі») і адрасатамі віншавання, як правіла, становяцца асобы высокага статусу. Дадзеныя тэксты віншавання будуюцца па наступнай тыпавой схеме: дата-нагода-адрасат-пажаданне.

**3.2.2 Спачуванні**

Жанр спачування прадстаўлены ў раённай газеце ў двух асноўных мадэлях:

1) зварот (адрасат) + выказванне спачування (тэма) + пажаданне + подпіс: *«Уважаемая Дюбайло Людмила Константиновна и Ваша семья. Примите искренние соболезнования в связи с постигшим Вас горем — преждевремепнной смертью любимого мужа, отца, дедушки. Мы вместе с Вами разделяем горечь и боль потери дорогого Вам человека «Руководство дошкольного учреждения г.Вилейка и Вилейского района»* («Шлях перамогі», 2020, №11).

2) адрасант + выказванне спачування + адрасат + прычына:

*«Администрация, профсоюзная организация УЗ «Вилейская ЦРБ» выражают искреннее соболезнование санитарке неврологического отделения Касперович Алине Александровне с связи со смертью мужа* («Шлях перамогі», 2019, №26).

Афіцыйныя спачуванні публікуюцца па строгім ўзоры, без факультатыўных кампанентаў. Важна адзначыць асаблівасці выкарыстоўваных дзеяслоўных формаў: сустракаюцца спачуванні ад 1-й асобы (мы разам з вамі раздзяляем боль, у гэты журботны час выказваем наша шчырае спачуванне) і ад 2-й асобы (прыміце шчырыя спачуванні).

**3.2.3 Падзякі**

Трыма тэматычнымі групамі прадстаўлены жанр падзякі:

1) падзяку за падтрымку і дапамогу ў жалобныя дні:

*«Огромное горе обрушилось на нашу семью — не стало дорогой, любимой, заботливой мамы, бабушки, сестры, тети Сергей Софии Альбертовны. Ее жизнь оборвалась безвременно и внезапно. В эти скорбные дни наше горе разделили родные, близкие, друзья, соседи, подруги, коллеги по работе. Особая благодарность коллективу ОАО «Стройдетали», бригаде скорой медпомощи, работникам ГУП «Вилейское ЖКХ» и всем-всем добрым людям, кто не оставил нашу семью в беде и помогал нам морально и материально. Низкий поклон вам, добрые люди. Пусть хранит вас и ваши семьи Господь»*(«Шлях перамогі», 2018, №74). У формуле гэтага тыпу часта выкарыстоўваюцца выразы «дай вам Бог», «нізкі вам паклон» як выраз адмысловай павагі;

2) падзяку ўрачам за аказаную дапамогу:

*«Низкий земной поклон вам, люди в белых халатах. Огромное спасибо заведующему главным отделом Вилейской ЦРБ Спиличенко Игорю Азоровичу за его золотые руки, доброе сердце, чуткое отношение к пациентам, за его старание творить чудеса. Также спасибо всем медсестрам, младшему медицинскому персоналу, работникам столовой. С уважением, пациент И. Шарафанович»* («Шлях перамогі», 2019, №73). У аснове ўсіх падзяк ёсць падрабязны аповяд пра хваробы, асабістая гісторыя адрасата становіцца вядомай усім чытачам раённага выдання;

3) падзяку мясцовай адміністрацыі або арганізацыям, а таксама іх кіраўнікам за дапамогу ў вырашэнні бытавых праблем:

*«Выражаю искреннюю благодарность председателю РСУП «Первый Белорусский» Сергею Александровичу Горбачевскому за внимание и заботу о пожилых людях, за то, что в повседневных хлопотах они находят время для тех, кто многие годы отдавал свои силы хозяйству. Крепкого здоровья и успехов в работе. Мария Васильевна Смеян»* («Шлях перамогі», 2019, №83).

Публікуючы жанры віншавання, спачуванні і падзякі, газета звяртае ўвагу чытача на ключавыя, так званыя «пераходныя» моманты жыццёвага цыклу кожнага чалавека: дзень нараджэння, дзень вяселля, дзень смерці і г. д.

Газета транслюе інфармацыю сваіх чытачоў пра гэтыя падзеі і тым самым фарміруе мадэлі паводзін у грамадстве, захоўваючы традыцыі ці ствараючы новыя звычкі.

**3.3 Спецыфіка сайта peramoga.by**

Рэгіянальныя СМІ спрабуюць развівацца не только ў друкаванай версіі, але і ў інтэрнэце. Раённае выданне «Шлях перамогі» даўно мае свой уласны інтэрнэт-сайт peramoga.by. Асноўныя рубрыкі сайта – «Короновирус», «Экономика», «Общество», «Происшествия», «Район», «Культура», «Спорт». Цікава, што асобнай рубрыкі «Палітыка» на сайце не існуе. Раз на тыдзень з’яўляецца «Тема недели/новости БелТА», дзе дубліруюцца навіны з інфармацыйнага агенцтва (такі ж самы матэрыял змяшчаецца і ў газеце).

Аднак, па выніках кантэнт-маніторынга было выяўлена, што матэрыялы газеты і сайта практычна не паўтараюцца. Інфарматыўнасць сайта значна вышэй, чым друкаванай версіі. На сайце большая разнастайнасць тэм.

## У эканамічнай рубрыцы падаюцца тэмы не толькі мясцовыя, але і рэспубліканскія – «[Некоторые виды сигарет в Беларуси подорожают с 1 мая](https://peramoga.by/novosti/sigarety-v-belarusi-podorozhajut-s-1-maya/)» (26.04.2021, peramoga.by). Што датычыцца перыядычнасці выхаду такіх публікацый, то гэта ў сярэднім два-тры разы на тыдзень. Для параўнання, у газеце часцей з’яўляюцца дадзенага роду матэрыялы, напэўна, за кошт розных табліц са статыстыкай, справаздач райвыканкама і проста публікацый, якія падрабязней распавядаюць на эканамічныя тэмы.

## Пра грамадства на сайце выходзяць матэрыялы значна часцей, чым на эканамічную тэму – 5-6 публікацый у суткі. Тэматыка самая разнастайная – ад арганізацыі выпускных вечароў у раёне да будаўніцтва кватэр у Вілейцы. Усе публікацыі сацыяльнай накіраванасці – гэта інфармацыйныя нататкі, больш ніякіх жанраў не выкарыстоўваецца.

## У раздзеле здарэнняў падаюцца кароткія зводкі ДАІ, МНС, МУС з паказальнымі ілюстрацыямі. Структура такіх тэкстаў складаецца звычайна з двух частак: што здарылася і якое пакаранне за гэта бывае.

## Так як газета раённая, то 80% матэрыялаў сайта можна аднесці да дадзенай рубрыкацыі. Раздзел «район» падобны да пункту геаграфічны фокус у кантэнт-аналізе «раённы фокус», але ж, газета раённая і заводзіць асобны падраздзел немэтазгодна.

## У «культуру» журналісты пішуць шмат нататак на розныя падзеі. Як правіла, гэта – справаздачы з канцэртаў, вынікі конкурсаў, узнагароджанне людзей. Прааналізаваўшы дадзеную катэгорыю, можна падкрэсліць, што на сайце пішуць больш суха і коратка, у адрозненні ад газеты, якая імкнецца расказаць як можна больш дробязей. Тое ж самае датычыцца і спорту.

## Тэма каронавірусу стаіць першай у радку рубрык і выдзелена вялікімі літарамі. Але там няма аўтарскіх матэрыялаў, толькі рэкамендацыі, як зберагчы сябе, «гарачыя лініі», куды можна пазваніць у Вілейцы, сусветная статыстыка, і спасылкі на апошнія навіны пра хваробу з іншых інтэрнэт-рэсурасаў.

**3.4 Асаблівасці афармлення сацыяльных сетак выдання**

Газета «Шлях перамогі» акрамя друкаванай версіі і сайта peramoga.by прадстаўлена амаль ва ўсіх сацыяльных сетках, акрамя Tik-tok. На сайце выдання размешчаны значкі ўсіх сацыяльных платформаў, на якія з дапамогай аднаго кліка можна трапіць. «Шлях перамогі» прадстаўлена ў Одноклассниках, ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, YouTube.

**3.4.1 Одноклассники**

Дадзеная сацыяльная сетка арыентавана на людзей старэйшага ўзросту, у асноўным жанчын. У Одноклассниках старонка «Шлях перамогі» зроблена не як група ці паблік, а як індывідуальны профіль. На «сцяне» размяшчаюцца спасылкі на матэрыялы сайта і фатаграфіі ўсё ж тыя ж, што і на сайце і ў друкаванай версіі. «Сяброў» у гэтага профіля больш за тры тысячы, але колькасць класаў і каментараў сумнае – класаў ад 0 да 6, з каментарыямі усё горш: актыўнасці не назіраецца ні ад рэдакцыі, ні ад чытачоў.

Нават, калі карыстальнік сацыяльнай сеткі пакідае каментар пад пастом, ніякага адказу на яго не атрымлівае. Варта адзначыць, што спроба ўключэння аўдыторыі з дапамогай апытання на навагоднюю тэму была прадпрынятая, паўдзельнічалі ў ім, праўда, усяго 14 чалавек з 3117 – гэта 0,4% карыстальнікаў. Такім чынам, можна срабіць вывад, что стан старонкі ў Одноклассниках у сумным стане.

**3.4.2 Вконтакте**

Група Вконтакте мае іншую назву, не аднайменнай назве газеты – «Вилейка. Новости». Тут зноў захоўваецца незразумелая тэндэнцыя ствараць не групу, а асабісты профіль. Магчыма, мэта гэтага дзеяння – кантакт з аўдыторыяй праз уласныя паведамленні, аднак невядома, ці піша хто-небудзь на гэту старонку, дзеля вырашэння нейкіх пытанняў ці прапанавання тэмы ў газету ці на сайт. Колькасць «сяброў» тут больш, чым у папярэдніх Одноклассниках – 3745. Запісы на сцяне ідэнтычныя тым, што і ў папярэдняй сацыяльная платформы. Захоўваецца і афармленне запісаў – спасылка на матэрыял на сайце, і ўсюды аднолькавыя фотаздымкі. Нават апытанне, праведзенае ў Одноклассниках, маецца на гэтай старонцы. Пытанне і варыянты адказаў захоўваюцца тыя ж. Але актыўнасць вышэй – 104 чалавекі ўдзельнічалі. Можна заўважыць, што дадзены профіль не вельмі папулярны, лайкаў мала, каментароў амаль няма, а калі і з’яўляюцца, то ніякай рэакцыі і водгуку рэдакцыі ў адказ на яго няма.

