

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра периодической печати и веб-журналистики

СТАШКЕВИЧ
Анны Александровны

**РАЙОННАЯ ГАЗЕТА «МАЯК ПРЫДНЯПРОЎЯ»
В МЕДИАСИСТЕМЕ РЕГИОНА**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент
Н. А. Зубченко

Допущена к защите

« ___ » _____ 2021 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,
кандидат филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| РЕФЕРАТ | 3 |
| РЭФЕРАТ | 4 |
| АБСТРАКТ | 5 |
| ВВЕДЕНИЕ | 6 |
| ГЛАВА 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ | 9 |
| 1.1 Региональные СМИ: функции и задачи..... | 9 |
| 1.2 Пути развития региональной прессы в условиях конвергенции | 16 |
| Выводы по главе 1 | 21 |
| ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ БЕЛАРУСИ | 23 |
| 2.1 Этапы становления..... | 23 |
| 2.2 Газета «Маяк Прыдняпроўя»: история деятельности | 26 |
| 2.3 СМИ Могилевского региона: направления информационной работы..... | 31 |
| Выводы по главе 2..... | 36 |
| ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ГАЗЕТЫ «МАЯК ПРЫДНЯПРОЎЯ» | 38 |
| 3.1 Приоритетная проблематика..... | 38 |
| 3.2 Жанровое наполнение..... | 43 |
| 3.3 Графическая концепция издания..... | 46 |
| Выводы по главе 3..... | 53 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 55 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 58 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 62 |

РЕФЕРАТ

Объем работы (с приложениями) – 73

Количество приложений – 12

Количество использованных источников – 38

Ключевые слова: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ, СОВРЕМЕННОЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВО, КОНВЕРГЕНЦИЯ, ГАЗЕТА «МАЯК ПРЫДНЯПРОЎЯ», ПРИОРИТЕТНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА, ЖАНРОВОЕ НАПОЛНЕНИЕ, ГРАФИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ИЗДАНИЯ.

Объект исследования – районная газета «Маяк Прыдняпроўя» в современном медиaproстранстве Могилевского региона.

Предметом дипломного исследования являются приоритетная проблематика, жанровое наполнение, графическая концепция газеты «Маяк Прыдняпроўя».

Цель исследования – выявление направлений информационной деятельности районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» в медиасистеме Могилевского региона.

Для достижения *цели* поставлены следующие *задачи*: обозначить теоретические направления исследования региональных изданий в современном медиaproстранстве; рассмотреть особенности становления и развития газеты «Маяк Прыдняпроўя» в системе СМИ Беларуси и медиасистеме Могилевского региона; выявить особенности приоритетной проблематики, жанрового наполнения и графической концепции издания «Маяк Прыдняпроўя».

В дипломной работе использованы общенаучные *методы* исследования – описательный, конкретно-исторический, сравнительно-сопоставительный, контент-аналитический, метод аналогии, метод констатации.

Результаты дипломной работы могут быть использованы в практической деятельности редакции газеты «Маяк Прыдняпроўя» для дальнейшего улучшения качества журналистской продукции; материалы исследования могут быть внедрены в учебный процесс факультета журналистики БГУ.

Научный анализ проведен самостоятельно и носит творческий характер. Автор подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы.

РЭФЕРАТ

Аб'ём працы (з дадаткамі) – 73

Колькасць дадаткаў – 12

Колькасць выкарыстаных крыніц – 38

Ключавыя словы: РЭГІЯНАЛЬНЫЯ ВYДАННІ, СУЧАСНАЯ МЕДЫЯПРАСТОРА, КАНВЕРГЕНЦЫЯ, ГАЗЕТА «МАЯК ПРЫДНЯПРОЎЯ», ПРЫЯРЫТЭТНАЯ ПРАБЛЕМАТЫКА, ЖАНРАВАЕ НАПАЎНЕННЕ, ГРАФІЧНАЯ КАНЦЭПЦЫЯ ВYДАННЯ.

Аб'ект даследавання – раённая газета «Маяк Прыдняпроўя» ў сучаснай медыяпрасторы Магілёўскага рэгіёна.

Прадметам дыпломнага даследавання з'яўляюцца прыярытэтная праблематыка, жанравае нападўненне, графічная канцэпцыя газеты «Маяк Прыдняпроўя».

Мэта даследавання – выяўленне напрамкаў інфармацыйнай дзейнасці раённай газеты «Маяк Прыдняпроўя» ў медыясістэме Магілёўскага рэгіёна.

Для дасягнення *мэты* пастаўлены наступныя *задачы*: пазначыць тэарэтычныя напрамкі даследавання рэгіянальных выданняў у сучаснай медыяпрасторы; разгледзець асаблівасці станаўлення і развіцця газеты «Маяк Прыдняпроўя» ў сістэме СМІ Беларусі і медыясістэме Магілёўскага рэгіёна; выявіць асаблівасці прыярытэтной праблематыкі, жанравага нападўнення і графічнай канцэпцыі выдання «Маяк Прыдняпроўя».

У дыпломнай працы выкарыстаны агульнанавуковыя *метады* даследавання – апісальны, канкрэтна-гістарычны, параўнальна-супастаўляльны метады, кантэнт-аналітычны, метады аналогіі, метады канстатацыі.

Вынікі дыпломнай працы могуць быць выкарыстаны ў практычнай дзейнасці рэдакцыі газеты «Маяк Прыдняпроўя» для далейшага паляпшэння якасці журналісцкай прадукцыі; матэрыялы даследавання могуць быць уключаны ў вучэбны працэс факультэта журналістыкі БДУ.

Навуковы аналіз праведзены самастойна і носіць творчы характар. Аўтар пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы.

ABSTRACT

Total amount of the work (with the applications) – 73

Number of applications – 12

Number of sources used – 38

Keywords: REGIONAL PUBLICATIONS, MODERN MEDIA SPACE, CONVERGENCE, THE NEWSPAPER «MAYAK PRYDNYAPROYA», PRIORITY ISSUES, GENRE CONTENT, GRAPHIC CONCEPT OF THE PUBLICATION.

The object of the study is the district newspaper «Mayak Prydnyaproya» in the modern media space of the Mogilev region.

The subject of the thesis research is the priority issues, genre content, graphic concept of the newspaper «Mayak Prydnyaproya».

The purpose of the study is to identify the areas of information activity of the district newspaper «Mayak Prydnyaproya» in the media system of the Mogilev region.

To achieve the *goal*, the following *tasks* are set: to identify the theoretical directions of research of regional publications in the modern media space; to consider the features of the formation and development of the newspaper «Mayak Prydnyaproya» in the media system of Belarus and the media system of the Mogilev region; to identify the features of the priority issues, genre content and graphic concept of the publication «Mayak Prydnyaproya».

The thesis uses general scientific research *methods* – descriptive, concrete-historical, comparative-comparative, content-analytical, the method of analogy, the method of statement.

The results of the thesis can be used in the practical activities of the editorial office of the newspaper «Mayak Prydnyaproya» to further improve the quality of journalistic products; the research materials can be included in the curriculum of the BSU Faculty of Journalism.

The scientific analysis was carried out independently and is of a creative nature. The author confirms the reliability of the materials and results of the thesis.

ВВЕДЕНИЕ

Любое государство стремится обеспечить приоритет интересов в собственном информационном пространстве. С этим связано и то, что местная пресса с момента появления не теряет свою значимость. В исследованиях по методологии журналистики понятия «местный», «периферийный», «региональный» – это синонимы, использующиеся в отношении областной, городской или районной печати.

При этом само понятие регион трактуется как административно-территориальная единица, а региональная пресса – как периодические издания, выходящие и распространяемые в пределах определенной территории. Одним из основных критериев для региональной прессы смело можно считать территориальный фактор, определяющий структурные характеристики такой журналистики, а также условия ее функционирования.

Региональная пресса – один из самых значительных сегментов информационного поля. Наука уделяет особое внимание региональным средствам массовой информации, потому что они находятся на границе взаимодействия общества и власти, влияют на мышление людей, способствуют социально-экономическому развитию регионов нашей страны.

Региональные медиа – часть системы государственного управления, ведь они являются органами исполнительных комитетов. Государственная региональная пресса выступает важнейшим инструментом реализации информационной политики страны, идеологической работы в регионах, играет значительную роль в формировании общественного мнения.

Развитие перспективных направлений регионов – главная задача социально-экономической стратегии Беларуси. Воплощение в жизнь задач регионального развития, как и любого стратегически важного для государства направления, зависит от качественного информационного сопровождения. За основу важнейшего информационного ресурса региональной политики можно брать печатные периодические издания.

Сегодня развитие и совершенствование белорусских регионов осуществляется в соответствии с принятыми на государственном уровне социально-экономическими программами, рассматривающими, в первую очередь, особенности социальной сфера, промышленности, сельского хозяйства.

Деятельность средств массовой информации в Беларуси координируются Министерством информации и регламентируются следующими правовыми актами – Конституцией Республики Беларусь и Законом «О печати и других СМИ» (1995), Законом Республики Беларусь «О рекламе», «Об авторском праве

и смежных правах», «Об информатизации», указом Президента Республики Беларусь «О реагировании должностных лиц на критические выступления в государственных средствах массовой информации».

Совершенствованию регионального медиапространства в наше время способствует комплекс государственных мероприятий и определенных нормативно-правовых актов: программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг., Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. и др.

Совет Министров Республики Беларусь 18 января 2021 г. утвердил Государственную программу «Массовая информация и книгоиздание» на 2021–2025 годы. В ней сказано, что рынок печатных СМИ в Республике Беларусь характеризуется высокой насыщенностью и конкурентностью. А на фоне серьезной конкуренции с альтернативными видами медиа печатные СМИ нуждаются в определенном изменении их структуры.

В разделе «Стратегия устойчивого развития регионов и производительных сил» Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 г. отмечены базовые приоритеты региональной политики. В нем говорится о необходимости перехода от равномерного роста всех районов и небольших городских поселений к развитию центров и подцентров региональных систем расселения.

Актуальность темы дипломной работы обусловлена тем, что исследование проблематики, жанрового наполнения и графической концепции общественно-политической газеты «Маяк Прыдняпроўя» может значительно повлиять на улучшение качества этого районного издания.

Актуальность данного исследования состоит в том, что в нем проводится изучение районной общественно-политической газеты «Маяк Прыдняпроўя» с точки зрения приоритетной проблематики, жанрового наполнения, графической концепции, а также положения издания в системе СМИ Могилевского региона.

Объектом дипломной работы является районная газета «Маяк Прыдняпроўя» в современном медиапространстве Могилевского региона.

Предмет – приоритетная проблематика, жанровое наполнение, графическая концепция газеты «Маяк Прыдняпроўя».

Целью дипломной работы является выявление направлений информационной деятельности районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» в медиасистеме Могилевского региона. Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1. обозначить теоретические направления исследования региональных изданий в современном медиапространстве;
2. рассмотреть особенности становления и развития газеты «Маяк

Прыдняпроўя» в системе СМИ Беларуси и медиасистеме Могилевского региона;

3. выявить особенности приоритетной проблематики, жанрового наполнения и графической концепции издания «Маяк Прыдняпроўя».

Эмпирической базой для исследования стали подшивки и материалы газеты «Маяк Прыдняпроўя» за 1980 г., 2018 г., 2019 г., 2020 г. Выбор издания обусловлен большим пластом деятельности редакции. Для изучения этапов развития газеты в историческом контексте были проанализированы подшивки газет «Сацыялістычная перамога», «Сцяг працы», «Маяк Прыдняпроўя» с 1945 г. по 2020 г.

Научная база исследования – основные научные исследования по истории и теории медиа отечественных и зарубежных авторов: Варгановой Е. Л., Воробьева В. П., Градюшко А. А., Зубченок Н. А., Ивченкова В. И., Коршук Е. В., Никоновича Д. О., Прохорени М. В., Самусевич О. М., Сиявского Д. П., Слуки О. Г., Стрельцова Б. В., Тулупова В. В.

В дипломной работе использованы общенаучные методы исследования – описательный, конкретно-исторический, сравнительно-сопоставительный, контент-аналитический, метод аналогии, метод констатации.

Практическая значимость работы. Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности редакции газеты «Маяк Прыдняпроўя» для дальнейшего улучшения качества журналистской продукции; материалы исследования могут быть внедрены в учебный процесс факультета журналистики БГУ; тема дипломного исследования является актуальной для автора работы, штатного корреспондента газеты «Веснік Магілёва».

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений. Объем работы (без приложений) – 61 страница.

ГЛАВА 1

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

1.1 Региональные СМИ: функции и задачи

Современные региональные медиа Республики Беларусь занимают важное место в системе средств массовой информации страны.

Так, по данным Министерства информации Республики Беларусь, на 1 мая 2021 г. в стране зарегистрировано 720 печатных СМИ, из них 214 – государственные газеты. Абсолютное большинство в этом сегменте занимают региональные издания: учредителями 136 газет выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты.

По областям пресса распределена следующим образом: Брестская – 19 газет (1 областная, 2 городские, 16 районных); Витебская – 24 (1 областная, 2 городские, 21 районная); Гомельская – 24 (1 областная, 2 городские, 21 районная); Гродненская – 18 (1 областная, 17 районных); Минская – 27 (1 областная, 1 городская, 22 районные); Могилевская – 27 (4 областные, 2 городские, 21 районная) [32, с.136].

Сегодня повышенное внимание научных деятелей и общества направлено на региональные медиа, ведь они занимают важнейшее место в реализации государственной информационной политики. Региональная пресса владеет огромной силой. Она не только отражает общественное мнение, но и формирует его.

И. В. Пьянзина дает следующее определение районной газеты: «Это – общественно-политическая местная газета, рассчитанная на массовую аудиторию – население данного района, призванная печатным словом содействовать удовлетворению его социальных, производственных, духовных потребностей» [26, с. 127].

В системе современного медиапространства региональные средства массовой информации выполняют важные функции: информационную, которая состоит в сообщении о наиболее значимых событиях; функцию политической социализации; контроля за деятельностью органов власти; оценочную; функцию презентации различных общественных взглядов, интересов, мнений; социально-ориентирующую; культурно-образовательную; рекламно-справочную; рекреативную.

Сегодня повышенное внимание научных деятелей и общества направлено на региональные медиа, ведь региональное развитие – перспективное направление реализации социально-экономического курса Беларуси. Именно

поэтому ученые предлагают ряд путей формирования коммуникативной стратегии по осуществлению государственного курса социально-экономического развития, которые могут быть использованы на региональном уровне. Это, в частности, «критическое осмысление недостатков и трудностей в осуществлении модернизации; поддержание позитивного образа осуществляющих этот процесс личностей; содействие усилению мотивации населения; мобилизация аудитории, проявляемая в формировании определенной направленности действий для достижения поставленных целей и задач» [1, с. 163–164].

В данном контексте возрастает роль региональных СМИ в социально-экономическом процессе всей страны. И важно не повторить опыт тех, кто был частью национального информационного пространства во время экономического кризиса 2010-х годов. Среди отмеченных исследователями недостатков – «недальновидность журналистов, отсутствие глубины при освещении социально-экономической и политической тематики, шаблонность и официальность в подаче информации со стороны государственных средств массовой информации, тенденциозность предоставляемых аудитории материалов на оппозиционных медиаресурсах и др.» [30, с. 35].