**3.4.3 Facebook**

З Facebook схема паўтараецца цалкам. Без лішніх слоў – сітуацыя такая ж, як і з вышэйпералічанымі сацыяльнымі сеткамі: ніякай арыгінальнасці, ніякай актыўнасці, каментары і лайкі пакідаюць жадаць лепшага. На дадзенай платформе знаў функцыянуе асабісты профіль пад назвай «Редакция Газеты», праўда, няма тлумачэнняў, якой газеты. Колькасць сяброў-падпісчыкаў тут вышэй, чым ў Одноклассниках і Вконтакте – 4341. Апошні запіс датуецца 17 лютага і там указана, што страніца «Редакция Газеты» перайшла ў групу – «Редакция газеты «Шлях перамогі». Падпісаны 323 чалавекі, аднак, галоўнае, што вядзенне сацыяльнай сеткі не змянілася – спасылкі і фотаздымкі з сайта захаваліся.

**3.4.4 Twitter**

У Twitter нічога новага нельга ўбачыць. Кожны твіт – гэта спасылка на сайт са знаёмымі фотаздымкамі, якія «вандруюць» ад адной платформы да іншай. Колькасць чытачоў – 75, тых, каго чытаюць – 31. Ні на адным твіты ні лайкаў, ні адказаў, ні рэпостаў. Сярод чытачоў і чытаных у большасці сваёй – іншыя раённыя газеты, нават не з Мінскай вобласці, выглядае, як узаемапіар раёнак краіны. Таксама сярод чытачоў заўважаны Андрэй Дмітрыеў – экс-кандыдат у прэзідэнты Беларусі.

**3.4.5 Instagram**

Профіль у Instagram адрозніваецца ад астатніх сацыяльных сетак газеты. Instagram – самая развітая платформа дадзенага выдання, колькасць падпісчыкаў 1200. Колькасць лайкаў вар’іруецца ад 20 да 120, што ўжо нашмат больш, чым у Одноклассниках, Вконтакте i Facebook. А вось з актыўнасцю аўдыторыі ў каментарыях ўсё не так добра. Амаль усе публікацыі застаюцца без адказа, аднак журналісты самі не пабуджаюць аўдыторыю на гэта. Не вызываюць на дыялог, не задаюць пытанні, не публікуюць фотаздымкі, якія б маглі вызваць рэзананс і хутка набраць папулярнасць. Але ёсць і правакацыйныя публікацыі, якія, як вядома, не застануцца без увагі. Напрыклад, запіс ад 20 жніўня 2020 года. Там малады чалавек трымае плакат з надпісам. Пост набраў рэкордную колькасць водгукаў – 48. Нажаль, рэдакцыя не пажадала ўдзельнічаць у спрэчцы і ніякім чынам не адпавядала падпішчыкам.

У Instagram няма спасылак на сайт: бывае пад фотаздымкамі пішацца кароткая інфармацыя, якая каментуе фотаздымак і прапануе больш падрабязна чытаць на сайце. Што датычыцца фатаграфій, то яны значна адрозніваюцца ад тых, што на сайце, у газеце і вышэйназваных сацыяльных сетках. Тут можна заўважыць і прыроду, і малюнак, і афішу, і памятку пра каронавіру, і фота ад чытачоў, і відэа. Нягледзячы на разнастайнасць фотаздымкаў, якасць некаторых пакідае жадаць лепшага: то герой не глядзіць у кадр, то гэта выразаны скрыншот з фатаграфіі, то быццам фота, зроблена на хаду ці з акна аўтамабіля. Мінус усіх раёнак – аднабаковы паказ сітуацыі, што добра можна заўважыць у профілі Instagram «Шлях перамогі». Зразумела, што любая раённая газета – гэта орган райвыканкама, але газета – гэта перш за ўсё сродак масавай інфармацыі і лепей было б, каб яна нейтральна дэманстравала абодва бакі.

**3.4.6 YouTube**

Падпішчыкаў на YouTube-канале – 153. Прагляды зусім розныя – на некаторых відэа скудныя – ад 50 да 400; ёсць некаторыя відэа, забраўшыя ад тысячы да 2 тысяч праглядаў. Рэкордную колькасць (17 тыс) мае відэа «Медведь бегает в Вилейском районе». Лайкаў і дызлайкаў у большасці відэа амаль па нулям. Большая частка відэа – гэта справаздача з нейкіх мерапрыемстваў, гэта значыць паказваецца, як спяваюць песні, кагосьці віншуюць, прамаўляюць тэкст і ўсё кавалкамі клеена. Ёсць відэа, які зняты вертыкальна, што глядзіцца недарэчна. Не знойдзена ніводнага роліка, дзе б акрамя справаздачы аб падзеях былі б хоць нейкія каментары ад людзей ці нават улады. Адзінае, што хоць больш-менш адрозніваецца ад нарэзкі відэаматэрыяла – гэта апытанне дзяцей, кім яны хочуць быць і кароткія ўспаміны ветэранаў. Але гэтага ўсё роўна недастаткова.

**3.4.7 Telegram**

Не так даўно пры націску на значок Telegram на сайце выдавалася памылка. Напэўна, была дадзена няправільная спасылка, бо гэта не можа быць новая старонка, таму што першы запіс датуецца 11 лютага 2020 года. У Telegram 31 падпісчык, і ў гэтым выпадку паўтараецца сітуацыя Одноклассников, Вконтакте, Facebook i Twitter: усе запісы – гэта спасылкі на сайт газеты. Подпісы ўсё ж тыя, фатаграфіі як і ўсюды.

**3.5 Стратэгічны план па працы ў сацыяльных сетках**

Можна зрабіць выснову, што ў рэдакцыі няма канкрэтнага чалавека, які б займаўся сацыяльнымі сеткамі і сайтам, калектыў рэдакцыі – 4 чалавека. А змясціць навіну з сайта ў сацыяльную сетку вялікай працы не складае. Сайт рэдакцыі, а таксама Одноклассники, Вконтакте, Facebook, Twitter і Telegram – гэта ўсё копіі друкаванага выдання з тымі жа матэрыяламі і фотаздымкамі. Усе заяўленыя на сайце сацыяльныя медыя існуюць, але да іх працы ёсць пэўныя пытанні. Да таго ж, можна было б пачаць працу ў адной з самых папулярных платформ – Тік-Ток.

Спачатку трэба вызначыцца з мэтавай аўдыторыяй для кожнай сацыяльнай сеткі (дадатак 6) [26, c. 88].

Пасля вызначэння мэтавай аўдыторыі, можна зразумець, для чаго патрэбна развіваць сацыяльныя медыя:

1. для прасоўвання выдання ў масы, шляхам уключэння новай, у прыярытэце маладой аўдыторыі;
2. з дапамогай сацыяльных сетак можна павялічыць трафік на сайт;
3. дзякуючы працы ў сацыяльных медыя можна прыцягнуць рэкламадаўцаў і тым самым зарабіць;
4. павысіць тыраж і папулярнасць друкаванай газеты.

Пасля таго, як былі пастаўлены канкрэтныя задачы, будуць прапанаваны ідэі развіцця кожнага сацыяльнага медыя ў адпаведнасці з развіццём медыярынку Беларусі і аб’ектыўнымі магчымасцямі «Шляху перамогі».

**3.5.1 Шляхі развіцця сацыяльных сетак**

Одноклассники трэба адаптаваць пад мэтавую аўдыторыю: старэйшае пакаленне. Разбаўляць рэгіянальныя навіны якімі-небудзь парадамі для аўдыторыі, напрыклад, рэцэптамі, лайфхамі садоўніка або інфармацыя для рыбака ці паляўнічага. На падставе гэтага кантэнту можна дадаць тэматычную рэкламу. Браць не толькі запазычаны кантэнт, але пісаць і здымаць самім. Таксама дадаваць больш інтэрактыву, напрыклад: «Падзяліцеся фатаграфіяй сваёй любімай хатняй жывёлы», «Раскажыце, за што вы любіце нашу газету», «Які ваш любімы фільм» і г.д.

Вконтакте можна было б ператварыць у своеасаблівае «Падслухана», дзе рэдакцыя размшчала бы лакальныя навіны ў простым стылі ці ў выглядзе мемаў, таксама гэта стала б месцам для размяшчэння рэкламы або аб’яваў. У дапаўненне, для прыцягнення ўвагі чытачоў можна было б правесці конкурс, пры ўмовах падпіскі на групу Вконтакте (ці іншую сацыяльную сетку) і групу партнёра, рэпост і каментар, тым самым змаглі бы прыцягнуць большую колькасць удзельнікаў.

Facebook можна было б ператварыць у дыскусійную пляцоўку, размяшчаць матэрыялы з намёкам на абмеркаванне, г.зн. задаваць пытанні «Што вы думаеце з гэтай нагоды?» і інш., «Выскажыце сваё меркаванне ў каментарыях». Напрыклад, задаецца вострасацыяльнае пытанне, чытачы выказваюць свае меркаванні ў каментарыях, а потым эксперт будзе на іх адказваць. Праз некалькі дзён на відэа запішуцца адказы эксперта.

Спецыфіка Twitter у тым, што свае меркаванне трэба ўмясціць толькі ў 140 сімвалаў. Дадзеная сацыяльная платформа можа служыць як выдатны інструмент для павелічэння трафіку на сайт або іншыя сацыяльныя сеткі. Галоўным сакрэтам прасоўвання твітаў з’яўляецца правільнае выкарыстанне хаштэгаў, з дапамогай якіх ахапіць не толькі сваіх падпісантаў, але і людзей, якія цікавяцца абранай тэмай. Таксама можна было б размяшчаць больш фота і відэа з невялікай інфарматыўнасцю на платформе.

З Іnstagram варта наогул убраць фатаграфіі, якія калі-небудзь былі ў газеце, дадаць больш здымкаў рэпартажных, пейзажных, партрэтных. І не забываць пра інстаграм-сторыс, у якіх, дарэчы, можна таксама правесці які-небудзь розыгрыш, пры гэтым зарабіўшы аўдыторыю сабе і партнёру-рэкламадаўцу. Таксама ў сторыс можна было б трансляваць, як праходзіць дзень у рэдакцыі, або сторыс з актуальных мерапрыемствах або здарэнняў. Іnstagram – гэта пляцоўка, у якой папулярны прамыя эфіры. Каб не пісаць вялікі рэпартаж пра нейкае мерапрыемства, можна весці з яго прамы эфір, пры гэтым падключаць людзей, якія там знаходзяцца, браць каментары ў арганізатараў і чыноўнікаў.

Відэа на YouTube патрабуюць дапрацоўкі. Зараз мантаж просты, пераходы не сучасныя. Акрамя справаздач аб праведзеных мерапрыемствах і ўзнагароджаняў лепшых з лепшых, можна было б праводзіць відэа-інтэрв’ю з папулярнымі мясцовымі жыхарамі, бліц-апытанні, сацыялагічныя апытанні на вуліцы, а таксама правесці знаёмства з рэдакцыяй. Плюс да ўсяго можна здымаць відэа пра людзей з незвычайнай прафесіяй, нестандартнай знешнасцю, шматдзетных бацькоў, і г.д. і праводзіць з героямі некаторы час, здымаць аповяд пра гісторыю іх жыцця, прафесію, незвычайны выпадак з жыцця.

Telegram будзе арыентаваны на кароткія зводкі навін, хуткую падачу інфармацыі, фота, кароткія відэа і, абавязкова, мемы. Маладую аўдыторыю з лёгкасцю можна прыцягнуць, калі падаваць інфармацыю з гумарам і іроніяй.

Для таго, каб усе вышэйпералічаныя ідэі мелі месца быць, рэдакцыі газеты «Шлях перамогі» варта было б задумацца пра запрашэнне ў свой калектыў прафесійнага спецыяліста па вядзенню сацыяльных сетак ці каму-небудзь з калектыву прайсці курс па SMM. Акрамя гэтага неабходна асвоіць мантаж відэа [13, с.56].

# Вывады па трэцяй главе:

1. Аналітычныя жанры зусім не выкарыстоўваюцца ў газеце.
2. Акрамя традыцыйных інфармацыйных і мастацка-публіцыстычных жанраў у «Шляху перамогі» з’яўляюцца «малыя жанры», характэрныя толькі для рэгіянальных выданняў: віншаванні, спачуванні, падзякі.
3. «Шлях перамогі» распаўсюджваецца і ў інтэрнэце: мае асабісты сайт і сацыяльныя сеткі.
4. Сайт больш інфармацыйна напоўнены, чем газета.
5. Сацыяльныя сеткі дубліруюць матэрыялы з сайта і не ствараюць новы кантэнт: выкарыстоўваюцца аднолькавыя фотаздымкі і тэкст.
6. Толькі ў Instagramз’яўляюцца новыя фотаграфіі, аднак некаторыя з іх бываюць дрэннай якасці.

**ЗАКЛЮЧЭННЕ**

Развіццё рэгіянальных СМІ, і ў прыватнасці прэсы, застаецца актуальнай задачай, якая павінна быць узведзена ў ранг дзяржаўнай палітыкі, стаць асновай сучаснай дэмакратычнай структуры агульнай інфармацыйнай прасторы.

Раённая газета з’яўляецца важнай часткай сістэмы сродкаў масавай інфармацыі. Разгледзеўшы асноўныя тэарэтычныя пытанні і правёўшы даследаванне, можна зрабіць вывад, што тэма дыплома застаецца актуальнай на сённяшні дзень. Першае на што звяртаюць увагу чытачы – мова выдання. Мова газеты павінна быць правільнай і ў той жа час простай і дакладнай, каб усе чытачы маглі зразумець тое, што хацеў данесці журналіст.

Аўтарытэтнасць і цікавасць выдання - а адсюль яго тыраж - шмат у чым тлумачацца ўменнем рэдакцыі газеты наладжваць сувязі са сваёй аўдыторыяй. У гэтых адносінах неабходна адзначыць актыўную дзейнасць шэрагу рэдакцыйных калектываў як культурных цэнтраў. Раённыя газеты вядуць актыўную працу па наладжванні зваротнай сувязі з аўдыторыяй. З гэтай мэтай арганізуюцца прамыя лініі, «круглыя сталы», выезды, тэматычныя сустрэчы, «Дні падпісантаў», урачыстыя мерапрыемствы з нагоды юбілею газеты, вядзецца рэгулярная праца з лістамі, публікуюцца агляды і падборкі, шмат чытачоў друкуюцца ў газеце.

Такая арганізацыя працы фарміруе меркаванне ў чытачоў, што з «раёнкай», а праз яе з усёй чытальніцкай аўдыторыяй, можна шчыра пагаварыць, задаць пытанне і атрымаць адказ, выказаць сваё меркаванне, паскардзіцца на несправядлівасць і атрымаць кваліфікаваную дапамогу, а часам проста падзяліцца сваім болем і бядой і знайсці ў гэтым сваё суцяшэнне. Карысць такіх матэрыялаў заключаецца ў іх канкрэтнасці. Спецыфікай ўсіх раённых газет, у тым ліку і вілейскай «Шлях перамогі» таксама з’яўляюцца шматлікія віншаванні і спачуванні, якія займаюць часам да двух палос газетнай плошчы.

Раённая газета мае свой асаблівы жанрава-тэматычны прыярытэт. Гэтыя асаблівасці былі разгледжаны ў дыпломнай працы, прааналізаваны ў кантэнт-аналізе і пацверджаны на прыкладах з газеты «Шлях перамогі».

З дапамогай кантэнт-аналізу, метадаў апісання, абагульнення, аналізу, метаду параўнання былі вырашаны задачы, пастаўленыя пры выкананні працы:

1) прааналізавана выкарыстанне жанраў у газеце «Шлях перамогі»;

2) разгледжаны стылістычныя асаблівасці выдання;

3) выяўлена спецыфіка выкарыстання сродкаў стылістычнай афарбоўкі тэкстаў газеты «Шлях перамогі»;

4) праведзены тэматычны аналіз матэрыялаў газеты «Шлях перамогі».

У выніку даследавання можна зрабіць наступныя вывады:

1) папулярнасцю ў раённай газеце карыстаюцца інфармацыйныя жанры: нататка, справаздача, рэпартаж і інтэрв’ю;

2) выкарыстанне эмацыянальна-экспрэсіўнай лексікі надае тэксту жывасці, уплывае на фарміраванне меркавання чытача;

3) у некаторых выпадках можна заўважыць, што журналістам не хапае карэктара, які б мог вычытваць тэксты і выпраўляць памылкі;

4) рэдакцыя газеты пытаецца ўзбагаціць выданне новымі жанрамі, аднак прыярытэт застаецца ў інфармацыйных жанраў і асобна ў мастацкай замаўлёўцы, аналітычныя жанры сустракаюцца рэдка;

5) важнае месца ў публікацыях раённай прэсы займае аграрная тэма, паколькі сельская гаспадарка з’яўляецца вядучай галіной вытворчасці ў большасці раёнаў;

6) вялікую ўвагу журналісты, якія працуюць у раённай прэсе надаюць сацыяльнай тэматыцы;

7) сацыяльныя сеткі дублююць кантэнт газеты, а інтэрнэт-сайт спецыялізуецца на сухіх нататках і справаздачах, але тэмы выкарыстоўвае іншыя.

Дынаміка сацыяльных патрабаванняў грамадства і аўдыторыі дыктуе раённай газеце неабходнасць пастаяннага пашырэння тэматыкі, ахопу ўсё больш разнастайных тэм і праблем, розных сфер жыцця раёна, у тым ліку ў вытворчасці, культуры, побыту.

Такім чынам, абапіраючыся на сказанае вышэй, можна зрабіць выснову, што раённае выдання з года ў год імкнецца ўзбагачацца як стылістычна, так і жанрава, аднак традыцыйныя рысы, уласцівыя толькі мясцовым выданням, застаюцца нязменнымі.

**СПІС ВЫКАРЫСТАНЫХКРЫНІЦ**

1) Булацкi, Р.В. Гісторыя беларускай журналістыкі: вучэб. дапам. / Р.В. Булацкі, І.І. Сачанка, С.В. Говін. – Мінск, 1979.

2) Вакуров, В. Н. Стилистика газетных жанров: учеб. пособие / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М. : Высшая школа, 1978. - 183 с.

3) Веснік БДУ. Серыя 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. - Мінск: БДУ. - 2016. - № 3. - С. 87-91.

4) Виноградов, А.Н. Истоки белорусской печати и журналистики / А.Н. Виноградов. – Минск: АОЛА, 2005. – 112 с.

5) Гуревич, С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

6) Дарашчонак, П.Л. Акруговыя газеты ў сістэме перыядычнага друку Беларусі 2-й паловы 20-х гг. ХХ ст. // Журналістыка–2009: матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысв. 65-годдзю факультэта журналістыкі; рэдкал.: С.В.Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. − Мінск, 2009. − С. 344–347.

7) [Жанрово-тематическая трансформация районной прессы (на примере борисовской газеты «Адзінства») / Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы : матэрыялы Рэсп. Навук.-практ. семінара, 2-3 чэрв. 2011 г, Мінск. Рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. Рэд.) і інш. – Мн.: Выд. Цэнтр БДУ, 2011. – С. 146-151.](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/19589/1/Tumilovich.PDF)

8) Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 95-годдзю БДУ (10–11 лістапада 2016 г., Мінск) / БДУ, Інстытут журналістыкі; рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : БДУ, 2016. - С. 15-19.