Реализация СМИ своих задач в процессе регионального развития означает обсуждение, актуализацию и аргументацию главных направлений, важность достижения поставленных целей, а также демонстрацию их реальной выполнимости с помощью ресурсов конкретных территорий.

Как считает В. В. Коршук: «Ключевыми направлениями государственной информационной работы на современном этапе должны стать: разъяснение сущности предпринимаемых мер, демонстрация потенциала развития территорий и ценности человека как основы повышения благосостояния своего населенного пункта, района, области и государства в целом» [18, с. 54].

Исследователи, поднимающие в своих научных работах тему региональных СМИ, работают на то, чтобы сделать региональные издания более качественными. Внимание ученых приковано к цифровизации региональных медиа, продвижению журналистского контента в социальных сетях, дизайну изданий, их жанровой и тематической составляющей.

Региональной медиаиндустрии нашей страны в полной мере свойственны мировые тренды цифровой журналистики. В 2010-х гг. региональная пресса Беларуси стала объектом научного исследования белорусских ученых в следующих аспектах: исторический фактор (Н. А. Зубченко, О. Г. Слука), цифровизация (А. А. Градюшко), имеджевый потенциал (В. В. Коршук), содержательно-тематическая структура (Д. О. Никонович), продвижение в социальных сетях (В. А. Степанов), дизайн (Д. П. Синявский), экономический фактор (А. В. Потребин), социологический анализ (А. В. Посталовский).

Совершенно очевидно, что индустрия СМИ серьезно трансформируется. Ведь несмотря на то, что газетная периодика – одна из древнейших форм средств массовой информации, в настоящее время благодаря силе своего влияния стала лидировать веб-журналистика.

К счастью, это не значит, что газеты перестали быть посредниками между людьми и различными сообществами. Доверие к печатному слову – это традиция.

И, как верно заметил В. Ф. Олешко, «местную информацию, рассказы о знакомых тебе людях, рекламу повседневных товаров и услуг можно почерпнуть чаще всего лишь из «районки» или городской газеты. Важен и момент личного или просто визуального знакомства с журналистами, или варианта, при котором можно в любой момент прийти в редакцию» [24, с. 57].

Многие отечественные и зарубежные исследователи регулярно отмечают, что местная информация пользуется повышенным спросом у читателей.

Региональная пресса входит в список интересов многих авторов актуальных научных исследований. Пласт диссертационных работ посвящен изучению воздействия региональных средств массовой информации на общественное мнение. Также многие научные труды раскрывают тему формирования гражданского общества благодаря региональным медиа.

Как отмечает М. В. Прохореня: «Формирование гражданского общества, в условиях которого возрастает социально-политическая активность населения, обеспечивающего его участие в управлении и принятии государственных решений, имеет важное значение для политического курса Республики Беларусь, направленного на углубление демократических процессов и принципов правового государства. Значительная роль в успешной реализации этой задачи принадлежит региональной прессе, которая как наиболее приближенный к населению сегмент СМИ способно вырабатывать собственную коммуникативную стратегию, содействует процессу формирования гражданского общества» [25, с. 145].

Еще одно направление исследований региональной прессы – это ее творческое воплощение. Ученые исследуют жанровую палитру, которой пользуются журналисты. Большинство из них замечают и указывают на то, что на газетных полосах преобладают информационные жанры. Исследователи часто выделяют и то, что журналисты региональных изданий предпочитают использовать в одном тексте элементы разных жанров.

В научных трудах многих исследователей акцент ставится на факторы работы и существования региональной прессы. Так, В. Л. Касютин, проведя свое исследование, выделил следующие угрозы в функционировании системы печатных СМИ: «Неэффективная система подготовки и переподготовки кадров, возрастной редакторский состав, социальная пассивность редакций, увеличение

скрытой рекламы и заказных материалов на фоне снижения доли местной информации» [14, с. 28].

Многие научные деятели рассматривает региональные газеты в контексте их социальной функции. В. В. Тулупов считает ее ключевой для региональных изданий, ведь такие газеты должны «сообщать местные новости, публиковать необходимую официальную и справочную информацию, своевременно оповещать о предстоящих событиях и мероприятиях, информировать о деятельности различных местных служб, играть свою роль в местном самоуправлении» [35, с. 114].

В. П. Воробьев пишет: «Социологические исследования свидетельствуют, что по популярности у населения районов региональные газеты занимают второе место после телевидения и опережают республиканскую и российскую прессу» [5, с. 115].

Профессор Б. В. Стрельцов объясняет: «Ориентация на местные новости является тем катализатором, который значительно расширяет рамки избирательного подхода читателя к предлагаемой ему информации. Закономерна более высокая заинтересованность людей к будничным новостям, которые происходят рядом» [34, с. 46].

Каковы причины стабильного интереса к региональным изданиям? На этот вопрос в своей исследовательской работе «Функциональные ресурсы региональной прессы» В. П. Воробьев нашел следующий ответ: «Как известно, изначальной основой деятельности личности, ее социальной активности являются потребности. Среди социальных потребностей в качестве ведущих выделяют потребности в труде, в познании, в общении. Удовлетворение социальных потребностей людей так или иначе связано с коллективами, с регионами, в которых они живут, работают, учатся. Наряду с этим ученые резонно отмечают: в коллективе, в микрорайоне мы получаем информацию о том, что собой представляем; как умеем работать, строить отношения с окружающими; какие черты нашего характера и поведения одобряются, а какие нет. В зависимости от этого мы и оцениваем себя, свое «я». Экспериментальные исследования показывают: активный приток информации необходим человеку так же, как воздух, вода, пища, труд и отдых. В контексте этих положений можно заключить, что для человека очень важно иметь сведения о коллективе, о районе, чтобы шире и глубже знать свою ежедневную среду, оценивать себя в ней. Информация о региональных событиях необходима личности для ориентации и выбора линии поведения. Это значит, что местная информация является социальной потребностью человека» [5, с. 116].

А вот недостаточная информированность о событиях в районе неизбежно снижает качество деятельности всей системы средств массовой информации.

Систему индивидуального сознания у читателей обязаны формировать именно журналисты региональных газет. Они должны с максимальной эффективностью использовать свои ресурсы.

Кроме того, по словам Ю. А. Левады, «именно в газете настоящая аналитика и может быть. Только газета способна давать обоснованную, аргументированную точку зрения» [20, с. 335].

Н. Луман отмечал относительно этого: «Потребители информации рано или поздно понимают, что масс-медиа – экономические субъекты и регулируются прибылью, они продают не истину или объективную реальность, а товар. Но противоречие заключается в том, что других способов познать реальность, с которой непосредственно познакомиться ты не можешь, у человека, как правило, нет. Следовательно, у любого думающего субъекта появляется необходимость потребления качественного, на его взгляд, товара. И первым показателем качества информационного товара для большинства является аналитичность» [21, с. 184].

Как считает К. В. Дементьева: «Информация, излагаемая печатными изданиями, должна расширять его кругозор, уважать его интересы, отображать плюралистическую направленность гражданского общества, склоняться к объективности. С этой целью региональной общественности и печати нужно активно взаимодействовать. Информация, проходящая через местную прессу, должна способствовать согласию в региональном обществе, его развитию и равновесию. Региональная пресса во всем ее многообразии отражает различные события культурной и политической жизни общества, расширяя свою аудиторию и, следовательно, сферу воздействия того или иного события, интерпретируемого печатными изданиями. Опыт истории показывает, что печать способна служить разным, а иногда и полярным целям: просвещению людей, развитию у них чувства собственного достоинства, потребности в свободе самовыражения, способствованию взвешенному принятию решений, максимальному обогащению личности, но также склонна и духовно поработать, дезинформировать и запугивать население, разжигать массовую ненависть и сеять недоверие и страх» [12, с. 45].

Роль и место региональной прессы исследователями оценивается по-разному. Кто-то говорит об оптимистических прогнозах и положительных примерах эффективных стратегий развития, кто-то считает, что в скором времени районные газеты станут исключительно инструментом пропаганды местных органов власти.

Причиной медленного темпа развития данного социального института, по мнению исследователя В. Л. Касютина, является «малоэффективная информационная политика региональных властей, недостаток квалификации управленческих и творческих кадров» [14, с. 158].

В. В. Тулупов убежден, что «именно благодаря, например, местной прессе в стране сохраняется единое информационное пространство, к тому же в лучших своих образцах она выполняет социальную функцию. Вот почему от районной газеты не следует требовать рентабельности или прибыльности, особенно в сегодняшних экономических условиях. Отсюда – высокая востребованность публикуемой местной информации (публицистической, официальной, статистической, деловой, научно-технической, научно-популярной, рекламно-справочной), отсюда – мощный организаторский ресурс, которым обладают местные редакции (проведение гражданских акций; взаимодействие населения с местной властью и др.)» [35, с. 81].

Для региональной прессы характерен ряд особых факторов, которые способствуют качественному восприятию читателем текстовых материалов. Выделим их, ориентируясь на их функции.

Фактор узнаваемости. В. П. Воробьев отметил: «По данным социологов, 60% опрошенных называют фактор знакомства с освещаемыми региональной печатью событиями определяющим при выборе публикаций для прочтения, 35% воспринимают проблематику региональной газеты как отражение действительности и продолжение разговора о жизни в регионе» [5, с. 117].

Постоянное взаимодействие редакции и читателей – это следующий значимый фактор функциональных ресурсов региональной прессы.

Кандидат филологических наук, доцент В. П. Воробьев отметил: «Практические работники авторитетных республиканских изданий, пользующихся неизменным читательским вниманием и богатой почтой, все же ощущают недостаточность непосредственного контакта с аудиторией» [5, с. 117].

В своем исследовании В. П. Воробьев обозначил следующий вывод: «Поскольку аудитория ограничена рамками региона, то максимальная приобщенность к делам и заботам жителей района, к их судьбам позволяет почти «персонифицированно» учитывать их запросы, конкретные цели и ожидания, их повседневные потребности в быту и в работе, их радости и огорчения. Сегодня для региональной редакции, стремящейся конкурировать на информационном рынке, недостаточно хорошо знать, что следует сказать в газете, нужно еще точно знать: кому, как и когда это сказать. Актуальным моментом ресурсов региональной газеты является то, что она может стать чутким, умным и требовательным учителем. Долгие годы вести людей. Где надо похвалить, где надо поправить. Иначе говоря, не увлекаясь «охватом» и не «заслоняясь статистикой», с одной стороны, рассказывать о людях района, а с другой – помогать им решать назревшие проблемы» [5, с. 117].

Журналисты районных газет зачастую сами вместе с читателями находятся в центре событий, что является серьезным отличием позиции региональной

прессы, а также положения прессы других типов. А читатели, осознавая это, проникаются пониманием к журналистам местной газеты, проявляют уважение к мнению автора.

Отличный довод на этот счет привел В. П. Воробьев: «Журналист любого другого издания, не регионального, пишущий о районных буднях, как бы досконально ни знал проблемы конкретного райцентра или села, все-таки недостаточно компетентен, а его выводы и рекомендации недостаточно действенны: ведь не он будет внедрять в жизнь то, что горячо рекомендует другим, и не ему придется отвечать за результаты и последствия осуществления рекомендаций» [5, с. 120].

Таким образом, локальные издания, несмотря на сложную экономическую ситуацию, высокую конкуренцию на информационном рынке, еще долго будут сохранять значение на своих территориях.

Г. С. Мельник считает: «Главные задачи, которые выполняет региональная пресса, – это предоставление всесторонней местной информации, выполнение роли трибуны общественности, формирование и сплочение местного сообщества, формирование общественного мнения, развитие чувства малой родины, выполнение роли проводника органов местной власти» [23, с. 84].

Узнаваемость информации, тесная связь читательской и авторской аудитории, близость газеты с читателями, их взаимодействие, мобильность информационно-публицистического процесса создают такой эффект функциональных возможностей газеты региона, будто она адресована одновременно многотысячной аудитории и каждому читателю в отдельности.

Медиасистема, в том числе регионального уровня, обладает следующими характеристиками: целостность, интегративные качества, наличие сложно организованной структуры. Под воздействием внешних факторов эта структура подвергается трансформации.

Можно выделить следующие направления белорусской региональной медиасистемы:

1. Реализация идеи конвергенции за счет спроса на мультимедийный сетевой контент. Например, развитие сайта традиционного регионального издания и переработка его в самостоятельный медиапортал;
2. Создание целостных информационных структур на базе ранее убыточных предприятий медиарынка;

Региональные издания играют огромную роль в системе современного медиaprостранства. Региональная пресса выступает инструментом реализации информационной политики страны, а также идеологической работы в регионах, формирует общественное мнение.

Система средств массовой информации нашей страны, которая представлена печатными, сетевыми изданиями, телевидением и радио, информационными агентствами, позволяет в полной мере содействовать достижению целей взаимодействия властных структур и общества.

Развитию регионального медиапространства в современных условиях способствует комплекс государственных мероприятий и соответствующих нормативно-правовых актов: программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг., Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. и др. Особое внимание со стороны государства уделяется реализации региональной политики. Ее основной целью является создание надлежащих условий жизнедеятельности населения в регионах. В данном направлении многое зависит и от эффективной работы СМИ, в первую очередь региональных, которые способны обеспечить эффективный диалог власти с населением.

Большое количество ученых изучают различные аспекты региональных СМИ: жанрово-тематические и графические концепции изданий. Ряд концептуально и содержательно полезных исследовательских работ посвящен вопросу влияния цифровых технологий на региональную журналистику. Ведь приоритетами в работе ученых являются: улучшение содержательного наполнения региональных изданий; оптимизация работы по продвижению в интернете; распространение информации на различных медиаплатформах; совершенствование сайтов; существование «газетного» контента в социальных сетях; привлечение молодежной аудитории.

1.2 Пути развития в условиях конвергенции

В жизни общества наступил новый коммуникационный этап, который характеризуется развитием информационных технологий. Они давно стали частью системы средств массовой информации. Более 10 лет назад у каждой районной газеты появился свой сайт. А в наше время журналисты продолжают исследовать новые категории медиасферы, а также использовать современные технологии в борьбе за аудиторию и рекламодателей.

Как отметил А. А. Градюшко: «Время перемен в мире массовых коммуникаций пошатнуло позиции классических медиа – с приходом Web 2.0 печатная журналистика, радио и телевидение ощутили на себе всю силу новых медиа, которые сумели взять все самое лучшее, что было в журналистике, соединить и улучшить в качественном и количественном проявлении» [17, с. 20].

Конвергенция – сближение, слияние на цифровой основе различных медийных платформ, типов СМИ.

А. А. Градюшко в монографии «Региональные медиа в цифровой среде» заверяет: «Конвергенция приводит к появлению новых видов СМИ, новых форм представления контента, а также к глобальным изменениям в медиасфере» [8, с. 51].

Все чаще слово конвергенция становится синонимом серьезных преобразований в медиасфере. Конвергенция изменила не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и различные связанные с ними индустрии.

Изучением процессов конвергенции занимаются такие исследователи, как Е.А. Баранова, Е.Л. Варганова, А.А. Градюшко, Я.Н. Засурский, А.А. Калмыков, А.Г. Качкаева, Л.А. Круглова, А.М. Яковлева и многие другие.