9) Іўчанкаў, В.І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В.І. Іўчанкаў. – Мінск : БДУ, 2003. – 257 с.

10) [Коршук, В. В. Информационная составляющая политики регионального развития Республики Беларусь / В. В. Коршук // 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. 324–328.](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/185588/1/324-328.pdf)

11) [Коршук, В. В. Социализация населения в современном региональном развитии Беларуси: информационный аспект / В. В. Коршук // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2018. – № 2. – С. 45–52.Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2018. – № 2. – С. 45–52.](https://journals.bsu.by/index.php/journalism/article/view/2389/1987)

1. Мисонжников, Б. Я. Журналистский текст как средство коммуникации // Социальное функционирование журналистики / Под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб : Изд-во “Час пик”, 2004. – 217 с.
2. Нікановіч, Д. Структурна-кампазіцыйны напрамак менеджменту кантэнту 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.
3. Основные типологические характеристики современной региональной прессы Беларуси / Н. В. Тумилович // Вестник БГУ. Серия 4. – 2013. – № 2.

15) Памяць: Гіст.-дакум. хроніка Вілейскага раёна. – Мн.: БелТА, 2003. – 704 с.: іл.

16) Розенталь, Д. Э. Стилистика газетных жанров / Д. Э Розенталь. – М. : Издательство Московского университета, 1981. – 230 с.

17) Распопова, С. С. Основы журналистской деятельности : учебник для бакалавров / С. С. Распопова. –— Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2017. –— 272 с.

18) Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 5 мая 2020 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш]. – Мінск: БДУ, 2020. – 473 с.

19) Свораб, А. К. Некаторыя тэндэнцыі афармлення раёнай газеты / А. Свораб //Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы : матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канферэнцыі, 27 кастрычніка / М-ва інфармацыі РБ, М-ва адукацыі РБ, БДУ, Фак. журналістыкі ; [рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш.]. – Мінск : ВЭВЭР , 2007. – С. 84.

20) Сердобинцева, Е. Н. Информационные жанры в журналистских текстах : учеб. пособие / Е. Н. Сердобинцева. –— Пенза : изд-во ПГУ, 2019. –— 81 с.

21) Сiлiна-Ясiнская, Т. У. Журнальная периодика : освоение регионов / Т. Сiлiна-Ясiнская // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы : матэрыялы Рэсп. навук-практ. семiнара, 2-3 чэрвеня 2011 г., Мiнск / [рэдкал.: С. В. Дубовiк (адк. рэд.) i iнш.]. – Мінск, 2011. – С. 181.

1. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: у 3-х ч. / А.Г. Слука. – Мінск, 2000. – Ч. 1.
2. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: у 3-х ч. / А.Г. Слука. – Мінск, 2004. – Ч. 2.
3. Слука, А.Г. Беларуская журналістыка: у 3-х ч. / А.Г. Слука. – Мінск, 2009. – Ч. 3.
4. Старасценка, Т.Я. Стылістыка беларускай мовы: вучэб. дапам. / Т. Я. Старасценка. – Мінск : РІВШ, 2013. – 212 с.
5. [Степанов, В. А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов.– Минск : БГУ, 2020. – 115 с. : ил.](https://elib.bsu.by/handle/123456789/247566)
6. Стральцоў, Б.В. Публіцыстычнасць інфармацыйных жанраў. / Б.В. Стральцоў. – Мінск : Выд-ва БДУ, 1973. – 216 с.
7. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. –— Москва : Аспект Пресс, 2000. –— 320 с.
8. Трансформация современной региональной прессы: жанрово-содержательный аспект / СМИ и современная культура : сб. мат. межд. науч.-практ. конф., посвящ. 90-летию заслуж. деятеля науки РБ, докт. филолог. наук, проф. Е.В. Бондаревой. – Мн., БГУ, 2012. – С. 418 – 425.
9. Тумилович, Н.В. Основы творческого мастерства: учебно-методический комплекс. – Мн.: БГУ, 2014. – 152 с.

31) Цікоцкі, М.Я. Культура мовы журналіста / М.Я. Цікоцкі. – Мінск : Выд-ва БДУ, 1988. – 102 с.

32) Цікоцкі, М. А. Стылістыка газетных жанраў: вучэб. дапам. / М. Я. Цікоцкі. – Мн. : БДУ, 2003. – 24 с.

# ДАДАТКІ

**Дадатак 1**

Спіс катэгорый кантэнт-аналізу і інструкцыя па іх кадаванню:

**11. Тэма матэрыяла**

1. Палітыка

2. Эканоміка

3. Сацыяльная сфера

4. Рэклама /Аб’явы

5. Забавы: анекдоты, гараскопы, красворды, цікавыя факты

г.д.

6. ТВ-праграма / Гарадская афіша

7. Іншае

**12. Калі тэма матэрыяла - палітыка**

1. Палітычныя інстытуты (галіны ўлады, палітычныя партыі і г.д.)

2. Электаральныя працэсы

3. Ідэалогія

4. Іншае

**13. Калі тэма матэрыяла – эканоміка**

1. Агульныя пытанні эканамічнага развіцця (ВУП, беспрацоўе/занятасць, узровень беднасці і г.д)

2. Сельская гаспадарка

3. Прамысловасць

4. Будаўніцтва

5. Гандаль і сфера паслуг

6. Транспарт

7. Камунальная гаспадарка

8. Банкаўская сістэма

9. Іншае

**14. Калі тэма матэрыяла – сацыяльная сфера**

1. Права (злачыннасць, дзейнасць суда і праваахоўных органаў)

2. Ахова здароўя

3. Насельніцтва (нараджальнасць /смяротнасць, дэмаграфічны склад)

4. Сацыяльнае забеспячэнне

5. СМІ

6. Мастацтва / культура

7. Навука і тэхналогіі

8. Адукацыя

9. Спорт

10. Экалогія

11. Свецкая хроніка

12. Стыль жыцця / Матэрыялы па інтарэсах (свабодны час; аўто, хатнія жывёлы, садоўніцтва, дамаводства и г.д.)

13. Іншае

**15. Суб'ект матэрыяла**

1. Прэзідэнт, Адміністрацыя Прэзідэнта

2. Савет Міністраў і галіновыя міністэрствы

3. Парламент

4. Судовая сістэма

5. Выканкам абласны

6. Выканкам мясцовы

7. Палітычныя партыі

8. Грамадскія аб’яднанні

9. Прадпрыемствы, фірмы

10. Установы адукацыі, культуры, навукі, медыцыны

11. СМІ

12. Прыватная асоба (уключаючы знакамітасцей, экспертаў, калі гэта не органы ўлады, партыі і арганізацыі, СМІ ці ўстановы)

13. У матэрыяле няма суб’екта

14. Іншае

**16. Дэмаграфічны фокус**

1. Моладзь

2. Беларусы

3. Пажылыя людзі

4. Жанчыны

5. Няма дэмаграфічнага фокусу

6. Іншае

**17. Географічны фокус**

1. Беларусь – Рэспубліканскі фокус

2. Беларусь – Абласны фокус

3. Беларусь – Рэгіянальны, мясцовы фокус

4. Беларусь – Гарадскі фокус

5. Замежны: краіны, якія гранічаць з Беларуссю

51. Расія

52. Украіна

53. Польшча

54. Літва

55. Латвія

6. Замежны: іншыя краіны

7. Міжнародны (адносіны Беларусі з іншымі краінамі)

8. Міжнародны (адносіны іншых краін паміж сабой)

9. Няма геаграфічнага фокусу

10. Іншае

**18. Пазіцыянаванне матэрыяла**

1. Адлюстроўвае пазіцыю беларускай улады

2. Адлюстроўвае пазіцыю беларускай палітычнай апазіцыі

3. Адлюстроўвае пазіцыю канкрэтнай палітычнай партыі / грамадскай арганізацыі

4. Адлюстроўвае пазіцыю прадпрыемства, установы

5. Адлюстроўвае пазіцыю рэдакцыі

6. Адлюстроўвае пазіцыю журналіста

7. Адлюстроўвае пазіцыю іншых СМІ

8. Адлюстроўвае пазіцыю ўласнай асобы

9. Пазіцыя адсутнічае

**19. Накіраванасць матэрыяла**

1. Апалагетычная

2. Крытычная

3. Змешаная

4. Нейтральная

**20. Форма аргументацыі**

1. Факталагічная

2. Эмацыйна-вобразная

3. Змешаная

4. Аргументацыя адсутнічае

**21. Выкарыстаныя крыніцы інфармацыі**

1. Інфармацыйныя агенцтвы

2. Інтэрнэт-рэсурсы

3. Прэс-служба органаў улады ці ўпраўлення (у тым ліку самі органы ўлады і ўпраўлення)

4. Інфарматар (афіцыйная ці прыватная асоба)

5. Іншыя СМІ

6. Ніводнай крыніцы, не ўказана

**22. Аўтар матэрыяла**

1. Журналіст

2. Рэдакцыя газеты

3. Інфармацыйнае агенцтва

4. Іншыя СМІ

5. Прэс-служба органаў улады і кіравання

6. Афіцыйная асоба (чыноўнік, кіраўнік дзяржпрадпрыемства, установы)

7. Палітык

8. Эксперт, вучоны

9. Чытач

10. Цяжка высветліць

11. Не напісана аўтарства

12. Іншае

**23. Тыт матэрыяла**

1. Навіны (апошнія 24 гадзіны)

2. Інфармацыйная нататка

3. Каментарый

4. Інтэрв’ю

5. Аналітычны матэрыял

6. Мастацкая нататка

7. Афіцыйны дакумент

8. Ліст чытача

9. Іншае

**24. Мова матэрыяла**

1. Беларуская

2. Руская

**25. Наяўнасць у матэрыяле данных сацыялагічных даследаванняў, статыстычных дадзеных**

1. Ёсць

2. Адсутнічаюць

**Дадатак 2**

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 5187/ 7. Дата публікацыі 23 снежня 2006/**

**8. Дзень тыдня серада/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 12/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.Вучы душу сваю любові | 3 |  |  | 13,рэлігія | 13 | 2 | 3 | 6 | 4 | 2 | 6 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 2. Ожерелье для красавицы | 3 |  |  | 12 | 12 | 2 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 3. Дарагія калегі | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 5 | 9,віншаванне | 1 | 2 |
| 4. Хрысціянам Вілейшчыны,  якія святкуюць Ражство Хрыстова  25 снежня! | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 5 | 9,віншаванне | 1 | 2 |
| 5. Дарагія парафіяне і жыхары Вілейшчыны! | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9,віншаванне | 1 | 2 |
| 6. У долгиновской перспективы нет альтернативы | 3 |  |  | 4 | 8 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 7. З Богам шырэй дарога | 3 |  |  | 13, рэлігія | 14, святары | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 8. Заглянем в святая святых | 3 |  |  | 2 | 12 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 9.Здароўе вяртаць людзі добрыя ўмеюць | 3 |  |  | 2 | 10 | 2 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 10.Праздник под Новый год | 3 |  |  | 8 | 10 | 6,дзеці | 4 | 6 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 11. Откровенно о главном | 3 |  |  | 12 | 12 | 5 | 9 | 8 | 1 | 2 | 6 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 12. Живет, не ожидая «манны небесной» | 3 |  |  | 12 | 12 | 5 | 3 | 6 | 4 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 13. Талент свечкай гарыць, і яго не патушыць | 3 |  |  | 6 | 12 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 14. Непреходящая страсть к песне | 3 |  |  | 6 | 12 | 3 | 4 | 8 | 1 | 2 | 6 | 9 | 6 | 2 | 2 |
| 15. Будучыя алімпійцы трэніруюцца ў Вілейцы | 3 |  |  | 9 | 14, спартоўцы | 2 | 1 | 9 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 16. Мы голосовали в овальном зале | 1 | 1 |  |  | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 10 | 2 | 2 | 2 |
| 17. Узімку – пра «Сіняе лета.. » | 3 |  |  | 6 | 14,сустрэча | 5 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 2 | 1 | 2 |
| 18. Чтоб ребенка никогда не подстерегла беда | 3 |  |  | 2 | 14, дзеці | 4 | 1 | 8 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 19. Навіны раёна – ад сімпатычнага паштальёна | 3 |  |  | 12 | 12 | 2 | 4 | 9 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 |
| 20. Новый год настаёт | 3 |  |  | 12 | 13 | 5 | 9 | 9 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9 | 2 | 2 |
| 21. Праздничные рецепты | 7, рэцэпты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 22.Прямая линия | 2 |  | 7 |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 11 | 9 | 2 | 2 |
| 23. Всё обо всем | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (  23 публікацыі (асобных матэрыялаў) | 1-4  2-1  3-16  7-2 | 1-1  3-1 | 7-1 | 2-3  4-1  6-3  8-1  9-1  12-5  13-2 | 3-1  6-4  8-1  10-2  12-7  13-2  14-4 | 1-2  2-12  4-1  5-4  6-1 | 1-3  2-1  3-12  4-3  9-2 | 1-9  6-3  8-6  9-3 | 1-10  4-11 | 2-11  3-4  4-6 | 3-1  4-13  6-7 | 1-13  5-2  8-1  9-1  10-1  11-3 | 2-7  3-3  6-6  9-5 | 1-10  2-11 | 1-1  2-20 |

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 5187/ 7. Дата публікацыі 30 снежня 2006/**

**8. Дзень тыдня субота/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб**’**ём газеты 20/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.Уважаемые жители Вилейщины! | 3 |  |  | 13,новы  год | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 5 | 9,  віншаванне | 2 | 2 |
| 2. Православным верующим | 3 |  |  | 13,  каляды | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 5 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 3. Уважаемые жители и гости Вилейки  И Вилейского района! | 3 |  |  | 13, новы год | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 6 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 4. Сталі ў дружны карагод і сустрэлі  Новы год | 3 |  |  | 6 | 10 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 5. Звёзды – на удачу | 3 |  |  | 5 | 11 | 5 | 3 | 5 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 6. «Достойно завершает Минщина уходящий  Год» | 2 |  | 9,  вынікі |  | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 6 | 5 | 2 | 1 |
| 7. «Настроим на милосердие наши сердца» | 3 |  |  | 13, новы год | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 6 | 6 | 6 | 2 | 2 |
| 8. «Пусть слово «Родина» всегла ассоциируется у вас с родительским домом» | 3 |  |  | 13, новы год | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 6 | 6 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 9. Сняжана «злавіла» першы снег | 3 |  |  | 12 | 12 | 1 | 9 | 9 | 4 | 4 | 4 | 11 | 6 | 1 | 2 |
| 10.Разам з Дзедам Марозам і «Суквеццем» | 3 |  |  | 6 | 10 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 6 | 10 | 2 | 1 | 2 |
| 11. Президент Беларуси принял участие в новогодней  Благотворительной акции «Наши дети» | 3 |  |  | 13, дзеці | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 12. Юность в сапогах | 3 |  |  | 13, армія | 14, ваенны камітэт | 6 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 13. Спорт накануне Рождества | 3 |  |  | 9 | 12 | 2 | 4 | 6 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 14. Теленеделя | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. На дороге в гололед аккуратность вас спасет! | 3 |  |  | 13, аварыі | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 6 | 3 | 2 | 2 |
| 16. Беседы с домовёнком | 3 |  |  | 12 | 12 | 2 | 9 | 8 | 4 | 4 | 6 | 10 | 6 | 2 | 2 |
| 17. Ім родная ніва славай аддзячвае | 2 |  | 2 |  | 12 | 2 | 3 | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 |
| 18. «Камедыя» – гэта не толькі смешна… | 3 |  |  | 6 | 10 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 6 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 19. І зноў у «Натхнення»натхненне! | 3 |  |  | 12 | 10 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 20. Навагодняя сустрэча | 3 |  |  | 6 | 13 | 5 | 9 | 9 | 4 | 4 | 6 | 10 | 6 | 1 | 2 |
| 21. Перад Калядамі | 3 |  |  | 12 | 13 | 1 | 9 | 9 | 4 | 4 | 6 | 9 | 6 | 1 | 2 |
| 22. Когда на планете хозяева -дети | 3 |  |  | 8 | 10 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 6 | 9 | 2 | 2 | 2 |
| 23. Пусть книги друзьями заходят в дома… | 3 |  |  | 8 | 10 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 24. Что в имени тебе моем? | 3 |  |  | 12 | 12 | 5 | 9 | 8 | 4 | 2 | 4 | 10 | 6 | 2 | 2 |
| 25. Время определяться, за кого… | 1 | 2 |  |  | 12 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 26. Сесія раённага Савета дэпутатаў | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 6 | 11 | 2 | 1 | 2 |
| 27. Открыли праздники заплывом… | 3 |  |  | 9 | 12 | 1 | 4 | 9 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 28. Нужны планете газовые сети | 2 |  | 7 |  | 9 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 29. Буднично-празднично | 2 |  | 7 |  | 9 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 30. Есть победа! | 2 |  | 7 |  | 9 | 2 | 3 | 9 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 31. Всегда на посту | 3 |  |  | 13, МУС | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 32. Для нас – горячая пора | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 33. Когда и тринадцать – число счастливое | 3 |  |  | 13, МНС | 12 | 2 | 3 | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 34. 2006 год: падзеі і людзі | 3 |  |  | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 35. Нить Александры | 2 |  | 5 |  | 9 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 36. «Шлях перамогі» віншуе сяброў | 3 |  |  | 12 | 12 | 2 | 3 | 9 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 37. В Новый год с новым телевизором | 3 |  |  | 13, рэкламны тэкст | 9 | 5 | 3 | 9 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9, рэклама | 2 | 2 |
| 38. Год радости и удачи | 3 |  |  | 12 | 13 | 2 | 9 | 9 | 4 | 4 | 6 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 39. С новым годом | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 12, шмат аўтараў | 9, віншаванне | 1 | 2 |
| 40. Подаркі от «МебельСтар» | 3 |  |  | 13,рэкламны тэкст | 9 | 5 | 3 | 9 | 4 | 4 | 6 | 12, арганізацыя | 9, рэклама | 2 | 2 |
| 41. УП «Ромашка» поздравляет всех… | 1 | 3 |  |  | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 42. Беларусбанк | 1 | 3 |  |  | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 43. Магазин «Компьютеры и комплектующие» поздравляет всех вилейчан с Рождеством и Новым годом! | 1 | 3 |  |  | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9, віншаванне | 2 | 2 |
| 44. «У век касмічны, век складаны я летапіс зямлі пішу! » | 3 |  |  | 12 | 12 | 2 | 1 | 9 | 1 | 3 | 6 | 1 | 2 | 2 |  |
| 45. Всё обо всем | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (  45 публікацый (асобных матэрыялаў) | 1-6  2-6  3-31  6-1  7-1 | 2-1  3- | 2-1  5-1  7-3  9-1 | 4-1  5-1  6-4  8-2  9-2  12-8  13-13 | 1-1  2-3  5-1  6-8  9-9  10-6  11-1  12-10  13-2  14-1 | 1-7  2-29  4-1  5-5  6-1 | 1-5  2-1  3-21  4-15  9-7 | 1-15  4-12  5-1  6-1  8-4  9-10 | 1-17  4-26 | 1-12  2-6  3-9  4-10 | 1-1  3-3  4-16  6-23 | 1-19  3-1  5-2  6-6  8-1  9-2  10-4  11-6  12-2 | 2-10  3-5  4-2  5-1  6-15  9-10 | 1-12  2-31 | 1-1  2-42 |