Как пишет Е.Л. Варганова: «Можно резюмировать, что понятие «конвергенции» применительно к медиа – это важный элемент современной медиасистемы. Процессы медиаконвергенции приводят к взаимопроникновению различных областей журналистской деятельности. Трансформация медиаиндустрии ни у кого не вызывает сомнений. Конвергенция меняет структуру редакций, формы подачи материала и организацию редакционного процесса. Предъявляются новые требования к самим массмедиа, властным структурам, журналистским организациям, высшим учебным заведениям» [3, с. 94].

Реализация идеи конвергенции подразумевает «новую систему» производства информационного продукта, в котором основным фактором является создание полноценной конвергентной редакции.

Конвергентная редакция – перспективная модель деятельности журналистского коллектива. «Она позволяет работу журналистских кадров сделать более оперативной, организованной и продуктивной. Конвергентная редакция позволяет готовить более полноценные материалы, сочетающие в себе глубину газетной журналистики, эмоциональность видео и онлайную интерактивность» [2, с. 185].

В редакциях нового типа появляются и иные профессии. А. А. Градюшко перечисляет их в своей научной работе: «Фотовидеокорреспондент, видеооператор, онлайнкомментатор, редактор пользовательского контента, выделяются также профессиональная группа инфографики и группа выпуска в конвергентном СМИ, а также универсальный журналист. Именно последний обладает целым набором навыков и умений в профессиональной области: работает с фото- и видеотехникой, готовит аудиоиллюстрацию, владеет навыками видеомонтажа, обработки фотографии, способен передавать мультимедийные файлы различными способами и многое другое. Журналист

тесно взаимодействует с читателем, техническим специалистом, использует в работе инновационные технологии: краудсорсинг, облачные технологии, базы данных» [10, с. 35].

С учетом работы в конвергентной редакции современный специалист должен владеть необходимыми мультимедийными навыками и умениями.

По мнению О. В. Копылова, «в условиях работы в конвергентной редакции журналисты должны обладать большей гибкостью мышления, чтобы справляться с изменениями, происходящими каждую минуту, и терпимостью к неопределенности. Журналист, работающий в конвергентной редакции, становится многофункциональным: умеет продвигать контент на разных площадках, стремится к жанровой и стилевой универсализации, расширяет количество функциональных ролей в своей деятельности» [17, с. 15].

Важной особенностью в работе современного журналиста является изменение категории времени. Сейчас успешность и мастерство специалиста проявляется в скорости его работы. Автор должен уметь быстро обрабатывать информацию, а, закончив работу над одним продуктом, быстро переходить к следующему.

О. В. Копылов определил основные функции, составляющие ядро профессии, и динамические, привнесенные в профессию новейшими цифровыми технологиями: «К первым относятся: опора на ценности; знания, умения и навыки; формирование повестки дня и интерпретация происходящих событий; морально-этические принципы; профессиональное мастерство; стремление к совершенствованию. Вторые предполагают владение компьютерными и информационными технологиями для сбора и фиксации информации; мобильность, оперативность, активность и гибкость; открытость к новым каналам распространения информации; способность адаптироваться к языку электронных СМИ. Кроме того, это функции, предполагающие постепенный отход от специализации между типами СМИ – радио, телевидение, газета, интернет; способность выполнять разные роли и разные виды работ одновременно; обладание более отточенными навыками написания коротких заметок и броских заголовков» [17, с. 17].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что данные требования к профессиональной деятельности предъявляются и к специалистам, работающим в региональных редакциях. Поскольку сегодня многие белорусские региональные СМИ имеют электронные версии печатных газет и сайты, журналистам этих редакций необходимо приобретать новые профессиональные компетенции, развивать навыки и умения универсального специалиста.

В нашу жизнь вошло понятие «новые медиа» именно с появлением цифровых, компьютерных, сетевых технологий и коммуникаций. К. М. Блудова-

Гой заверяет: «Под «новыми медиа» понимается любая медиапродукция, являющаяся интерактивной, и распространяемая цифровыми методами» [2, с. 17].

В чем же отличие между традиционными и «новыми» медиа? Говоря о новых медиа, речь идет о мультимедийном продукте.

Специалисты определяют понятие «мультимедиа» как «интеграцию двух или более коммуникационных средств и каналов с компьютером» [15, с. 25].

Под ними понимается передача информации одновременно несколькими коммуникационными каналами: аудио, видео, виртуальными коммуникациями.

В своей работе К. М. Блудова-Гой отмечает: «Мультимедиа можно легко представить как единую информационную систему, в основе которой оперируют любые типы СМИ, чьи информационные продукты частично «сливаются» друг с другом. Благодаря влиянию интернет-технологий многие традиционные жанры стали мультимедийными. В результате появились новые «гибридные жанры». Наряду с развитием интернета и возникновением новых жанров в последнее время процесс конвергенции стал одной из важнейших тем, обязательно присутствующих в современных дискуссиях о настоящем и будущем СМИ» [2, с. 185].

Как отмечает Р. И. Мелешевич: «Типизация технологического процесса создания материала в конвергентной редакции – это разработка и установление технологического процесса для производства «инфомолекул» и сборки готового материала с целью дальнейшего его размещения на различных платформах. При этом полностью типизированным готовое изделие назвать нельзя, поскольку творческий потенциал (креативность, интересные обороты речи, задумка автора и прочие составляющие) нельзя вписать в узкие рамки классического метода, созданного для технических производств» [22, с. 57].

Но что мы видим на практике. В нынешних условиях многие районные издания старого формата не смогли перестроить производство информации на новые рельсы. Они сталкиваются с такими проблемами, как недостаток кадров, зависимость от учредителей, ограниченные экономические ресурсы региона.

Не все журналисты районных газет осознают то, что сайты и страницы в социальных сетях нужно заполнять контентом регулярно.

Как отмечает А. А. Градюшко: «В современный период медиатрансформаций становится все более очевидным тот факт, что один и тот же материал необходимо модифицировать индивидуально под каждый канал, в котором он будет размещен (газета, сайт, соцсети, мессенджеры, видеохостинг и др.) [9, с. 145].

К сожалению, не многие районные издания занимаются «переупаковкой» одного и того же материала для разных информационных каналов. Публикации в социальных сетях только ссылок, ведущих на сайт, – это распространенная

ошибка.

Многие редакции районных газет распространяют контент сразу в большом количестве социальных сетей и мессенджеров. Журналисты гонятся за количеством постов, а не их качеством. Чтобы облегчить ситуацию, редакция должна выбрать свою целевую аудиторию. Например, у молодежной аудитории сейчас наиболее востребован Инстаграм. Значит, акцент нужно делать на развитие и внедрение своих особенностей в формат контента именно в этой социальной сети.

Также стоит помнить, что главной метрикой эффективности работы региональной прессы в соцсетях становится вовлечение аудитории. Увеличение количества комментариев, репостов, лайков – это то, к чему должны стремиться редакции.

Моду в конвергентной медиасфере, неоспоримо, задают зарубежные средства массовой информации. Они давно значительно изменили свои сайты, сделав их постоянно обновляемыми. Журналисты в первую очередь пишут заметки для своих сайтов. А в газете эти же материалы публикуют позже, но уже с добавлением комментариев и аналитики. Главное преимущество данной схемы – оперативное донесение информации до аудитории.

В районных изданиях, которые выпускают в нашей стране, на данный момент эта схема не работает в полной мере. Журналисты по-прежнему, в первую очередь, свежую информацию публикую в газете, а уже после выхода номера, размещают ее в интернете.

В традиционные средства массовой информации приходят новые способы подачи информации, такие как видео, аудио, подкасты. Текстовая составляющая сообщений дополняется другими форматами. Например, мультимедийными лентами новостей, инфографикой, видеороликами.

Некоторые районные издания, расширив свои творчески рамки, также постепенно перешли на новые способы подачи информации. У многих районных газет появились свои каналы на YouTube.

А. А. Градюшко в своей научной статье отмечает: «Все ведущие зарубежные СМИ используют инновационные технологии в своей деятельности. К наиболее значимым элементам конвергенции на сайтах традиционных СМИ можно отнести видео (веб-телевидение), RSS-поток, блоги, фотогалереи, инфографику, подкастинг, радио, социальные сети (форумы, блоги), интерактивные голосования, рассылку новостей. Многие СМИ уже имеют в своем активе версии, адаптированные для мобильных телефонов (wap, pda, RSS-подписка). Практически любой человек с любительской видеокамерой может сегодня делать сюжеты и выкладывать их в Интернете, и если это интересно, его сюжеты будут смотреть тысячи людей, причем в любое время, когда им захочется. Наиболее ярким примером является популярный сервис YouTube. В

Беларуси веб-ТВ также набирает обороты. Принципиально новый стиль медиа-потребления предлагает Интернет-телевидение ITV.BY. Отныне можно верстать свою собственную телепрограмму, а также сравнивать, анализировать, высказываться, обмениваться мнениями. А это значит, моделировать собственное информационное пространство» [11, с. 19].

Процесс цифровизации полностью изменил принципы работы редакций региональных медиа. Деятельность в условиях конвергенции – неотъемлемая часть журналистской реальности. Благодаря конвергенции предъявляются новые требования к самим массмедиа, властным структурам, журналистским организациям, высшим учебным заведениям.

В целом медийная отрасль Беларуси сейчас активно развивается в этом направлении. Многие региональные СМИ имеют свои мультимедийные интернет-площадки, наращивают свое присутствие в социальных сетях.

А чтобы региональная пресса должным образом выполняла свои социальные функции, нужны грамотные специалисты, которые бы давали ответ вызовам цифровизации. В связи с этим повышение квалификации и переподготовка в сфере цифровой журналистики – одна из актуальных задач.

Редакциям региональных средств массовой информации предстоит научиться взаимодействовать с молодой аудиторией через социальные сети, осваивать различные способы монетизации, продвигать свой контент в интернете.

В наше время можно смело утверждать, что основа успеха сайта регионального СМИ заключается в его контент-модели. Именно грамотная, оперативная, качественная подача контента определяет успех любого издания.

Анализ сайтов районных газет подтвердил основную тенденцию журналистики – усиление многофункциональности журналистского труда, его сопричастность с современными технологиями.

Можно смело утверждать, что цифровые технологии значительно изменили творческую деятельность журналистов региональных СМИ Республики Беларусь. Теперь перед сотрудниками редакций стоят иные задачи в борьбе за аудиторию.

Выводы по главе 1:

1. Сегодня повышенное внимание ученых и общества направлено на региональные СМИ, ведь они занимают важнейшее место в реализации государственной информационной политики. Региональная пресса не только зеркально отражает общественное мнение, но и формирует его. Региональная пресса Беларуси стала объектом научного исследования белорусских ученых в

следующих аспектах: исторический контекст, цифровизация, имиджевый потенциал, содержательно-тематическая модель, работа в социальных сетях, дизайн, экономическая эффективность, социологический анализ.

2. Печатные СМИ вынуждены реагировать на цифровую трансформацию. Явление конвергенции получило широкое распространение в системе районных газет благодаря развитию информационных технологий. Хочется отметить, что не многие районные издания занимаются «переупаковкой» одного и того же материала для разных информационных платформ. Также многие редакции районных газет распространяют контент сразу в большом количестве социальных сетей и мессенджеров. Журналисты гонятся за количеством постов, а не их качеством. Конвергенция должна менять структуру редакции, формы подачи материала и организацию редакционной деятельности. К сожалению, в нынешних условиях не все районные средства массовой информации старого формата в полной мере используют ресурсы конвергенции.

ГЛАВА 2

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ БЕЛАРУСИ

2.1 Этапы становления

Региональные издания – это серьезная часть системы средств массовой информации. Их выделяют следующие факторы: локальный контент, а также значительная степень влияния на массовую аудиторию при обсуждении, рассмотрении и решении проблемных вопросов, обусловленная высоким уровнем доверия граждан к местным СМИ.

Во времена глобализации информационного пространства ценность региональных медиа возрастает. Благодаря фактору приближенности к местной жизни, а также активному участию населения в обсуждении общественных проблем.

Формирование региональных СМИ происходило с учетом социально-культурных и геополитических обстоятельств. Так, первые региональные периодические издания возникли в условиях отсутствия государственной и территориальной определенности Беларуси: «Гродненская газета» (1776-1783), «Гродненские ведомости» (1792).

Как отмечает Н. А. Зубченко: «В 1838 г. официальными изданиями Северо-Западного края стали «Губернские ведомости». В Гродненской, Витебской, Минской, Могилевской губерниях до 1917 г. выходили газеты, которые даже в условиях жесткой российской имперской политики распространяли информацию о местной жизни. С 1863 г. в Минске, Полоцке, Могилеве и Гродно начали печататься «Епархиальные ведомости». После революции в 1905 г. значительно увеличилось количество местных периодических изданий. В разных белорусских городах начали выпускать земские, либеральные, партийные газеты» [13, с. 102].

Новый этап становления региональной печати на территории Беларуси начался после революции 1917 года в губернских и уездных городах, где большевики создавали местные Советы. Там был организован выпуск специальных газет – «Известий» рабочих, крестьянских, красноармейских депутатов. Например, «Известия Военно-революционного комитета города Витебска», «Известия Гомельского Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов», «Известия Могилевского губернского исполнительного комитета Советов крестьянских, солдатских и рабочих депутатов».

С. В. Говин в своем учебно-методическом комплексе «История белорусской журналистики (1563-1917 гг.)» отмечает следующее: «Известия Советов» начали издаваться во многих городах и местечках Беларуси. Правда, надо иметь в

виду, что и во многих советах, и в их печатных органах велась постоянная борьба между большевиками, меньшевиками и эсерами. Например, в Витебске, Могилеве, Орше и других городах «Известия Советов» имели меньшевистско-эсеровское направление, а в Минске, Речице – большевистское» [6, с. 79].

На базе подобных изданий позже были созданы многие окружные, а потом районные и областные издания.

В 1924 г. территория Беларуси была разделена на 10 округов: Оршанский, Бобруйский, Борисовский, Витебский, Калининский, Могилевский, Мозырский, Минский, Полоцкий, Слуцкий. А в период 1924-1930 гг. в БССР функционировало 11 окружных изданий.

Н. А. Зубченко отмечает: «В 1930 г. в БССР были ликвидированы округа, территория была разделена на районы. С 1931 г. на базе окружных изданий начинает формироваться сеть районных газет. К 1932 г. их насчитывалось 75, в 1938 – 92. Периодичность их выпуска колебалась от 25 раз в месяц до 3-х. Так, газеты «Большевик Борисовщины» и «Коммунар Могилевщины» выходили 24-25 раз в месяц. Формирование системы районной печати завершилась после присоединения к БССР территории Западной Беларуси. Количество районных газет в 1941 г. составляло 118. Их общий тираж – 411 тыс. экз.» [13, с. 103].

В 1938 г. произошло разделение территории Беларуси на области. К ряду районных газет присоединились областные. В 1941 г. в БССР насчитывалось 9 областных газет: «Большевик Полесья» (Полесская область), «Витебский рабочий» (Витебская область), «Вольная работа» (Белостокская область), «Гомельская правда» (Гомельская область), «Заря» (Брестская область), «Коммунар Могилевщины» (Могилевская область), «Полесская правда» (Пинская область), «Крестьянская газета» (Вилейская область), «Красная звезда» (Барановичская область).

В послевоенное время система региональных СМИ продолжала совершенствоваться и увеличиваться. Так, в начале 1945 г. в БССР уже насчитывалось 8 республиканских, 11 областных и 168 районных газет. 1 ноября 1950 года вышла областная газета «Минская правда». В 1954 г. были ликвидированы 5 областей (Барановичская, Бобруйская, Пинская, Полесская и Полоцкая). В 1966 г. за счет укрупнения 36 районов были созданы или восстановлены 17 новых изданий.

В период с 1986 по 1991 гг. в развитии белорусских СМИ произошли важные изменения – начался период демократизации общественной жизни, всех общественно-политических институтов. На законодательном уровне были закреплены новые правовые нормы функционирования средств информации без цензуры и партийных ограничений. Стали создаваться новые партии, а также частные газеты и журналы.

В 1990 г. начали выходить областные газеты «Магілёўскія ведамасці», «Народная слова» в Витебске и «Народная трыбуна» в Бресте. Информационная региональная палитра значительно обогатилась.

Произошли значительные изменения в деятельности районной печати. С одной стороны, районные газеты стали более самостоятельными, их учредителями вместе с исполнительными комитетами стали редакционные коллективы. Однако обрести экономическую независимость в то время удалось лишь единицам. Хочется отметить, что в то время не закрылась ни одна районная газета. Местная печать осталась важным элементом связи власти и общества. Но политические задачи и функциональные особенности редакций изменились.

Параллельно с районными газетами во второй половине 1990-х гг. начали возникать неофициальные частные газеты, которые шириной тематики, остротой обсуждения социально-экономических проблем заинтересовали многих читателей.

Очередные изменения в деятельности региональных изданий Беларуси произошли после распада СССР и отмены деятельности Коммунистической партии. Газеты сменили учредителей, через некоторое время многие из них стали выходить под новыми названиями.

Стабильность деятельности белорусской печати наступила в начале нового века. А тенденция повышения заинтересованности населения к районным изданиям сохраняется на протяжении последних полутора десятка лет.

По состоянию на 1 мая 2021 г. в Республике Беларусь зарегистрировано 136 государственных региональных печатных СМИ, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты: 118 – районных, 9 – областных, 9 – городских.

Основным учебным и методическим центром подготовки кадров для СМИ остается факультет журналистики Белорусского государственного университета.

Сегодня доля региональных СМИ в общем количестве печатных периодических изданий нашей страны также довольно значительна. Сильным остается и потенциал региональных СМИ, который основывается на большом опыте, национальных ценностях и традициях.

Подводя итог, хочется отметить, что подавляющее большинство современных районных и областных изданий функционирует на базе советских, в период деятельности которых была выработана стратегия, включающая в себя принципы работы с читателями, а также определены особенности подбора информации, жанровой составляющей, и многие другие факторы, позволяющие сделать местное издание востребованным среди населения. А современные журналисты обращаются к издательскому опыту

предшественников, хоть и переосмысливают его, ориентируясь на тенденции нашего времени.

2.2 Газета «Маяк Прыдняпроўя»: история деятельности

Первый номер газеты Быховского района «Маяк Прыдняпроўя» вышел 25 декабря в 1918 году. Тогда газета называлась «Известия Быховского ревкома». Бывший редактор издания Георгий Еремеевич Борисов, заслуженный работник культуры, член Союза журналистов Республики Беларусь, создавая историко-документальную книгу «Память. Быховский район», установил имена первых сотрудников газеты. Ими являлись Александр Шеков (редактор), Сергей Сорокин и Самуил Француз.

Преемницей «Известий Быховского ревкома» с 14 октября 1930 года стала газета «Маяк камуны». Журналисты газеты активно освещали процесс коллективизации сельского хозяйства и досрочное выполнение заданий первой пятилетки, рассказывали о ходе строительства ацетонового завода и торфобрикетного завода «Красная Беларусь».

«Маяк камуны» издавался до июля 1941 года. А перестал выходить по причине оккупации района немецко-фашистскими захватчиками.

Уже в 1943 году на Быховщине в составе местной военно-оперативной группы действовали три партизанских полка и четыре отдельных отряда. Важная роль в организации и сплочении патриотов Отечества на борьбу против фашистов принадлежит газете «Партизан Быховщины», которая с 1 мая 1943 года издавалась подпольным райкомом партии.

Первый номер газеты вышел в четырех экземплярах. Написана она была от руки. В ней содержались рассказы партизан о боевых действиях и другие материалы [33].

Бывший редактор журнала, комиссар 1-го батальона Николай Никитович Барков писал: «Якая была радасць, калі пры разгроме нямецкага гарнізона нашы партызаны захапілі машынку з рускім шрыфтам. Цяпер можна было павялічыць тыраж часопіса. Вырасла яго папулярнасць, пашырыўся актыў ваенкораў. Нам прыносілі свае артыкулы камандзіры, палітрабятнікі, радавыя партызаны, а таксама насельніцтва. Часопіс разыходзіўся па ротах. У перапынках паміж баямі партызаны чыталі артыкулы і вершы сваіх таварышаў, падказвалі, якім павінен быць наступны нумар. Калі яны ішлі на баявое заданне, то бралі з сабой часопіс. У весках партызаны праводзілі мітынгі і чыталі часопіс. Асобныя экзэмпляры яго пакідалі сувязным для работы сярод насельніцтва» (Маяк Прыдняпроўя, 8 снежня 2018 г.).

Позже на освобожденной от немецко-фашистских захватчиков земле начала выходить газета «Сацыялістычная перамога». Первый ее номер вышел 15 апреля 1944 года. Редактором газеты стал бывший политрук партизанской роты Марк Филимонов.

С 3 июля 1957 года районная газета начала выходить под названием «Сцяг працы», а с апреля 1963 года стала называться «Маяк Прыдняпроўя». Именно тогда в газете стали печатать серьезные очерки и корреспонденцию под рубрикой «Маршрутамі славы». На их основе возник музей истории газеты, который долгое время находился в помещении редакции.

Но журналисты издания на этом не остановились. При активной поддержке общественности и местной власти они продолжали собирать ценные факты об истории родного края. Благодаря их усердию редакционному музею решили придать статус районного историко-краеведческого музея, а чуть позже разместить его в отдельном помещении.

Серьезная заслуга журналистов того времени и в том, что благодаря их исследовательской работе позже была издана книга «Память. Быховский район».

Самоотдача, большая работоспособность и энтузиазм человека. Материалами подобной тематики наполняли полосы журналисты «Маяка Прыдняпроўя» в 1970-е годы прошлого столетия.

Когда стартовала новая девятая пятилетка, завершить ее заранее было задачей номер один. Ведь это был бы очередной прорыв в укреплении материально-технической базы социализма.

Поэтому на страницах газеты часто мелькали заметки подобного типа: «Выдатна завяршылі мінулы сельскагаспадарчы год калгаснікі калгаса імя Куйбышава. Яны датэрмінова выканалі намечаныя мерапрыемствы па продажу дзяржаве прадуктаў жывелагадоўлі. На падрыхтоўчыя пункты было пастаўлена звыш задання 80 цэнтнераў мяса і 987 цэнтнераў малака» (Маяк Прыдняпроўя, 26 траўня 2018 г.).

Казалось бы, вокруг передовики, район развивается. Однако недостатков в работе аграрной сферы хватало. Их активно разоблачал предшественник современного комитета Государственного контроля – районный комитет Народного контроля.

Критические материалы встречались в каждом номере: «У калгасе «Шлях да камунізма» тэрыторыя, прылягаючая да малочна-таварнай фермы, захламлена, у кароўніках гразна, гной з іх вывозіцца нерэгулярна, прыфермская малочная ўтрымліваецца ў дрэнным санітарна-тэхнічным стане: падлога пабітая, на сценах пыл, стэлажы для захоўвання малочнага посуду брудныя, цэдзілкі не кіпяцяцца, рэжым мыцця малочнага посуду не захоўваецца» (Маяк Прыдняпроўя, 26 траўня 2018 г.).

Технічны прогрэс не стаяў на месце. В 1970-е гады он затрунуў усё сферы жыццядзейнасці. Асаблівы ўпор дзелаўся на сельскія тэрыторыі. В адным з нумароў газеты сустрачаецца наступны факт: «Штогод газіфікуюцца ўсе новыя і новыя вёскі. Так, у селетнім годзе ўпершыню сталі карыстацца газам калгаснікі калгасаў імя Кірава, «Беларусь», «Радзіма» (Маяк Прыдняпроўя, 2 красавіка 1970 г.).

Лістая падшивку за тэ гады, стоіць абратіла ўвагу на абиліе пісем жыхароў Быхова в адрэс рэдакцыі. Іх значыцельная частка носіць крытычны характар. Вот лішь некалькі прымераў: «У вёсцы Красніца год назад работнікі электрасеткі праводзілі рамонт лініі – мянялі слупы і пасынкі. Але чамусьці не ўсе. Гнілыя слупы, да якіх не паставілі пасынкаў, цяпер выкруцілі, правады аслаблі, і, як толькі падзме вецер, яны замыкаюць, святло гасне». (Маяк Прыдняпроўя, 8 жніўня 1970 г.).

«11 красавіка ў «Маяку Прыдняпроўя» была надрукавана заўвага «Куча малая». У ёй гаварылася аб забруджанасці машыннага двара калгаса імя Куйбышава. Як паведаміў рэдакцыі галоўны інжынер калгаса В. А. Атрошчык, факты, указаныя ў заўвазе, сапраўды мелі месца. Праўленне калгаса ўказала загадчыку майстэрні У. С. Паюкову на недахопы ў рабоце і аб'явіла яму строгае адміністрацыйнае спаганне» (Маяк Прыдняпроўя, 27 красавіка 1970 г.).

О вядных прывычках некаторых жыхароў Быхова «Маяк Прыдняпроўя» таксама гаворыў адкрыта: «Выпіўшы, камсамалец Мянькоў стаў хуліганіць у клубе. Камсамольская арганізацыя прайшла міма, ніхто з нас не пагаварыў з хлопцам, і ён паўтарыў такі ж выпадак праз некалькі месяцаў. Тут ужо мы схамянуліся. Пасля нашай размовы з Мяньковым у прысутнасці старшыні калгаса, сакратара партыйнай арганізацыі, бацькоў хлопца ён прыкметна змяніўся» (Маяк Прыдняпроўя, 16 чэрвеня 1970 г.).

Вскрываліся недастаткі асобных гражданаў, но крытыка падвергалася і работа каллекціваў: «Калі вы ўздумаеце ў Глухах паstryгчыся ці пагаліцца, пацяплей апранайцеся і трымаеце накірунак у Быхаў ці Магілёў. І не зважаеце на шылду, якая прымацавана на прыгожым, нядаўна пабудаваным будынку «Камбінат бытавога абслугоўвання». Цырульніка тут няма, хоць пакой для яго выдзелен» (Маяк Прыдняпроўя, 26 траўня 2018 г.).

Практычна в кожным нумары газеты можна было сустраць новыя і іншыя дэталы жыцця ў другіх дзяржавах, вядь яны вызывалі інтарэс у мясцовага насельніцтва. Напрыклад: «Вось ужо амаль месяц Турцыя жыве без урада. Як піша англійская газета «Файнэншл таймс», незалежна ад таго, якая партыя будзе ў Турцыі на чале ўлады, ёй дастанецца цяжкая спадчына: адсталая вёска, інфляцыя, пагаршэнне гандлевага балансу і велізарны разрыў жыццёвага ўзроўню паміж кучкай багацей і жывучымі ў беднасці масамі» (Маяк Прыдняпроўя, 26 траўня 2018 г.).

В 1977 году «Маяку Приднiproўя» была присуждена первая премия Союза журналистов БССР.

Начало 1980-х годов. Темы, которые освещались в районной газете, оставались неизменными. По-прежнему журналисты старались воспитывать в своих читателях патриотизм, порядочность. На первых страницах часто появлялись заголовки: «У пяцігодку – уклад кожнага», «Трэцяму году пяцігодкі – ударная праца!», «Уключайцеся ў саборніцтва!», «Хто дбае, той і мае», «Паскорыць тэмпы корманарыхтовак – баявая задача дня».

Особенно часто на страницах газеты тех лет встречались материалы о Великой Отечественной войне. Регулярно выходила военно-патриотическая страница «Служу Савецкаму Саюзу».

В то время в районной газете стали освещать события, связанные с реконструкцией производства, программой борьбы с дефицитом товаров народного потребления.

Одной из центральных тем стала антиалкогольная пропаганда. Материалы печатались под заголовками «Цвярозасць – закон нашага жыцця», «П’янству – бой!».

Районная газета пестрила тематическими страницами. Например, «Светач», «Чалавек і прырода», «Зорка вячэрняя», «Яраслаўна», «На дняпроўскай хвалі», «Маладосць». Последнюю рубрику выпускали внештатные сотрудники молодежного отдела газеты.

На страницах «Маяка Приднiproўя» в 1990-е годы, как и прежде, основное внимание уделялось деятельности райисполкома, в газете выходили зарисовки о людях труда и новшествах агропромышленного комплекса Быховщины.

Также регулярно публиковались письма-жалобы горожан и сельских жителей. Газета поддерживала постоянную связь с читателями, которые серьезно влияли на формирование содержания издания.

Выдержка из газеты 1990 года: «Дарагія чытачы! Ваша дружба з раеннай газетай даўняя і надзейная. Аб гэтым сцвярджае яе тыраж. «Маяк Приднiproўя» на 1990 год выпісалі больш 8700 падпішчыкаў... Пішыце аб сваіх сябрах, якія знаходзяцца на прыдніх рубяжах вырашэння Харчовай праграмы. Разам з гэтым не абходзьце вострых вуглоў. Вашы матэрыялы дапамогуць у агульнай барацьбе з аматарамі легкой нажывы, п’яніцамі, спекулянтамі, людзьмі, якія свае асабістыя інтарэсы ставяць вышэй за ўсе» (Маяк Приднiproўя, 5 ліпеня 1990 г.).

В это время в газете появились новые рубрики. Например, «Саветы і жыцце», «Чалавек і прырода», «Здароўе», «Чалавек, грамадства, закон» і «Народны кантроль на пасту».

Под рубрикой «Мятла» можно было найти острые и сатирические высказывания авторов, которые реагировали на изменения в обществе и поднимали социально значимые темы.

Главной новостью для редакции и местных жителей в марте 1991 года стал визит в Быхов Михаила Горбачева. Тогдашний первый секретарь Быховского РК КПБ Александр Пазюмко обратился к Генеральному секретарю ЦК КПСС со следующими словами: «...Людзі замораны ад непаслядоўнасці, нелагічных дзеянняў. Складваецца ўражанне, што ў вярхоўнай, як заканадаўчай, так і выканаўчай уладах, рашэнні прымаюцца без глыбокага аналізу. Людзі выказваюць заклапочанасць за лес краіны. Выказваюць пажаданне паўней выкарыстоўваць сваю ўладу для недапушчэння дзеянняў тых сіл, якія зацікаўлены ў распадзе Саюза, і стаяць на нацыяналістычных пазіцыях» (Маяк Прыдняпроўя, 15 жніўня 1990 г.).

Материал под названием «Навінка – для спартсменаў», который был напечатан в апреле 1991 г., вызвал общественный резонанс. Интересно было узнать, что на базе электромеханического цеха торфобрикетного завода поселка Годылево создали производственный участок по сборке спортивных автомобилей карт-кроссов, которые в те годы производители планировали отправлять на экспорт за пределы нашей страны.