**Выніковая табліца (колькасць матэрыялаў) за 2006 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **68 матэрыялаў** | 1-10  2-7  3-47  6-1  7-3 | 1-1  2-1  3-8 | 2-1  5-1  7-4  9-1 | 2-3  4-2  5-1  6-7  8-3  9-3  12-13  13-15 | 1-1  2-3  3-1  5-1  6-12  8-1  9-9  10-8  11-1  12-17  13-4  14-5 | 1-9  2-34  4-2  5-9  6-2 | 1-8  2-2  3-33  4-18  9-9 | 1-24  4-12  5-1  6-4  8-10  9-13 | 1-27  4-37 | 1-12  2-17  3-13  4-16 | 1-1  3-4  4-29  6-30 | 1-32  3-1  5-4  6-6  8-2  9-3  10-5  11-9  12-2 | 2-17  3-8  4-2  5-1  6-21  9-15 | 1-22  2-42 | 1-2  2-62 |

**Выніковая табліца (%) за 2006 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя  дадзеныя:  **68 матэрыялаў** | 1-14,7  2-10.3  3-69.1  6-1.47  7- 4.41 | 1-10  2-10  3-80 | 2-14,3  5-14,3  7-57,1  9-14,3 | 2-6,4  4-4,3  5-2,13  6-14,9  8-6,38  9-6,38  12-27,7  13-31,9 | 1-1,56  2-4,69  3-1,56  5-1,56  6-18,75  8-1,56  9-14,1  10-12,5  11-1,56  12-26,56  13-6,25  14-7,81 | 1-14,1  2-53,1  4-3,13  5-14,1  6-3,13 | 1-12,5  2-3,13  3-51,56  4-28,1  9-14,1 | 1-37,5  4-18,75  5-1,56  6-6,25  8-15,63  9-20,3 | 1-42,2  4-57,8 | 1-18,75  2-26,56  3-20,3  4-25 | 1-1,56  3-6,25  4-45,3  6-46,9 | 1-50  3-1,56  5-6,25  6-9,4  8-3,13  9-4,69  10-7,81  11-14,1  12-3,13 | 2-26,56  3-12,5  4-3,13  5-1,56  6-32,8  9-23,4 | 1-34,4  2-65,6 | 1-3,13  2-96,87 |

****

****

**Дадатак 3**

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 6278/ 7. Дата публікацыі 30 сакавіка 2011/**

**8. Дзень тыдня серада/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 8/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1. Квартиры для птиц | 3 |  |  | 10 | 12 | 1 | 3 | 9 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 2. Удачы на «Балтыйскай лізе!» | 3 |  |  | 9 | 12 | 1 | 4 | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 3. Жыллё – у рэгіёны | 2 |  | 4 |  | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 4. Агрокомбинат «Снов»:новации  и традиции | 2 |  | 2 |  | 9 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 5 | 2 | 1 |
| 5. Тарыфы вызначаюцца самастойна | 2 |  | 6 |  | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| 6. Пяць медалёў Любові Чаркашынай | 3 |  |  | 9 | 12 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 7. Светлана Деруго: «Это часть нашей  общей культуры» | 3 |  |  | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 8. От Куренца – до Олькович: по кругу | 3 |  |  | 13,  добраўпа-  радкаванне | 6 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 9,  рэпартаж | 2 | 2 |
| 9. Хто зноў разбіў сэрца Вілляны? | 3 |  |  | 1 | 14,  помнік | 5 | 4 | 6 | 4 | 2 | 6 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 10. Виноваты ли псы, киски, что остались  без «прописки»? | 3 |  |  | 12 | 14, жывёлы | 6 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 5 | 2 | 1 |
| 11. От лампочки до тротуара | 2 |  | 7 |  | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 10 | 8 | 2 | 2 |
| 12. Призвание от Бога | 3 |  |  | 2 | 12 | 5 | 4 | 8 | 1 | 2 | 6 | 10 | 6 | 2 | 2 |
| 13. Велікодны роспіс у Доме рамёстваў | 3 |  |  | 6 | 10 | 2 | 3 | 6 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 14. Как стеклодувы создавали историю | 3 |  |  | 13, гісторыя | 14, завод | 6 | 3 | 8 | 1 | 3 | 2 | 9 | 6 | 2 | 2 |
| 15. Поэзию и лирику любите | 3 |  |  | 6 | 12 | 1 | 4 | 8 | 1 | 2 | 4 | 9 | 9, вершы | 2 | 2 |
| 16. С этой службой шутки плохи | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 1 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 17. На все Его воля и милосердие | 3 |  |  | 12 | 14, мерапрыемства | 6 | 4 | 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 18. Экологический налог уплатите в срок | 2 |  | 7 |  | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 7 | 2 | 1 |
| 19. Металлолом для «Вторчермета» | 2 |  | 3 |  | 6 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 6 | 7 | 2 | 1 |
| 20. Поддержка – малому бизнесу | 2 |  | 5 |  | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 21. Не станьте “включенным» в цепь… | 2 |  | 9, элетрасетки |  | 14, электрычны ток | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 22. «Выгодные» предложения наизнанку | 3 |  |  | 1 | 12 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 23. Будьте внимательны – нефтепродуктопровод! | 2 |  | 3 |  | 14,нафтапрадуктаправод | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 6 | 5 | 7 | 2 | 2 |
| 24. Бухгалтерский баланс ОАО «Зенит-БелОМО» за 2010 год | 7, статыстыка |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 25. Годовой отчет эмитента ценных бумаг | 7, справаздача |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 26. Все обо всем | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (  26 публікацыі (асобных матэрыялаў) | 2-9  3-14  7-3 |  | 2-1  3-2  4-1  5-1  6-1  7-2  9-1 | 1-2  2-1  4-1  6-2  9-2  10-1  12-2  13-3 | 1-1  2-5  6-3  9-1  12-6  10-1  14-6 | 1-4  2-13  5-3  6-3 | 1-5  2-1  3-10  4-7 | 1-13  4-1  6-2  8-6  9-1 | 1-11  4-12 | 1-7  2-6  3-8  4-2 | 2-1  3-8  4-10  6-4 | 1-9  3-3  5-2  6-2  8-2  9-2  10-2  11-1 | 1-2  2-6  3-1  4-1  5-2  6-4  7-4  8-1  9-2 | 1-6  2-17 | 1-5  2-18 |

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 6357/ 7. Дата публікацыі 2 красавіка 2011/**

**8. Дзень тыдня субота/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 12/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.Есть перспектива у Союза | 1 | 4, саюзная  дзяржава |  |  | 14,  саюзная  дзяржава | 2 | 51 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 2. Дорогие белорусы и россияне! | 7,  віншаванне |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. Здравствуй, мир! | 3 |  |  | 6 | 12 | 1 | 3 | 9 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 4. Робот против человеческого  фактора | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 9,  рэпартаж | 2 | 2 |
| 5. Человек проходит как хозяин? | 3 |  |  | 13,смецце | 6 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 5 | 2 | 2 |
| 6. ОСВОД всегда на помощь  придет | 3 |  |  | 13, ратаў  нікі | 8 | 5 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 7. Капля за каплей: учимся экономить | 3 |  |  | 10 | 13 | 2 | 1 | 8 | 4 | 2 | 6 | 9 | 6 | 2 | 2 |
| 8. Идем в сад с улыбкой | 3 |  |  | 8 | 14, дзеці | 4 | 4 | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 9. Хто такі Юні-Юні? | 3 |  |  | 6 | 14, кнігі | 2 | 1 | 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 2 | 1 | 2 |
| 10.Планета в ритме времени | 5, цікавыя  факты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11. Тэлетыдзень | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12. Нарочь и Илья им доверяют | 3 |  |  | 13, міліцыя | 12 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 13. В тройке лучших - наши | 3 |  |  | 9 | 12 | 1 | 2 | 8 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 14. Чемпион – «Завод Флометр» | 3 |  |  | 9 | 12 | 2 | 3 | 9 | 4 | 3 | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 15. Адрес выгодных покупок уже  в Вилейке | 2 |  | 5 |  | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 6 | 10 | 6 | 2 | 2 |
| 16. «Я люблю ГАИ» | 3 |  |  | 6 | 14, мерапрыемства | 1 | 3 | 9 | 4 | 2 | 6 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 17. Усё аб усім | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18. Рэклама | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (  18 публікацыі (асобных матэрыялаў) | 1-1  2-2  3-10  4-1  5-1  6-1  7-2 | 4-1 | 2-1  5-1 | 6-3  8-1  9-2  10-1  13-3 | 6-1  8-1  9-2  12-4  13-1  14-4 | 1-3  2-8  4-1  5-1 | 1-2  2-3  3-5  4-2  51-1 | 1-5  4-1  8-4  9-3 | 1-6  4-7 | 1-2  2-4  3-7 | 1-1  3-1  4-7  6-4 | 1-9  8-2  9-1  10-1 | 1-1  2-4  3-2  5-1  6-4  9-1 | 1-1  2-12 | 2-13 |

**Выніковая табліца (колькасць матэрыялаў) за 2011 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **44 матэрыялы** | 1-1  2-11  3-24  4-1  5-1  6-1  7-5 | 4-1 | 2-2  3-2  4-1  5-2  6-1  7-2  9-1 | 1-2  2-1  4-1  6-5  8-1  9-4  10-2  12-2  13-6 | 1-1  2-5  6-4  8-1  9-3  10-1  12-10  13-1  14-10 | 1-7  2-21  4-1  5-4  6-3 | 1-7  2-4  3-15  4-9  51-1 | 1-18  4-2  6-2  8-10  9-4 | 1-17  4-19 | 1-9  2-10  3-15  4-2 | 1-1  2-1  3-9  4-17  6-8 | 1-11  2-6  3-1  4-1  5-2  6-4  7-4  8-3  9-3  10-1 | 1-3  2-10  3-3  4-1  5-3  6-8  7-4  8-1  9-3 | 1-7  2-29 | 1-5  2-31 | |