В 1992 году «Маяк Прыдняпроўя» возглавил сегодняшний Отличник печати Беларуси, заслуженный журналист Белорусского союза журналистов, Почетный гражданин Быховского района Николай Владимирович Левченко.

А на страницах газеты все чаще стали появляться материалы о маленьких быховчанах, отдохавших в странах Европы. Благодаря помощи, которую оказывала британская благотворительная организация «Линии жизни для детей Чернобыля».

Постепенно стали появляться новые рубрики. Например, «Крык душы», «Погляд на праблему», «Жыцце, як яно есць», «Лесы людскія», «Слова – спецыялісту», «Думкі ўслых», «Пульс». В них материалы уже печатались на белорусском и на русском языках.

В 1995 году большое количество материалов были посвящены проведению парламентских выборов и референдума, на котором были выдвинуты вопросы о придании русскому языку статуса государственного наравне с белорусским, об установлении новых Государственного флага и Государственного герба Республики Беларусь, экономической интеграции с Российской Федерацией.

Газета делала акцент на критические публикации под такими названиями, как «На энтузіязме доўга не працягнеш», «Патрэбен закон аб індэксацыі», «Апаганеная памяць», «Наступаць на злачыннасць», «Як кормяць, так і дояць».

В 1990-е в «Маяке Прыдняпроўя» появилась еще одна постоянная рубрика – «По страницам чернобыльских газет».

В 1998 газета «Маяк Приднiproўя» отметила 80-летний юбилей. Среди читателей был объявлен творческий конкурс «Бацькаўшчына» на лучшую публикацию, а также на лучший фотоснимок Приднiproвского края.

В дальнейшем над созданием газеты плодотворно работали и приумножали творческие достижения редакции Владимир Кныш, Николай Рыхлов, Николай Пищиков, Аркадий Скудный, Валентин Борисевич, Николай Левченко, Владислав Грибанов и другие журналисты.

В наше время коллектив редакции активно работает в тесном единстве со своим учредителем – районным исполнительным комитетом, его отделами и управлениями.

По итогам соревнования 2007 года среди районных газет Могилевщины «Маяк Приднiproўя» занял почетное третье место, 2008 года – второе место, 2017 года – второе место. В 2011 году сайт газеты «Маяк Приднiproўя» получил 2 премии в номинации «Лучший сайт СМИ и интернет-издания» на 2 ежегодном международном конкурсе веб-журналистики.

Тираж газеты на сегодняшний день составляет около 4479 экземпляров. Газета формата А3 выходит два раза в неделю. В среду на 8 полосах и в субботу на 12 полосах.

На ее страницах печатаются материалы разных жанров под рубриками «коМПас», «Монополия Персоны», «каМПания», «Модель Педагогика», «Место Происшествия», «Мотив: Профилактика», «коМПетентно», «агрокоМПлекс», «сиМПатично», «Масштаб Проблемы», «иМПульс».

Подводя итог, нужно отметить, что газета «Маяк Приднiproўя» прошла огромный путь становления и реформаций. Отличительной характеристикой газеты на данный момент является постоянная приверженность объективности в освещении проблем местной жизни, а также повышенное внимание к человеку труда.

Журналисты издания передают своим читателям традиции гуманизма. Основное место на своих полосах они отводят освещению событий социально-экономической жизни Быховского района. Новые взгляды и традиции прошлого отлично уживаются и отражаются на страницах регионального издания.

2.3 СМИ Могилевского региона: направления информационной работы

В систему печатных средств массовой информации Могилевской области входят 27 государственных газет: 4 областные («Магілёўскія ведамасці», «Могилевская правда», «Днiproвская неделя», «Зямля і людзі»), 2 городские («Веснік Магілёва», «Бабруйскае жыццё»), 21 районная.

Периодические районные издания Могилевской области: «Зара над Друццю» (Бельничичи), «Трыбуна Працы» (Бобруйский район), «Маяк Прыдняпроўя» (Быхов), «Радзіма» (Глуск), «Горацкі веснік» (Горки), «Савецкая вёска» (Дрибин), «Кіравец» (Кировск), «Родная Ніва» (Климовичи), «Голас Касцюкоўшчыны» (Костюковичи), «Сцяг Саветаў» (Кличев), «Чырвоны Сцяг. Краснаполле» (Краснополье), «Кричевская жизнь» (Кричев), «Сельскае жыццё» (Круглое), «Прыдняпроўская Ніва» (Могилевский район), «Святло Кастрычніка» (Мстиславль), «Асіповіцкі край» (Осиповичи), «Прысожскі край» (Славгород), «Шлях Кастрычніка» (Хотимск), «Іскра» (Чаусы), «Веснік Чэркаўшчыны» (Чериков), «Ударны фронт» (Шклов).

Одной из уникальных черт белорусской региональной медиасистемы является процесс возникновения социальных инноваций.

Под социальными инновациями понимаются явления в социальной сфере общества, которых не было на предыдущей стадии его развития и которые возникли естественным образом либо введены по инициативе субъектов управления [16, с. 364-365].

В Могилевском регионе формирование укрупненных информационных структур на базе ранее убыточных областных газет может быть причислено к данной категории.

Масштаб социальных инноваций, образованных в рамках региональной медиасистемы, вполне закономерен с точки зрения системного подхода. Региональной медиасистеме как сложно организованному объекту свойственно саморазвитие. А в его основе лежит процесс генерирования социальных инноваций.

Результатом саморазвития становится усложнение структуры и связей внутри системы, это позволяет ей сохранять целостность и устойчивость при взаимодействии с внешней средой, поскольку изменения носят постепенный и логичный характер.

Трансформацию Могилевской медиасистемы за счет генерации социальных инноваций, обеспечивающих ее целостность и устойчивость, можно признать действенной и успешной.

К слову, социальные инновации, производимые региональной медиасистемой, содействуют модернизации иных социальных систем. В частности, реализация рекомендаций, разработанных отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы информационного агентства «Могилевские ведомости», помогла предприятию «Можелит» улучшить микроклимат в трудовом коллективе. И это положительно сказалось на производительности труда сотрудников. Таким образом, можно говорить о позитивном содействии развитию экономики регионов.

Можно отметить, что социальные инновации, генерируемые региональной медиасистемой, способствуют модернизации экономики не только регионов, но и страны в целом, а также ее поступательному движению к инновационному и устойчивому развитию.

А вот развитию интернет-СМИ как сегмента медиасистемы Могилевской области способствуют успешное внедрение различных технологий высокоскоростного мобильного доступа, удешевление передачи данных, подключение все большего количества пользователей к интернету.

Сайты региональных СМИ ежедневно привлекают на свои площадки более 4,5 тысяч уникальных посетителей.

Как считает А. А. Градюшко: «Происходят трансформации содержательно-тематической, жанровой, организационной моделей редакций. За последние годы медиасистема Могилевской области сильно изменилась в связи с развитием различных форм интернет-коммуникаций. Это связано с интенсификацией информационных потоков и особым характером восприятия контента читателями. Приоритетным направлением работы становятся поиски новых форматов представления информации (видео, инфографика), развитие различных способов привлечения аудитории (поисковое продвижение, использование социальных сетей)» [10, с. 97].

В последнее время веб-журналистика обогатилась новыми творческими приемами. К ним можно отнести: модификацию заголовков и текстов, визуализацию, интеграцию с социальными сетями, поисковую оптимизацию, взаимодействие с мобильными платформами. Однако некоторые печатные издания до сих пор воспринимают свои сайты лишь как дополнительный вариант газеты.

Перейдем к анализу содержательных аспектов информационной деятельности интернет-СМИ, включенных в Могилевскую медиасистему. Можно выделить две направления развития сайтов. В первом случае электронная версия представляет собой всего лишь цифровой аналог печатного издания, несколько расширенный вариант, просто существующий в иной форме. Для таких изданий главным показателем успеха является тираж. Во втором случае сайт развивается до уровня самостоятельного веб-ресурса, который предоставляет оригинальный контент. Это могут быть как тексты, написанные специально для сайта, так и мультимедийные материалы. Как отмечают специалисты в области веб-журналистики, сайты, учитывающие специфику интернет-пространства, обычно имеют высокие показатели посещаемости и цитируемости.

В основе успеха любого сайта регионального СМИ в первую очередь лежит его контент-модель.

А. А. Градюшко утверждает: «Содержательно-тематическая концепция сайта формируется с учетом реальных проблем города и жизни его населения, однако немаловажную роль играют также инструменты и технологии, с помощью которых редакция подает контент. Как известно, для современного пользователя характерно клиповое восприятие. Поэтому особые требования предъявляются к заголовку: в интернете он не образный, а констатирующий, включает в себя глагол, ключевые слова и название местности» [10, с. 98].

В самом тексте тоже важна расстановка акцентов, чтобы увлечь читателей, задержать их на сайте как можно дольше. По информации сервиса «Яндекс.Метрика» наибольших успехов в этом направлении добились газеты «Бабруйское жыцце», «Голас Касцюкоўшчыны», «Маяк Прыдняпроўя». С помощью инструментов интернет-статистики можно легко выявить и читательские предпочтения. Она показывает, что наибольший отклик у читателей вызывают публикации про ДТП, ЧП, конфликты.

А вот к визуализации прибегают далеко не все региональными веб-СМИ Могилевской области. Сложившаяся на медиарынке ситуация требует развития визуальных форматов представления информации, которые могут способствовать привлечению внимания аудитории и быстрой передаче сообщения, его легкому восприятию.

Так, на сайте газеты «Бабруйское жыцце» каждые 2 – 3 абзаца в тексте разбиваются фотоснимками. А заголовках, например, часто используются слова фоторепортаж и фотофакт. К слову, одним из самых эффективных способов увеличения времени, проводимого на сайте, является использование видео.

Перед интернет-СМИ сегодня открываются возможности представления и трансляции информации посредством мультимедийного и интерактивного медиатекста. Эти тенденции также проявляются в дизайне сайтов Могилевского региона.

Весной 2016 г. газеты «Зара над Друццю» и «Маяк Прыдняпроўя» полностью изменили оформление своих веб-ресурсов. Сегодня они имеют на главных страницах крупные визуальные блоки, посвященные актуальным темам. В этих блоках материалы размещаются исходя из их значимости.

В качестве примера того, как внедряются в газетах Могилевской области новые веб-технологии, какими темпами идут процессы медиаконвергенции, стоит выделить сайт быховской районной газеты «Маяк Прыдняпроўя». Доменное имя bukhov.by было зарегистрировано в феврале 2010 года. Сайт газеты был создан в том же году. Веб-ресурс сегодня представляет собой не столько сайт газеты, сколько локальный информационный портал.

Материалы печатного издания полностью не выкладываются на сайт, ведь он существует как самостоятельная интернет-версия. На сайте размещаются

фотографии и видео. Многие заголовки адаптируются для размещения в интернете.

При определении характеристик региональных СМИ Могилевской области необходимо иметь в виду также такой важнейший критерий, как их присутствие в социальных сетях.

Как отмечает в своем научном исследовании А. А. Градюшко: «Безусловной популярностью у газет пользуются социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». На их долю приходится более 80% переходов из социальных сетей на сайты изданий. Что касается Facebook и Instagram, то эти сети популярны в основном в крупных городах. Говоря о Twitter, можно отметить снижение интереса к этому каналу онлайн-продвижения в регионах. Видеосервис YouTube будет популярен лишь в том случае, когда редакции будут сами снимать и размещать на своих сайтах видеосюжеты» [10, с. 101].

Д. Н. Федечкин рассматривал данный вопрос в своей научной статье и утверждал: «Присутствие СМИ в социальных сетях – значительный фактор для развития региональной прессы, так как есть возможность, во-первых, продвигать ресурс и привлекать новых читателей, а во-вторых, организовывать диалог. Читатель новостного сайта в комментариях в социальных сетях всегда может обсудить, внести дополнения, сделать замечание по публикации, а, откликаясь посредством диалога, издание может наладить с жителями города тесный контакт. Кроме того, в социальных сетях можно получить мнение на ту или иную проблему через опрос, анализ комментариев или цитирование новости» [36, с. 55].

Становится ясно, что задачи тех сотрудников редакции, которые отвечают за выпуск интернет-СМИ, в новых условиях не только меняются, но и значительно усложняются. Организация конвергентной редакции требует перестройки редакционной структуры. Возникает необходимость в таких специалистах, как мобильный журналист, редактор инфографики, редактор социальных медиа.

В содружестве с журналистами они могут создавать новые формы контента. Например, мультимедийная статья, таймлайн, коллаж, информационная карта, подкаст и др.

В общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Профессии рабочих и должности служащих» в 2011 г. введена должность «Редактор интернет-ресурса». В БГУ на факультете журналистики ведется переподготовка и повышение квалификации специалистов, ответственных за сопровождение интернет-СМИ.

В реальной аудитории газет Могилевского региона преобладают люди среднего и старшего возраста, поэтому перед журналистами стоит важная задача по привлечению на сайты молодых читателей.

Нельзя исключать и то, что пока у журналистов Могилевской области есть определенные проблемы с внедрением новых технологий в медиасистему региона. Но в целом конвергентные процессы в редакциях региональных СМИ разворачиваются динамично.

Пока еще не все издания Могилевской области в полной мере используют коммуникативные возможности интернет-СМИ, что не позволяет им наладить эффективную коммуникацию с аудиторией. Это связано с перечнем различных факторов: экономикой веб-изданий, количеством сотрудников, занимающихся сайтом в редакции, уровнем их компетенций, программным обеспечением, временем, которое отводится на сопровождение веб-ресурса.

Помимо этой проблемы, существуют и другие вопросы, сопряженные с новизной тех медиаплатформ, на которых работают региональные интернет-СМИ. Прежде всего сказывается нехватка специалистов в данной области и низкий уровень их подготовки.

Процесс интенсивного внедрения новых технологий в медиасферу Могилевского региона требует постоянного совершенствования навыков журналистов.

Выводы по главе 2:

1. Первые региональные периодические издания возникли в условиях отсутствия государственной и территориальной определенности Беларуси: «Гродненская газета» (1776-1783), «Гродненские ведомости» (1792). В 1838 г. официальными изданиями Северо-Западного края стали «Губернские ведомости», с 1863 г. в Минске, Полоцке, Могилеве и Гродно начали печататься «Епархиальные ведомости».

Новый этап становления региональной печати на территории Беларуси начался после революции 1917 года в губернских и уездных городах, где большевики создавали местные Советы. На базе подобных изданий позже были созданы многие окружные, а потом районные и областные издания.

В 1938 г. произошло разделение территории Беларуси на области. К ряду районных газет присоединились областные. В 1941 г. в БССР насчитывалось 9 областных газет.

В послевоенное время система региональных СМИ продолжала совершенствоваться и развиваться. В период с 1986 по 1991 гг. в развитии белорусских СМИ произошли важные изменения – начался период демократизации общественной жизни.

Очередные изменения в деятельности региональных изданий Беларуси произошли после распада СССР и отмены деятельности Коммунистической

партии. Газеты сменили учредителей, через некоторое время многие из них стали выходить под новыми названиями. Стабильность деятельности белорусской печати наступила в начале нового века. А тенденция повышения заинтересованности населения к районным изданиям сохраняется на протяжении последних полутора десятка лет. На 1 мая 2021 г. в Республике Беларусь зарегистрировано 136 государственных региональных печатных СМИ.

2. Первый номер «Маяка Прыдняпроўя» вышел 25 декабря 1918 года. Тогда газета называлась «Известия Быховского ревкома». Преемницей «Известий Быховского ревкома» с 14 октября 1930 года стала газета «Маяк камуны». Журналисты газеты активно освещали процесс коллективизации сельского хозяйства и досрочное выполнение заданий первой пятилетки. «Маяк камуны» издавался до июля 1941 года. Важная роль в организации и сплочении патриотов Отечества на борьбу против фашистов принадлежит газете «Партизан Быховщины», которая с 1 мая 1943 года издавалась подпольным райкомом партии. Позже на освобожденной от немецко-фашистских захватчиков земле начала выходить газета «Сацыялістычная перамога». Первый ее номер вышел 15 апреля 1944 года. С 3 июля 1957 года районная газета начала выходить под названием «Сцяг працы», а с апреля 1963 года стала называться «Маяк Прыдняпроўя». В 1977 году «Маяку Прыдняпроўя» была присуждена первая премия Союза журналистов БССР. Подавляющее большинство современных районных изданий функционирует на базе советских. Газета Быховского района «Маяк Прыдняпроўя» – не исключение.

3. На сегодняшний день в систему печатных средств массовой информации Могилевской области входят 27 государственных газет. Все заметнее становится тенденция выхода изданий Могилевской области в интернет и социальные сети. Несмотря на то, что темпы внедрения новых технологий в регионах заметно ниже, чем в центральных городах Беларуси, веб-ресурсы, входящие в медиасистему Могилевского региона, пользуются популярностью у местных жителей. СМИ Могилевского региона движутся в следующих направлениях: они реализуют идею конвергенции за счет спроса на мультимедийный сетевой продукт, а также создает информационные структуры на базе ранее убыточных предприятий медиарынка.

ГЛАВА 3

СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ГАЗЕТЫ «МАЯК ПРЫДНЯПРОЎЯ»

3.1 Приоритетная проблематика

Средства массовой информации являются важнейшим источником информации о многогранном окружающем мире. Они информируют население по актуальным вопросам политики, экономики, социально-культурной сферы, формируют общественное мнение, являются действенным инструментом политического влияния. Пресса способствует становлению системы ценностей и ориентиров, определяющих развитие социума, политической и социально-экономической модели государства.

Одним из институтов, обслуживающих насущные информационные потребности, является региональная журналистика. Будучи подсистемой белорусских СМИ, она имеет свою сферу распространения, административно-территориальный фактор, призвана отражать социальные, политические, культурологические процессы, происходящие на данной территории.

Приоритетная проблематика региональной прессы – актуальная тема. Она привлекает внимание теоретиков журналистики по ряду причин. Во-первых, региональная пресса играет значительную роль в информировании населения. Во-вторых, история региональных СМИ имеет богатые традиции и очень важна для государственной идеологии. В-третьих, местная печать – значительный сегмент современной медийной сферы.

Районная газета «Маяк Прыдняпроўя» позиционирует себя как районная общественно-политическая газета. Для наглядного примера тематического анализа газеты были использованы подшивки за 1980 и 2020 годы, потому что, на наш взгляд, эти периоды стали наиболее значимыми для газеты, которая представлена сейчас.

С целью анализа современных направлений деятельности районного издания «Маяк Прыдняпроўя», а также выработки рекомендаций для редакции этого издания был проведен контент-анализ 116 публикаций из 6-ти номеров газеты, что позволило выявить актуальные тематические и жанровые направления данного СМИ. Для контент-аналитического исследования был использован каждый второй номер газеты «Маяк Прыдняпроўя» за полугодие 2020 г.

Проведя контент-анализ газет за период с 01.06.2020 по 01.12.2020, мы имеем следующие показатели. В данной выборке **42,7%** составляют

публикации, темой которых является **социальная сфера**. Публикации об **экономике – 23,9%**. Материалы о **политике – 8,5%**.

ТВ-программы и городские афиши составляют **7,6%** материалов в газете. **5,1%** публикаций попадает под категорию «**другое**». А **7,6%** публикаций газеты «Маяк Приднiproўя» – это **реклама**. Самую небольшую часть газет составляют **развлекательные материалы (4,2%)**: анекдоты, кроссворды, гороскопы и т.п. (ПРИЛОЖЕНИЕ А).

Под определение «социальная проблематика» попадает почти вся деятельность человека в обществе. С самого рождения человек сталкивается с социальной проблематикой – здравоохранение, получение образования, спорт, развитие искусства и культуры, оплата коммунальных услуг, строительство жилья, отдых – все это интересует людей. И поэтому средства массовой информации призваны давать полную информацию о состоянии социальной сферы, открывать для обсуждения новые темы и проблемы, отслеживать изменения, происходящие в обществе, давать им оценку, объяснять суть изменений. И совсем не удивительно, что большая часть материалов в районной газете посвящена именно социальной проблематике.

Материалы социальной тематики в газете «Маяк Приднiproўя» популярны больше всего. В номерах встречаются публикации под рубриками «Актуально», «Люди и дела», «Собеседник» о всех сферах социальной жизни города Быхова и Быховского района: образование, медицина, наука, культура, искусство, социальное обеспечение. Контент-аналитическое исследование показало, что журналисты «Маяка Приднiproўя» очень часто поднимают тему социального обеспечения в своих материалах (20%). 12% составляют публикации посвященные правовой тематике. Это свидетельствует о том, что журналисты районной газеты стремятся повышать правовую грамотность населения. 12% материалов рассказывают о положении здравоохранения в Быхове и Быховском районе. 12% посвящены теме образования.

Часто на страницах газеты можно встретить материалы, рассказывающие об успехах школьников и студентов. Такой же процент (12%) материалов раскрывает экологические темы. В каждом номере журналисты газеты стараются делиться со своими читателями спортивными новостями (10%). В газете также присутствуют материалы по интересам (8%). В основном эта информация полезна людям, которые увлекаются садоводством и рукоделием. Реже (6%) появляются публикации, которые затрагивают темы населения (рождаемость, демографические изменения и т.п.). 4% составляют материалы о культуре и искусстве, а также категория «Другое». Например, интервью с музыкантами, художниками, ветеранами, учителями, историками вызывают у читателей большой интерес.

Читая в газете материалы социальной тематики, становится ясно, что журналисты издания ставят перед собой важную цель – не просто дать информацию, но и получить обратную связь. Они используют безграничное поле информации, чтобы посредством коммуникации вовлечь граждан в общественный процесс. Авторы не только показывают проблему, но и дают понять, что человек сам может сыграть существенную роль в ее решении и в дальнейшем поднять уровень активной гражданской позиции. Поэтому журналисты добавляют фотографии к публикациям, излагают информацию не только через факты, но и через эмоциональную призму собственного взгляда.

Сегодняшняя работа журналиста регионального издания тесно связана с освещением экономических событий, происходящих не только в районе, но и в республике в целом. В этой ситуации важно, чтобы журналист, пишущий на экономические темы, имел адекватное представление об экономических процессах, понимал, как строится политика государства, бизнеса и общественных институтов в этой области.

Экономическая проблематика в районной газете имеет несколько основных тематических приоритетов: положение в агропромышленном комплексе, развитие подсобных хозяйств, экономическое развитие региона, традиции, инновации и перспективы местной промышленности, функционирование торговли и сферы услуг.

Журналисты газеты «Маяк Приднiproя» стараются освещать новости экономического характера с разных сторон. В результате анализа данных номеров стало ясно, что авторами издания чаще всего затрагиваются темы общих вопросов экономического развития (42,8%). В каждом номере из данной выборки были найдены публикации, посвященные теме безработицы. Также часто затрагиваются вопросы сельского хозяйства в рубриках «Фермер» и «Итоги» (25%). Такое направление как аграрная тематика характерно для многих районных газет. Часто журналисты публикуют материалы на темы: торговля и сферы услуг (17,8%). Почти в равном количестве журналисты газеты затрагивают темы: промышленность (7,1%), строительство (3,5%), коммунальное хозяйство (3,5%). Однако стоит отметить, что в данной выборке не были найдены материалы, рассказывающие про банковскую систему и транспорт.

Средства массовой информации всегда уделяют внимание экономической теме. Это связано как с экономическим состоянием страны, так и с мировыми процессами экономики. Газете «Маяк Приднiproя» присущ ряд некоторых принципов в подаче экономической информации: максимальная беспристрастность и точность в подаче фактов. Районная общественно-политическая газета имеет очень разноплановую целевую аудиторию, поэтому

журналисты стараются подавать экономическую информацию так, чтобы она была понятна рядовому читателю.

По количеству материалов, напечатанных на страницах газеты, на третьем месте находится политическая тематика. В рубрике «Информация» затрагиваются вопросы проведения различных проверок и мониторингов, описываются заседания райисполкома, печатаются отчеты с собраний, поднимаются сложные вопросы, которые возникают у населения и решить которые может только руководство района.

Все самые интересные и важные политические новости «Маяк Приднiproўя» публикует на первых полосах газеты в рубрике «У краіне – у свеце». Чаще всего журналистами издания затрагивается тема политических институтов (80%), освещаются действия власти. Намного меньше редакция газеты публикует статьи патриотического характера (20%).

Хочется отметить, что авторы журналистских произведений на политическую тематику, в условиях современной реальности, чаще всего отсеивают из них все эмоциональные оттенки. Поэтому главной особенностью подачи политической информации в газете является отсутствие в материалах эмоциональности и экспрессивности. Журналисты апеллируют исключительно фактами, предоставляя возможность своим читателям самостоятельно делать выводы.

Данная форма подачи информации встречается в следующих публикациях: «Под защитой государства» (Маяк Приднiproўя, 17 жніўня 2019 г.), «Автопортрет нации» (Маяк Приднiproўя, 17 жніўня 2019 г.), «Максимально открыто» (Маяк Приднiproўя, 11 красавіка 2018 г.).

По данным контент-аналитического исследования можно установить, что реклама составляет 7,6% от всех остальных публикаций, напечатанных в газетах данной выборки. Зачастую реклама представлена целым блоком объявлений, который традиционно размещается на развороте страниц №8-9, либо №12-13. А также небольшие блоки с рекламными объявлениями можно найти на последней странице газеты.

В каждом номере газеты «Маяк Приднiproўя» присутствуют материалы, подпадающие под категорию «другое» (5,1%). Чаще всего подобными материалам являются небольшие сводки погоды, выходные данные газеты, ее логотип и анонсы на первой полосе.

В рамках исследовательской работы мы провели сравнительный анализ проблематики современного издания и проблематики материалов, которые выходили в 1980-е годы на страницах районной газеты «Маяк Приднiproўя».

В начале 1980-х г. журналисты издания старались воспитывать в своих читателях патриотизм, честность, порядочность. На первых страницах часто появлялись заголовки: «У пяцігодку – уклад кожнага», «Трэцяму году

пяцігодкі – ударная праца!», «Уключайцеся ў саборніцтва!», «Хто дбае, той і мае», «Паскорыць тэмпы корманарыхтовак – баявая задача дня» (Маяк Прыдняпроўя, 7 ліпеня 2018 г.).

Матэрыялы эканомічнай накіраванасці сустрачаліся ў газеце часцей за ўсё.

Пад рубрыкамі «Інтэрв’ю ў нумар», «Штрыхі да партрэта», «Камуніст і яго справа» журналісты публікавалі матэрыялы аб доярках, жыватноводах, агронах, мелиораторах-ударниках работы, якія дасягнулі значальных успехаў. Замечна, што кожны такой расказ суправаджаецца жывым яркім фотаснімком. Гэтыя людзі іскренне ўлыбаюцца, упэўнена глядзяць у будучае і цвёрда вераць у тое, што робяць.

Рэгулярна на старонках газеты тых гадаў з’яўляліся матэрыялы аб Вялікай Айчыннай вайне. Довольна часта чытацям прапалі стравіцу «Летапіс народнай славы Быхаўскага раёна», на якой пачаталіся матэрыялы аб подвигах землякоў у гады вайны, Героях Саветскага Саюза, партызанскаму руху. Не рэжэ з’яўлялася ў «Маяке Прыдняпроўя» і ваенна-патрыятычная стравіца «Служу Савецкаму Саюзу». Часта пачаталіся ачеркі аб ваенных, якія прадаўгаюць службу, успамінаныя аб ваінах-авабодіцелях, пагібшых у баях за Родіну.

Начынае газета расказваць і аб інтэрнацыянальнай місіі саветскіх войскаў у Афганістане. Са стравіцы «Летапіс інтэрнацыянальнай дружбы» народ узнае аб простых саветскіх рэбятах, папавшыя на вайну.

Пярэстройкa падключыла ўсе сродствa масавага інфармацыі да прапаганда новага курсу. Саотвeтствeннo і «Маяк Прыдняпроўя» шeл пo тoму жe пyтy. В рaйoнкe oсвeщaлyсь вce, дaжe мeльчaйшыe сoбыттыя, зв’язанныя с рeкoнстpукцый прoдyкцый, прoгpаммoй бoр’бы с дeфцытoм тoвaрoв нaрoднoгo пoтpеблeннa. Экoнoмічeскыя і пoлтычeскыя мaтeрыялы пeрeсeкaлyсь. Акцeнт дeлaлcя нa тoм, чтoбы прывлeч’ кaждoгo чытaтeл’я к пpocтoмy пoстpoeннy «нoвoгo сoцaлeзмa».

Вoт выдeржкa з пyблeкaцыі «Пpaxoдз’яч’ м’ітынгі»: «...М’ітынг адкpыў дэpэктap сaўгacа «К’іп’ячy» І. А. Абрaмчыкaў. Ад імя пpысyтных eн выкaзaў гaрaчyю пaдтpымкy пaлaжeнн’ям і вывaдaм, як’ія в’ыц’якaюць з Пaл’іт’ычнaгa дaклaдa М.С. Гaрбaчoвa. Зaп’эўн’і з’eздa кaмyн’іcтaў, штo кaлeктыў сaўгacа бyдзe рaб’іць yсe мaгч’ымaе д’ля пaсcaрeнн’я экaнaм’ічнaгa і сaц’ял’ьнaгa рaзв’іц’ц’я, дaлeйшaгa ўмaцaвaнн’я мaгyтнacці Рaдз’імы» (Маяк Прыдняпроўя, 12 вepacн’я 1984 г.).

Пoстoяннoй в тe гoды стaнoв’ітc’я рyбpыкa «Pашeнн’і XXVII з’eздa КПCC y ж’ыццe». Мaтeрыялoв пoлтычeскoй тeмaтык’і в oднoм нoмeрe гaзeт’ы в тe гoды б’ылo бoльшe, чeм сeйчac.

Отдельно нужно выделить появившуюся на страницах «Маяка Приднiproўя» рубрику «Мятлу». В которой через призму сатиры и юмора поднимались важные социальные темы.

Одной из центральных тем в 1980-е годы становится антиалкогольная пропаганда. Материалы печатаются под заголовками «Цвярозасць – закон нашага жыцця», «П’янству – бой!» (Маяк Приднiproўя, 7 ліпеня 2018 г.).

Вот о чем рассказывается в заметке «Без маральных устояў»: «...Нядаўна рашэннем народнага суда Быхаўскага раена за сістэматычнае злоўжыванне спіртным у рабочы час механізатары саўгаса «Холстава» А. Церашкоў і С. Сафонаў пазбаўлены правоў на кіраванне трактарам тэрмінам на тры гады са спагнаннем 300 рублеў штрафу з кожнага» (Маяк Приднiproўя, 25 лютага 1986 г.).