**Выніковая табліца (%) за 2011 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **44 матэрыялы** | 1-2,27  2-25  3-54,5  4-2,27  5-2,27  6-2,27  7-11,3 | 4-100 | 2-18,2  3-18,2  4-9,1  5-18,2  6-9,1  7-18,2  9-9,1 | 1-8,3  2-4,2  4-4,2  6-20,8  8-4,2  9-16,7  10-8,3  12-8,3  13-25 | 1-2,78  2-13,9  6-11,1  8-2,78  9-8,3  10-2,78  12-27,8  13-2,78  14-27,8 | 1-19,4  2-58,3  4-2,78  5-11,1  6-8,3 | 1-19,4  2-11,1  3-41,7  4-25  51-2,78 | 1-50  4-5,56  6-5,56  8-27,8  9-11,1 | 1-47,2  2-52,8 | 1-25  2-27,8  3-41,7  4-5,56 | 1-2,78  2-2,78  3-25  4-47,2  6-22,2 | 1-30,56  2-16,7  3-2,78  4-2,78  5-5,56  6-11,1  7-11,1  8-8,3  9-8,3  10-2,78 | 1-8,3  2-27,8  3-8,3  4-2,78  5-8,3  6-22,2  7-11,1  8-2,78  9-8,3 | 1-19,4  2-80,6 | 1-13,9  2-86,1 |

****

**Дадатак 4**

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 4748/ 7. Дата публікацыі 6 ліпеня 2016/**

**8. Дзень тыдня серада/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 8/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.На высокім узроўні і ў адпаведнасці  з законам | 1 | 2 |  |  | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 2. І ціхі наш зялёны гарадок падаўся  нават большым, чым Зямля… | 3 |  |  | 6 | 14, свята  горада | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 6 | 1 | 9, рэпартаж | 1 | 2 |
| 3. Прямая телефонная линия | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 4. В разгаре лето – время думать о  школе | 3 |  |  | 8 | 12 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 |
| 5. …А летом думаем о санях | 2 |  | 4 |  | 13 | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 6. И вновь о деноминации | 2 |  | 8 |  | 14, нацбанк | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 2 | 2 | 1 |
| 7. Как вести себя в жару? | 3 |  |  | 2 | 13 | 2 | 1 | 9 | 4 | 1 | 4 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 8. Словно в сказке побывала Вилейка | 3 |  |  | 6 | 14, фестываль | 1 | 4 | 6 | 1 | 2 | 6 | 1 | 9, рэпартаж | 2 | 2 |
| 9.Ад чыстага сэрца, простымі словамі | 3 |  |  | 12 | 12 | 5 | 3 | 8 | 4 | 4 | 4 | 6 | 6 | 1 | 2 |
| 10.Липневичи – наш причал родной | 3 |  |  | 12 | 14, свята вёскі | 3 | 3 | 8 | 1 | 2 | 6 | 11 | 6 | 2 | 2 |
| 11. Красный крест помогает | 3 |  |  | 2 | 8 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 8 | 3 | 2 | 2 |
| 12. Почему пустуют «антикризисные»  комнаты? | 3 |  |  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 1 |
| 13. Семья - семье | 3 |  |  | 4 | 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 14. «Край верасоў» | 3 |  |  | 6 | 12 | 2 | 4 | 8 | 1 | 2 | 4 | 11 | 2 | 1 | 2 |
| 15. С выгодой для себя и без вреда  природе | 3 |  |  | 10 | 14, лес | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 6 | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 16. Выполнение задач обеспечено | 3 |  |  | 13, МНС | 14, МНС | 5 | 4 | 9 | 4 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 17. Удакладненне | 1 | 1 |  |  | 12 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 6 | 11 | 9 | 1 | 2 |
| 18. Усё аб усім | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (18 публікацыі)(асобных матэрыялаў) | 1-3  2-3  3-12  7-1 | 1-1  2-1  3-1 | 4-1  8-1 | 1-1  2-2  4-1  6-3  8-1  10-1  12-2  13-1 | 1-1  2-1  6-1  8-1  10-1  12-4  13-2  14-6 | 1-2  2-11  3-1  5-3 | 1-5  2-2  3-5  4-5 | 1-9  4-1  6-1  8-3  9-3 | 1-7  4-10 | 1-7  2-5  3-2  4-3 | 3-3  4-7  6-7 | 1-3  3-1  5-1  6-4  8-4  11-4 | 2-9  3-2  6-2  7-1  9-3 | 1-5  2-12 | 1-3  2-14 |

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 4848/ 7. Дата публікацыі 16 ліпеня 2016/**

**8. Дзень тыдня субота/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб'ём газеты 16/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.У Касуту – «На петушкі» | 3 |  |  | 13,  рэлігія | 12 | 2 | 3 | 8 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 1 | 1 |
| 2. Вылучэнне кандыдатаў у члены Савета  Рэспублікі Нацыянальнага сходу Беларусі… | 1 | 1 |  |  | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 3. За дні шторму ў Беларусі пацярпелі 37 чалавек | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 4. Премии Союзного государства | 3 |  |  | 6 | 12 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 5. Согласно утвержденного плана работ | 1 | 2 |  |  | 12 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 6. Дело государственной важности и праздника | 1 | 2 |  |  | 12 | 3 | 3 | 8 | 1 | 2 | 6 | 9 | 6 | 2 | 2 |
| 7. продукция – сбыт – деньги - развитие | 2 |  | 3 |  | 9 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 1 |
| 8. Тэлетыдзень | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9. Найлепшыя лесарубы – у Вілейцы | 3 |  |  | 13, лясгас | 9 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 6 | 1 | 3 | 1 | 2 |
| 10. Работа, в которой нет мелочей | 3 |  |  | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 6 | 6 | 2 | 2 |
| 11. На гостеприимной солигорской земле | 3 |  |  | 6 | 8 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 12. Падзеі і людзі, якія адзначаліся ў ліпені | 3 |  |  | 12 | 12 | 1 | 4 | 6 | 1 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 13. … и легкий бриз в летний зной | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 6 | 3 | 1 | 1 | 1 | 6 | 5 | 2 | 2 | 2 |
| 14. На живописном берегу водохранилища | 3 |  |  | 9 | 9 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 6 | 6 | 2 | 2 |
| 15. Гродно- Вилейка - Витебск | 3 |  |  | 9 | 12 | 1 | 1 | 8 | 4 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 16. Я – часцінка твая | 3 |  |  | 6 | 14,  Свята вёскі | 2 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 8 | 6 | 1 | 2 |
| 17. Первые выпускники патриота | 3 |  |  | 9 | 8 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 18. Без книги, как без солнца | 3 |  |  | 12 | 13 | 5 | 9 | 8 | 4 | 4 | 6 | 8 | 6 | 2 | 2 |
| 19. Корона не слетела | 2 |  | 5 |  | 12 | 2 | 4 | 6 | 4 | 2 | 6 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 20. Уборка урожая – без травм | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 6 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 21. Не так страшна вода, как человеческая беспечность | 3 |  |  | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 6 | 2 | 2 | 1 |
| 22. Реклама | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23. Усё аб усім | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выніковыя дадзеныя (  23 публікацыі (асобных матэрыялаў) | 1-2  2-3  3-14  4-1  6-1  7-1 | 1-1  2-2 | 2-1  3-1  5-1 | 1-2  6-3  9-3  12-2  13-4 | 2-5  8-2  9-4  12-7  13-1  14-1 | 1-5  2-12  3-1  5-1  6-1 | 1-4  2-1  3-10  4-4  9-1 | 1-9  3-2  4-2  6-2  8-5 | 1-10  4-10 | 1-6  2-7  3-5  4-2 | 1-1  3-2  4-10  6-7 | 1-9  3-3  5-1  6-3  8-3  9-1 | 2-9  3-1  4-2  6-8 | 1-7  2-13 | 1-3  2-17 |

**Выніковая табліца (колькасць матэрыялаў) за 2016 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **41 матэрыял** | 1-6  2-5  3-26  4-1  6-1  7-2 | 1-2  2-3  3-1 | 2-1  3-1  4-1  5-1  8-1 | 1-3  2-2  4-1  6-6  8-1  9-3  10-1  12-4  13-5 | 1-1  2-6  6-1  8-3  9-4  10-1  12-11  13-3  14-7 | 1-7  2-23  3-2  5-4  6-1 | 1-9  2-3  3-15  4-9  9-1 | 1-18  3-2  4-3  6-3  8-8  9-3 | 1-17  4-20 | 1-13  2-12  3-7  4-5 | 1-1  3-5  4-17  6-14 | 1-12  3-4  5-2  6-7  8-7  9-1  11-4 | 2-18  3-3  4-2  6-10  7-1  9-3 | 1-12  2-25 | 1-6  2-31 |

**Выніковая табліца (%) за 2016 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **41 матэрыял** | 1-14,6  2-12,2  3-  63,4  4-2,43  6-2,43  7-4,88 | 1-33,3  2-50  3-16,7 | 2-20  3-20  4-20  5-20  8-20 | 1-11,5  2-7,69  4-3,85  6-23,1  8-3,85  9-11,5  10-3,85  12-15,4  13-19,2 | 1-2,7  2-16,2  6-2,7  8-8,1  9-10,8  10-2,7  12-29,7  13-8,1  14-18,9 | 1-18,9  2-62,2  3-5,4  5-10,8  6-2,7 | 1-24,3  2-8,1  3-40,5  4-24,3  9-2,7 | 1-48,6  3-5,4  4-8,1  6-8,1  8-21,6  9-8,1 | 1-45,9  4-54,1 | 1-35,1  2-32,4  3-18,9  4-13,5 | 1-2,7  3-13,5  4-45,9  6-37,8 | 1-32,4  3-10,8  5-5,4  6-18,9  8-18,9  9-2,7  11-10,8 | 2-48,6  3-8,1  4-5,4  6-27,02  7-2,7  9-8,1 | 1-32,4  2-67,6 | 1-16,2  2-83,8 |

****

**Дадатак 5**

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 4385/ 7. Дата публікацыі 7 красавіка 2021/**