Журналисты того времени видели свою задачу не только в широком отражении хода событий в СССР и на международной арене, но и заботились о том, чтобы патриотизм реализовался в процессе мирного строительства. Газета изображала на своих страницах социально-экономическую жизнь страны и города Быхова. Напряженная работа людей стала основной идеологии районной газеты и главной чертой поведения всего общества.

Таким образом, можно отметить, что журналисты редакции «Маяка Приднiproўя» в наше время постоянно стараются всесторонне освещать на страницах газеты реалии жизни, делать ее содержательной и интересной для читателей, обстоятельно рассказывать о деятельности каждой из ветвей государственной власти, затрагивать вопросы экономики, культуры, духовности, социальной жизни. Много внимания журналисты газеты уделяют раскрытию приоритетных тем и проблем, которые волнуют жителей района, пишут глубокие материалы на разные темы, о разных людях – тружениках села, передовиках производства, молодежи, о праздниках и буднях района, о работе школ, учреждений культуры, предприятий.

Но если сравнивать тематическое наполнение издания за 2020 год с газетами за 1980 год, можно понять, что политические и экономические темы стали подниматься на страницах «Маяка Приднiproўя» намного реже, чем это было в годы перестройки. В наше время журналисты отдают приоритет социальной проблематике.

3.2 Жанровое наполнение

В журналистике сформировалась устойчивая система жанров. Каждый жанр представляет из себя конкретную литературно-художественную форму, а также имеет четкое назначение.

В науке выделены четыре главных признака жанровой структуры: жанры различаются друг от друга по характеру объекта отражения действительности, имеют конкретные названия, разный масштаб выводов и обобщений, отличаются по характеру стилистических средств языковой палитры.

Жанровая принадлежность текста обуславливает эффективность участия СМИ в управлении политическими, экономическими, социально-культурными процессами, а также степень воздействия материала на общественное сознание. Досконально зная специфику жанров, основательно владея ими, журналисты способны целенаправленно и всесторонне воздействовать на формирование общественного мнения, устанавливать общественно важные ориентиры.

В результате анализа жанровой палитры материалов газеты «Маяк Прыдняпроўя» можно сделать вывод, что приоритет в освещении событий Быховского района принадлежит **информационным жанрам – 71%** (ПРИЛОЖЕНИЕ Б). Наиболее распространенный из них – заметка. Ее тематический диапазон охватывает все сферы гражданского общества: политическую, социальную, экономическую, духовную.

Следующая позиция среди информационных жанров, содержательная насыщенность которых соответствует проблематике исследования, принадлежит интервью. Используя такие виды, как интервью-диалог, интервью-опрос, интервью-зарисовку, районная газета не только знакомит аудиторию с мнениями компетентных специалистов, но и акцентирует внимание читателей на деятельности отдельных общественных институтов.

Довольно распространенный жанр региональной периодики – отчет. Разновидностью отчета являются сообщения редакций о ходе проведения «прямых линий», «выездных приемных», где депутаты, председатели райисполкомов или их заместители, представители министерств, ведомств отвечают на вопросы граждан, помогают им в решении проблем, связанных с жильем, благоустройством территории, зарплатой, трудоустройством. После каждой «прямой линии» в отчете отмечается, сколько телефонных обращений получил чиновник во время разговора, в чем была их суть. Несмотря на то, что сегодня жанр отчета воспринимается как «застывший», «сухой», на наш взгляд, он также является своеобразным средством развития партнерского взаимодействия власти и населения, обеспечивает диалог и организует эффективную коммуникацию с обществом.

Анализ публикаций районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» за 2020 год показал, что авторами информационных материалов становятся не только журналисты – участники редакционных коллективов, но и представители наружных аудиторий. Авторы-журналисты идентифицируют себя с представителями территориального сообщества, презентуют информацию преимущественно локального характера, создающую имидж района.

Заметную позицию в формировании контента районной газеты имеют тексты, предоставленные сотрудниками разных учреждений и организаций. Например, руководителями районных объединений профсоюзов, председателей районных комитетов, представителей ГАИ, РОВД.

В материалах за подписью отмеченных авторов приводится информация об изменениях в законодательстве, подписании указов и постановлений, а также криминальные сведения, статистические данные, отчеты по результатам проверок и т.д. указанные публикации на газетной полосе подаются или как перепечатка официальных документов органов власти, или в виде сведений от имени специалиста, эксперта в определенной области, что представляют собой официально-деловую информацию в переработанной форме.

В проанализированных номерах газеты группа **аналитических жанров** представлена **26 %** публикаций. Основная из них – статья. Трансформация жанровой системы, вызванная реформированием общественно-политической и социально-культурной жизни в конце XX – нач. XXI вв., обусловило изменение способов подачи информации в статье. Когда в советский период позиция журналиста являлась авторизованной, то в постсоветское время характерной чертой дискурса стала персонификация информации – отражение действительности через призму мировосприятия и индивидуального мнения журналиста.

Многочисленные речевые элементы из проанализированных материалов свидетельствуют о постепенном процессе эссеизации и, соответственно, расширении жанровых границ статьи. Благодаря выражениям с характерной эмоциональной окраской («словно в кошмарном сне», «когда мир катится в пропасть», «должны смеяться дети»), выясняется глубинная сущность поставленных проблем. Разнообразие композиционных приемов и средств усложняют стилистическую структуру статьи, придают большую выразительность.

Однако сегодня аналитическая наполненность статьи требует от автора задачи творчески синтезировать жанровые вариации, проявлять четкую речевую позицию, что, в свою очередь, сможет избавить журналистский текст от формальных подходов к его аналитической составляющей.

В ряде проанализированных материалов, отражающих процесс становления гражданского общества, группа **художественно-публицистических жанров не выявлена**. Такая ситуация обусловлена причинами, связанными с существованием современной медиапрактики в условиях глобализации и развитием информационного общества. В первую очередь, это вызвано коренным пересмотром традиций, поиском наиболее оптимальных приемов и методов подачи факта, что нашло отражение в модификации жанрового оформления журналистских сообщений и проявилось в визуализации текстов,

сокращении их объемов, использовании структурированных иллюстративных блоков, инфографики.

Образное отражение действительности, поэтичность, глубокие философские размышления, которые характерны для художественно-публицистических жанров, не соответствуют общим тенденциям развития современной медиасферы.

Мультимедийные технологии и функционирование конвергентных редакций требуют наличия полифункционального медиатекста, который может существовать на разных площадках. Однако, на наш взгляд, стремление авторов публикаций к более углубленному анализу фактов, увеличение числа материалов, написанных в жанре фельетона, эссе, очерка, характеризующиеся высоким уровнем эмоционального воздействия на читателя, будет содействовать качественному осмыслению социальных, духовно-нравственных проблем общества, организации эффективного диалога населения с государством.

Благодаря художественному осмыслению насущных проблем, публикации региональной печати способны стать мощным фактором формирования общественного мнения в направлении утверждения основ справедливого общества и идеологических ценностей гражданского общества.

Динамические изменения, сопровождавшие общественно-политическую и социально-культурную жизнь в конце XX – нач. XXI вв., процессы информатизации и глобализации вызвали «пересмотр» жанровых границ, отход от классической модели написания материалов, трансформацию жанровой системы.

3.3 Графическая концепция издания

Успех газеты зависит не только от мастерства журналистов, от связи редакции с авторским и читательским активом, от содержания, доказательности и убедительности публикаций, но и от художественно-технического оформления.

За многие годы журналистской практики накоплен огромный опыт создания вида и формы периодических изданий. Возникли различные традиции в работе над их дизайном – размещения материалов в номере, применения приемов их выделения, использования различных полиграфических средств.

Главные задачи верстки печатного издания – содействовать наиболее детальному выявлению содержания созданных материалов, упростить их восприятие, управлять интересом читателя, помочь ему найти самое важное, животрепещущее и представляющее для него интерес. Таким образом,

оформление газеты играет весьма важную роль и в эстетическом воспитании читателей.

Дизайн газеты базируется на целом ряде основополагающих принципов, и руководствоваться ими оформитель должен на всех этапах подготовки публикаций. Соблюдение принципов умеренности, соразмерности, последовательности, стилистического единства, контрастности, целостности, сдержанности придает всей публикации ряд необходимых качеств, из которых и складывается сила ее воздействия и визуальная привлекательность.

Острая конкуренция на информационном рынке, новые полиграфические технологии, возросший профессионализм журналистов, в том числе и оформителей, оказала особое влияние на внешний облик современной прессы. Никто не станет оспаривать, что газеты сегодня выглядят более привлекательными, чем это было лет 10-15 назад.

Изменились внешне и районные газеты. Отрегулированы форматы колонок, пробелы, линейки. И главное – в редакциях газет наконец стали разборчиво относиться к тематической компоновке номеров. Близкие по теме публикации не рассыпаются по разным страницам, как это наблюдалось до недавнего времени, а объединяются в блоки и тематические страницы, сопровождаются четкими заголовками и рубриками. Чаще стали появляться рубрики к отдельным материалам. То же можно сказать и про лидер-абзацы, которые ранее на страницах районных газет встречались довольно редко.

Последовательная система шрифтов печатного издания предназначена для того, чтобы уже с первой полосы направить читателя и упростить процесс восприятия содержания. Данная система влияет на читателя при помощи повторения запоминающихся гарнитур в заголовках и самих текстах.

К сожалению, во многих районных изданиях допускаются промахи при выборе количества текстовых и титульных шрифтов. Редакция газеты «Маяк Прыдняпроўя» не стала исключением.

Верстальщики районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» предпочитают обращаться к моногарнитурному шрифтовому расписанию основного текста. На страницах газеты можно наблюдать следующую тенденцию: основной текст оформляется рубленой гарнитурой. Такая гарнитура более емкая, а также позволяет беречь площадь полосы.

Работники типографии отмечают, что оттиски букв рубленой гарнитуры ярче отпечатков шрифтов с засечками. А одногарнитурное оформление обеспечивает изданию согласие шрифтового вида и ускоряет процесс верстки газеты.

Но стоит понимать, что моногарнитурное шрифтовое решение выглядит однообразно, а выбор одной и той же гарнитуры различными газетами делает их похожими друг на друга. Схожее оформление говорит об отсутствии у газет

собственного уникального визуально-графического образа. Компромиссным решением для районного издания может стать малогарнитурное шрифтовое расписание. В случае, если рубрики и отдельные публикации будут оформлены таким образом, то каждая из них будет оцениваться отдельно, при этом аккуратно впишется в визуальную концепцию всего номера.

Естественно, визуализировать структуру издания всего лишь тремя гарнитурами недостаточно. Перед дизайнерами издания стоит и другая задача – это их правильное сочетание. Важно осознавать, что всевозможные гарнитуры производят на читательскую аудиторию неодинаковое впечатление. Например, чем больше толщина основных штрихов в буквах, тем сильнее становится восприятие тяжести гарнитуры. Неумелое использование даже одного вида шрифта может привести к пестроте на полосе, а также к затруднению восприятия текста. Поэтому выбор гарнитуры должен зависеть от длины строки и содержания текста. Чтобы избежать монотонности, многие дизайнеры делают акценты, например, изменяют наклон основных штрихов, насыщенность и кегль шрифта.

Заливки и выворотки необходимо применять для утяжеления небольших по объему текстов и выделения тех отрезков информации, на которые читателям следует обратить особое внимание, – врезок, заголовков, логотипов, то есть, как отмечал американский дизайнер Т. Харроуэр, «для элементов факультативных» [38, с. 181]. К сожалению, верстальщики и ответственный секретарь «Маяка Приднiproўя» эти средства выделения не всегда применяют по назначению. Часто в газете можно встретить перенасыщенные материалами полосы, которые полностью выделены заливками. В подобных случаях главная задача выделительных элементов теряет весь свой смысл, глаза читателя не могут сфокусироваться на одном конкретном материале, а ищут связь между ними, которой зачастую даже нет.

Нечасто, но и такое бывает, что верстальщики нарушают соразмерность шрифтов заголовков, относящихся к текстам. Как следствие, заголовки не распределяют тексты по степени важности. Своими размерами и расположением они не дают читателю возможность понять, к какому тексту относятся и какая публикация существеннее. Отказываясь от добавления смысловых акцентов на каждой полосе, оформители рассеивают бесчисленные заглавия по всему полю страницы, что приводит к искажению композиционного согласия: заголовки и рубрики полос не согласуются друг с другом, а также не способствуют формированию смысловой целостности номера.

Как отмечает С. В. Харитонова в статье «Шрифтовая архитектура районных газет»: «Это несоответствие легко исправить, если соблюдать принцип пропорциональности «чем меньше текст, тем меньше заголовков» и

помнить о том, что заголовок должен составлять приблизительно 10 % от площади текста» [37, с. 181].

На страницах газеты «Маяк Приднiproўя» неоправданно чередуются кавычки «елочки» и “лапки”, а также используются цветные подложки под текстом, затрудняющие прочтение.

Довольно часто на страницах районной газеты можно увидеть, как текстовые блоки с эффектом обводки накладываются на снимки, что затрудняет восприятие журналистских материалов (ПРИЛОЖЕНИЕ В).

Например, данный снимок спокойно можно было кадрировать, дабы разместить с ним рядом текст и не использовать обводку белого цвета для него (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

Можно сделать вывод, что яркой тенденцией является переход газет к моногарнитурному шрифтовому оформлению как текстов, так и заголовков. Компьютерная техника позволяет сегодня создавать оригинальные шрифты, однако эти возможности в районных газетах используются недостаточно, а когда появляются новые шрифты, то зачастую они неудачно сочетаются с традиционными.

Композиция заголовков имеет важное значение в периодических изданиях. Наиболее распространенный сегодня вариант их расположения в газетах – над публикацией. Редакция газеты «Маяк Приднiproўя» также придерживается этого варианта.

Для оформления всех видов заголовков издание использует главным образом заголовочные и титульные шрифты. Их кегль больше текстовых, благодаря чему заголовки выделяются на полосе, сразу бросаясь в глаза. Кроме того, отдельные элементы заголовочного комплекса нередко выделяются и за счет использования различных оформительских приемов.

Хочется отметить, газете «Маяк Приднiproўя» зачастую не хватает чувства меры в использовании графических элементов при оформлении заголовочных комплексов. Чрезмерное увлечение какими-то из них чаще всего приводит к неоправданной пестроте на полосе, не облегчающей, а затрудняющей ориентировку в содержании материалов. В некоторых заголовочных комплексах есть избыточные способы оформления: тени, обводки, подложки (ПРИЛОЖЕНИЕ Д).

Неоднократно в номере можно встретить заголовки, которые были набраны прописными буквами, из-за чего происходит затруднение в их прочтении.

На полноцветных разворотах заголовки и лиды газеты перекрашиваются разными цветами, что перегружает полосы и нарушает общий стиль издания.

Часто изменяется ширина символов заголовков, что приводит к разрушению ритма дизайна.

Что касается современных тенденций в оформлении заголовочных комплексов, то следует отметить, что их конструкция усложняется. В него вошел лид, включаются различные графические элементы: иллюстрации, геометрические фигуры, стрелки. Заметно увеличились за последние годы кегли заголовков.

Вместе с тем более тщательным стал подбор шрифтов в плане соответствия типу издания и характеру материалов. Большинство изданий переходит на малогабаритный стиль оформления, что придает ясность и строгость оформлению номеров газет.