**8. Дзень тыдня серада/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 16/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1. Медаль Петра Зайцева | 3 |  |  | 9 | 12 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 6 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 2. В Вилейке продолжается сезон  весенних ярмарок | 3 |  |  | 12 | 14,ярмарка | 2 | 4 | 9 | 4 | 4 | 6 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 3. Не соблюдать инструкции по  охране труда - дорого | 2 |  | 9,ахова  працы |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 4. Прямые линии | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 5. Семейное (не) благополучие | 3 |  |  | 1 | 12 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 6. Веснавы дзень, што год корміць | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 1 | 1 |
| 7. Работать как единый часовой  механизм | 3 |  |  | 12 | 10 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 6 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 8. Выбрал ветеринарию – и не жалею» | 3 |  |  | 12 | 12 | 1 | 3 | 8 | 4 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 9. Что читаем, сёрфим и как создаем контент | 3 |  |  | 5 | 14, моладзь | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 10. «Счётным работником» называет себя  Татьяна Мамай | 3 |  |  | 12 | 12 | 5 | 4 | 8 | 4 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 11. «Капитошка» и юная вилейская звездочка | 3 |  |  | 6 | 12 | 2 | 4 | 8 | 1 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 |
| 12. В центре внимания - мототранспорт | 3 |  |  | 1 | 14, ДАІ | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 11 | 2 | 2 | 1 |
| 13. Обязательный аудит | 2 |  | 8 |  | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 11 | 7 | 2 | 1 |
| 14. Усё аб усім | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. Чтобы очень много знать, надо много  прочитать | 3 |  |  | 12 | 14, кнігі | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| 16. 28 каштанаў, ці прылятайце птушкі | 3 |  |  | 10 | 10 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 6 | 11 | 2 | 1 | 2 |
| 17. Дзень творчасці ў аздараўленчым лагеры | 3 |  |  | 6 | 10 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 9 | 2 | 1 | 2 |
| Выніковыя дадзеныя (  17 публікацый (асобных матэрыялаў) | 1-1  2-3  3-12  7-1 | 3-1 | 2-1  8-1  9-1 | 1-2  5-1  6-2  9-1  10-1  12-5 | 2-1  6-2  9-1  10-3  12-5  14-4 | 1-5  2-10  5-1 | 1-2  3-8  4-6 | 1-9  4-3  8-3  9-1 | 1-8  4-8 | 1-4  2-5  3-5  4-2 | 2-1  3-3  4-8  6-4 | 1-8  5-1  8-1  9-1  11-5 | 1-1  2-6  4-1  6-5  7-3 | 1-3  2-13 | 1-3  2-13 |

**Назва газеты Шлях перамогі/ 1. Тып газеты 3/ 2. Форма ўласнасці 1 / 3. Перыядычнасць два разы ў тыдзень/**

**4. Заснавальнік 1,2 / 5. Наяўнасць інтэрнэт-сайта 1/ 6. Тыраж газеты 4498/ 7. Дата публікацыі 10 красавіка 2021/**

**8. Дзень тыдня субота/ 9. Памер газетнага ліста 1/ 10. Аб’ём газеты 16/**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название статьи / № п/п** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| 1.Вы растите, сосны! | 3 |  |  | 10 | 14, лес | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 2. Решение Вилейского районного  Исполнительного комитета от  5 апреля 2021 г. №486 | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 3. Прямые линии | 1 | 3 |  |  | 6 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 6 | 11 | 7 | 2 | 2 |
| 4. Прафесійныя прыступкі Галіны Лукша | 3 |  |  | 8 | 12 | 3 | 3 | 6 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 1 | 2 |
| 5. Выстоявшие и выжившие в аду | 3 |  |  | 13,гісторыя | 14, гістарычная  падзея | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 6 | 8 | 6 | 2 | 2 |
| 6. Пришли и поклонились | 3 |  |  | 12 | 12 | 1 | 3 | 8 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 7. Тэлетыдзень | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. Изюминка “Татьяны» – уединение и  деревенский быт | 2 |  | 9, бізнэс |  | 12 | 2 | 3 | 8 | 1 | 2 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 9. С 1 февраля 2021 года размер субсидии… | 2 |  | 1 |  | 13 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 6 | 11 | 7 | 2 | 1 |
| 10. За олимпийский цикл оценка – «отлично»! | 3 |  |  | 9 | 10 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 11. Медаль высшей пробы – для тренера | 3 |  |  | 9 | 12 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 2 | 2 |
| 12. Один из лучших педагогов-психологов области работает в Вилейке | 3 |  |  | 8 | 12 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 13. Олимпиадная арифметика | 3 |  |  | 8 | 10 | 2 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 14. Проверяли масочный режим. В магазинах | 3 |  |  | 2 | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 15. Как подготовились к посевной? | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 7 | 2 | 2 |
| 16. Выпал из печи – и сжег дом | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 10 | 2 | 2 | 2 |
| 17. В Мильче гнали самогон | 3 |  |  | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 10 | 2 | 2 | 2 |
| 18. Если вы пострадали от чернобыльской катастрофы… | 2 |  | 1 |  | 12 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 19. За безопасность вместе! | 3 |  |  | 13, МНС | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 2 |
| 20. Годовой отчет ОАО «Стешицы» | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 6 | 11 | 7 | 2 | 1 |
| 21. Отчет о прибылях и убытках за период с 1 января по 31 декабря 2020 года | 2 |  | 2 |  | 9 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 6 | 11 | 7 | 2 | 1 |
| 22. Рэклама | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23. Усё аб усім | 7, аб’явы,  віншаванні, спачуванні |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24. У вас родился ребенок | 3 |  |  | 3 | 12 | 2 | 3 | 9 | 4 | 1 | 3 | 11 | 9, справаздача | 2 | 2 |
| 25. «Путь к истокам» – путь к успеху | 3 |  |  | 8 | 10 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 6 | 8 | 6 | 2 | 2 |
| 26.А вы хотите стать краеведом? | 3 |  |  | 6 | 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 27. «Ах, ты хлеба «не хачу»? дык цябе я навучу… | 3 |  |  | 12 | 14, вершы | 2 | 9 | 9 | 4 | 4 | 6 | 1 | 8 | 1 | 2 |
| Выніковыя дадзеныя (  27 публікацый (асобных матэрыялаў) | 1-2  2-6  3-16  4-1  6-1  7-1 | 3-2 | 1-2  2-3  9-1 | 1-1  2-1  3-1  6-1  8-4  9-2  10-1  12-2  13-3 | 2-3  6-2  9-4  10-4  12-7  13-1  14-3 | 1-3  2-19  3-2 | 1-3  2-2  3-10  4-8  9-1 | 1-12  4-7  6-1  8-2  9-2 | 1-10  4-14 | 1-12  2-3  3-5  4-4 | 3-7  4-9  6-8 | 1-12  5-2  8-2  10-2  11-6 | 2-10  3-1  6-5  7-6  8-1  9-1 | 1-2  2-22 | 1-4  2-20 |

**Выніковая табліца (колькасць матэрыялаў) за 2021 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **44 матэрыялы** | 1-3  2-9  3-28  4-1  6-1  7-2 | 3-3 | 1-2  2-4  8-1  9-2 | 1-3  2-1  3-1  5-1  6-3  8-4  9-3  10-2  12-7 13-3 | 2-4  6-4  9-5  10-7  12-12  13-1  14-7 | 1-8  2-29  3-2  5-1 | 1-5  2-2  3-18  4-14  9-1 | 1-21  4-10  6-1  8-5  9-3 | 1-18  4-22 | 1-16  2-8  3-10  4-6 | 2-1  3-10  4-17  6-12 | 1-20  5-3  8-3  9-1  10-2  11-11 | 1-1  2-16  3-1  4-1  6-10  7-9  8-1  9-1 | 1-5  2-35 | 1-7  2-33 |

**Выніковая табліца (%) за 2021 год**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** |
| Выніковыя дадзеныя:  **44 матэрыялы** | 1-6,81  2-20,5  3-63,6  4-2,27  6-2,27  7-4,54 | 3-100 | 1-22  2-44  8-11  9-22 | 1-10,7  2-3,57  3-3,57  5-3,57  6-10,7  8-14,3  9-10,7  10-7,14  12-25  13-10,7 | 2-10  6-10  9-12,5  10-17,5  12-30  13-2,5  14-17,5 | 1-20  2-72,5  3-5  5-2,5 | 1-12,5  2-5  3-45  4-35  9-2,5 | 1-52,5  4-25  6-2,5  8-12,5  9-7,5 | 1-45  4-55 | 1-40  2-20  3-25  4-15 | 2-2,5  3-25  4-42,5  6-30 | 1-50  5-7,5  8-7,5  9-2,5  10-5  11-27,5 | 1-2,5  2-40  3-2,5  4-2,5  6-25  7-22,5  8-2,5  9-2,5 | 1-12,5  2-87,5 | 1-17,5  2-82,5 |

**Дадатак 6**

Аналіз мэтавай аўдыторыі сацыяльных сетак

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сацыяльная платформа** | **Пол аўдыторыі** | **Сярэдні ўзрост аўдыторыі** |
| Одноклассники | Большасць жанчыны (55%), мужчыны – 45% | Ад 25 да 65 |
| Вконтакте | У дадзеным выпадку прыкладна 50/50 | Ад 16 да 40 |
| Facebook | Жанчыны – 58%, мужчыны – 42 % | Ад 20 да 50 |
| Twitter | Большую папулярнасць мае сярод мужчын (60%) | Ад 20 да 40 |
| Instagram | У прыярытэце жанчыны – больш 75% | Ад 18 да 35 |
| YouTube | Тут 50/50 | У сувязі з вялікм багаццем кантэнту, YouTube могуць глядзець людзі любога ўзросту, так як магчыма падабраць відэа на свій густ. Але патэнцыяльнай аўдыторыяй з’яўляюцца людзі ад 16 да 45. |
| Telegram | Лідэрства ў мужчын – больш за 60% | Ад 18 да 40 |
| Tik-Tok | Пол тут не іграе выключную ролю – кантэнт падходзіць усім – 50/50 | Асноўныя карыстальнікі – гэта моладзь ад 13 да 17 (больш за 40%). |