Очень редко применяют оформители газеты «Маяк Приднiproўя» внутренние подзаголовки, которые призваны не только «дробить» огромные тексты, но и оживлять газетные полосы.

Большую разнообразность фотоматериалов демонстрируют центральные средства массовой информации. В некотором отрыве от них по количеству и качеству используемых жанров фотожурналистики находится множество районных изданий.

Иллюстрации в «Маяке Приднiproўя», как правило, мало интересуют читателя. Часто фотографы и журналисты, допускают композиционные ошибки, поэтому снимки получаются малоконтрастными, невыразительными, постановочными. Жанры фотожурналистики на страницах газеты используются достаточно робко и неуместно. Фоторяд лишен выдумки и экспрессии.

В основном все иллюстрирование рассматриваемой газеты сводится к фотографии. Под фото не публикуют подписи.

Редакция почти не создает инфографику и очень редко использует рисунки. «Маяк Приднiproўя» наглядный пример тезиса, который Д. П. Синявский выдвигал еще в 2014 году: «Подавляющая часть белорусских газет даже не пытается создавать инфографику. В республиканских газетах встречается псевдоинфографика в виде обычных столбчатых или круговых диаграмм на каком-либо ярком фоне. Редакции зачастую публикуют лишь красивые картинки с недостаточной информационной насыщенностью. Качественная инфографика создается в тесном сотрудничестве журналистов как авторов стержневой идеи и дизайнеров, способных привлекательно и эффективно оформить данные» [28, с. 87].

Редко встречаются ведущие фотографии на полосах и разворотах, фото примерно одного размера, из-за чего сверстанная полоса почти всегда выглядит статичной (ПРИЛОЖЕНИЕ Е).

На страницах газеты встречаются случаи, когда иллюстрации разрывают текст и усложняют его восприятие.

Фотоматериалы в региональной прессе имеют свои особенности, плюсы и

минусы. Некоторые явления, вроде изменения в жанровой структуре, связаны с тенденциями развития журналистики. Другие же, вроде немногочисленности снимков, их тематической бедности, падения художественного уровня связаны прежде всего с отсутствием профессиональной техники и нехваткой профессиональных знаний.

В газете «Маяк Прыдняпроўя» цвет используется не по назначению. Создание цветных заголовков – самая частая ошибка. Издание на полноцветных полосах почти не оставляет черного, обесценивая цветовые акценты.

В газете появляются полноцветные полосы. Например, первая, последняя и центральный разворот. Как правило, эти полосы перегружены цветом. Нет четко выраженных фирменных цветов издания, отсутствует смысловая наполненность цветового оформления. Зачастую цвет только мешает восприятию информации (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж).

Но решение у этой проблемы есть. Как отмечает Д. П. Синявский в статье «Пути улучшения дизайна региональных газет Беларуси», цвет при грамотном подходе можно использовать для навигации по темам. В этом случае группы полос должны идти строго друг за другом с заданными темами. Например, общество – синий, экономика – оранжевый, культура – зеленый, спорт – красный. Таким образом цвет получит смысловое наполнение, и читатель будет узнавать темы по цветовому оформлению полос [29, с. 231].

На полосах не хватает буллитов, буквиц, врезок, выразительных элементов, структурирующих текст. Конечно, они появляются на страницах газеты, но нерегулярно. Безусловно, если сравнивать газеты, которые выходят сегодня с теми, что выпускали еще несколько лет назад, разница в оформлении видна невооруженным глазом, на данный момент газета стала использовать больше периферийных элементов (ПРИЛОЖЕНИЕ И).

Однако газета «Маяк Прыдняпроўя» использует слишком много различных видов линеек и рамок, что нарушает единство стиля издания. Часто присутствует слишком контрастное оформление при использовании линий.

Информационная и иллюстративная насыщенность, легкость и точность в размещении материалов, выверенный стиль, который позволяет оперативно менять те или иные блоки материалов, гармония шрифтов и форматов, применение дополнительных образно-эмоциональных графических средств стали определяющими тенденциями в газетном дизайне новой формации. Именно к этим тенденциям стоит присмотреться работникам редакции «Маяка Прыдняпроўя».

На первой полосе в левом верхнем углу располагается логотип издания и герб города Быхова. Выразительность логотипа снижает лишний оформительский прием: градиент из синего цвета в черный. Возможно, стоит доработать эффект объема «МП», градиент выглядит неестественно

(ПРИЛОЖЕНИЕ К). Хочется отметить, что данный логотип газета стала использовать относительно недавно, в газетах за 2015 год можно рассмотреть прежний логотип, который весьма уступает нынешнему (ПРИЛОЖЕНИЕ Л).

Как отмечает Д. П. Синявский в статье «Архитектоника первых полос региональных газет Беларуси»: «Логотип должен быть выразительным, хорошо читаться, иметь охранное поле. В мировой прессе чаще всего встречаются логотипы, выполненные черным цветом по белой бумаге. Также часто применяются выворотки на однотонных плашках, как правило, синего и красного и черного цветов. Плашки, как правило, имеют форму квадрата или прямоугольника. В логотипах не рекомендуется использовать тени, обводки, градиенты» [27, с. 127].

В качестве иллюстрирования первой полосы сотрудники газеты используют фотографии, реже коллажи.

«Маяк Прыдняпроўя» нерегулярно публикует анонсы. А как мы знаем, намеренный отказ от создания анонсов, может негативно сказываться на розничной продаже газеты. Если же анонсы присутствуют, то это скорее так называемые нулевые анонсы, которые не создают нужного эффекта. Например, «Молодежь на жатве», «И снова в путь», «Доброе дело», «Акция БРСМ продолжается», «Сколько нас? Белорусов пересчитывают». В оформлении анонсов допускаются ошибки. Плохо читаются тексты с белой обводкой поверх фотографий. Есть подложка с градиентом под рубрикой в анонсе. Нет необходимости использовать дополнительный графический элемент (треугольник) в оформлении номера страницы (ПРИЛОЖЕНИЕ М).

Вместо анонсов на первой полосе редакция чаще всего размещает поздравления районного исполнительного комитета, депутатов Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь, районного совета ветеранов, адресованные жителям Быховского района.

На первой полосе присутствуют ссылки на официальный сайт газеты и на группы в социальных сетях, через которые можно поддерживать связь с редакцией. Однако выходные данные и ссылки на сайт и соцсети недостаточно упорядочены.

Первая полоса должна привлекать читателя и способствовать продаже газеты. Ее содержание критически важно для продвижения издания. Пример редирайна первой полосы газеты «Маяк Прыдняпроўя» (ПРИЛОЖЕНИЕ Н).

В композиционно-графическом моделировании газеты важно не забывать о таких факторах, как целевая аудитория, содержательная направленность газеты и ее тип. Верстая районную газету, стоит помнить о новых приемах оформления, а также ориентироваться на основные правила графического дизайна современных белорусских газет. Среди них следующие тенденции: сближение приемов верстки и облика элементов газет, журналов и веб-

ресурсов; минимизация используемых шрифтов, линеек, упрощение композиций; развитие навигации; снижение гарнитурного ассортимента шрифтов; уменьшение текстовых материалов в большинстве газет при одновременном возрастании числа иллюстраций; увеличение роли инфографики и фотографий.

Выводы по главе 3:

1. Анализ приоритетной проблематики газет показал, что газета «Маяк Приднiproўя» является универсальным изданием, которое освещает различные аспекты жизни района. Но материалы социальной тематики в газете популярны больше всего. Авторы не только освещают проблемы района, относящиеся к социальной сфере, но и дают понять, что человек сам может сыграть существенную роль в их решении, а в дальнейшем поднять уровень активной гражданской позиции. В результате анализа номеров газеты за 2020 год стало ясно, что авторами издания намного реже затрагиваются темы общих вопросов экономического развития и политики.

2. Сегодня интенсивный процесс развития медиа, с одной стороны, характеризуется взаимопроникновением и нарушением нормативности жанров, освобождением от жанровых эталонов, с другой – упрощением жанровой модели. Недостаточное аналитическое наполнение текстов в районной газете «Маяк Приднiproўя», отсутствие художественно-публицистических жанров, трансформация традиционной жанровой палитры журналистики приводят к безликости и однообразию журналистского мировоззрения, снижению требований к профессиональным качествам авторов. В результате журналистика в процессе отражения социально-политических, экономических и культурных процессов постепенно утрачивает возможность формировать ценностное мировоззрение аудитории, утверждать высокие морально-этические ценности.

3. В редакции газеты постоянно работают над проблемными темами и совершенствованием дизайна. На что еще нужно обратить внимание дизайнерам газеты «Маяк Приднiproўя»? На дополнительный цвет, которым оформляются первые и последние страницы газеты. Он используется неэффективно и безвкусно. В газете «прижились» логотипы и анонсы – своеобразные указатели для читателей. Однако в большинстве своем ни по оформлению, ни по содержанию они не соответствуют той роли, которая на них возлагается. Нужно помнить, что анонсы являются не только указателями, но и средством акцентирования на наиболее важные материалы, которые есть в номере. Нельзя забывать и про рекламную функцию анонсов. Как

существенный недостаток в оформлении титульной полосы районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» можно считать отсутствие на ней качественной, четкой, объемной иллюстрации, которая всегда оживляет любое издание, привлекает внимание читателя. Чаще мы видим невнятные, постановочного характера фотографии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Региональные СМИ – самый широкий элемент структуры информационного пространства Беларуси. По данным Министерства информации Республики Беларусь, на 1 мая 2021 г. в стране зарегистрировано 720 печатных СМИ, из них 214 – государственные газеты. Абсолютное большинство в этом сегменте занимают региональные издания: учредителями 136 газет выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты.

На основании исследования районной газеты «Маяк Прыдняпроўя» можно сделать следующие выводы: региональные СМИ сохраняют достаточно высокий авторитет у читателей, по уровню читаемости местные газеты не уступают республиканским. Читатель признает региональную газету «своей» и доверяет ей больше, чем другим «далеким» изданиям. А главное – это то, что интерес к местной прессе с годами не угасает. Объяснить это можно так: каждый регион стремится к усилению своей самостоятельности; в каждом регионе есть необходимая материально-техническая база; при формировании информационной политики местных изданий журналисты региональных СМИ ориентируются на запросы своих читателей, учитывают исторические, культурные и национальные традиции аудитории.

Государственная региональная пресса выступает важнейшим инструментом реализации информационной политики страны, идеологической работы в регионах, играет значительную роль в формировании общественного мнения. Вопросы деятельности редакций местных газет регулярно рассматриваются на заседаниях коллегий управлений идеологической работы областных, городских и районных исполкомов. На региональном уровне приняты и реализуются решения, способствующие развитию местных СМИ. Усовершенствованию регионального медиaprостранства в современных условиях способствует комплекс государственных мероприятий и соответствующих нормативно-правовых актов: программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 гг., Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. и др.

Традиционные СМИ вынуждены реагировать и на цифровую трансформацию. Медийная отрасль Беларуси сейчас активно развивается в этом направлении. Анализ сайтов районных газет подтвердил основную тенденцию журналистики – усиление многофункциональности журналистского труда, его сопряченность с современными технологиями. Теперь перед сотрудниками редакций стоят иные задачи в борьбе за аудиторию. К сожалению, в нынешних условиях не все районные средства массовой информации старого формата в полной мере используют ресурсы конвергенции.

Сейчас большинство современных районных и региональных изданий функционируют на основе советских, в период которых была разработана методология, включающая принципы работы с читателями, и особенностями отбора информации, и жанровой составляющей, и многих других факторов, которые позволили сделать местное издание достаточно популярным среди населения.

Первый номер «Маяка Приднiproўя» вышел 25 декабря 1918 года. Тогда газета называлась «Известия Быховского ревкома». Преемницей «Известий Быховского ревкома» с 14 октября 1930 года стала газета «Маяк камуны». Журналисты газеты активно освещали процесс коллективизации сельского хозяйства и досрочное выполнение заданий первой пятилетки. «Маяк камуны» издавался до июля 1941 года. Важная роль в организации и сплочении патриотов Отечества на борьбу против фашистов принадлежит газете «Партизан Быховщины», которая с 1 мая 1943 года издавалась подпольным райкомом партии. Позже на освобожденной от немецко-фашистских захватчиков земле начала выходить газета «Сацыялістычная перамога». Первый ее номер вышел 15 апреля 1944 года. С 3 июля 1957 года районная газета начала выходить под названием «Сцяг працы», а с апреля 1963 года стала называться «Маяк Приднiproўя». Особенно часто на страницах газеты тех лет встречались материалы о Великой Отечественной войне. Регулярно выходила военно-патриотическая страница «Служу Савецкаму Саюзу».

По-прежнему главной ценностью районного издания «Маяк Приднiproўя» в наше время остается полнота отражения местной жизни. События, герои материалов – все это знакомое и близкое читателю. Районная газета стала настоящей социальной необходимостью: людям, живущим в Быховском районе, важно ориентироваться в окружающей среде – в трудовом коллективе, в регионе, где он проживает. Однако в современном обществе существует определенный стереотип: районные издания публикуют информацию исключительно о развитии сельского хозяйства, а журналисты таких изданий ездят по полям и фермам в поисках лучших показателей надоев и урожайности сельскохозяйственных культур. Однако это не всегда так. История становления и развития регионального издания неотделима от истории развития местного сообщества: вопросы социально-экономических, культурных и политических преобразований региона находят отражение на страницах «Маяка Приднiproўя». Другое дело – в каких объемах и как подается эта информация.

И если сравнивать тематическое наполнение издания за 2020 год с газетами 1980-х г., можно заметить, что политические и экономические темы стали подниматься на страницах «Маяка Приднiproўя» намного реже, чем это было в годы перестройки. В наше время журналисты отдают приоритет социальной проблематике.

На наш взгляд, формирование мировоззренческой парадигмы, которая актуализирует ценностные ориентиры гражданского общества, также требует качественного наполнения контента региональной прессы через увеличение количества глубоких аналитических материалов критического содержания, а также проблемно-публицистических размышлений журналистов. Пока же в газете «Маяк Прыдняпроўя» преобладают публикации, написанные в информационных жанрах.

Острая конкуренция на информационном рынке, новые полиграфические технологии, возросший профессионализм журналистов, в том числе и оформителей, оказала свое влияние на внешний облик районного издания. Хочется отметить, что газета Быховского района стала использовать новый логотип с 2016 года, периодически добавлять на первую полосу анонсы, отрегулировала форматы колонок, пробелы, линейки. И главное – в газете «Маяк Прыдняпроўя» наконец стали разборчиво относиться к тематической компоновке номеров.

Верстая газету «Маяк Прыдняпроўя», дизайнеры должны ориентироваться на основные правила графического дизайна современных белорусских газет. Среди них следующие тенденции: сближение приемов верстки и облика элементов газет и веб-ресурсов; минимизация используемых шрифтов, линеек, упрощение композиций; развитие навигации; снижение гарнитурного ассортимента шрифтов; уменьшение текстовых материалов в большинстве газет при одновременном возрастании числа иллюстраций; увеличение роли инфографики и фотографий.

В редакции газеты «Маяк Прыдняпроўя» постоянно трудятся над совершенствованием дизайна издания, его содержательно-тематической концепцией и жанровой структурой. Но понимая, что в перспективе тираж печатной версии неизбежно будет сокращаться, журналисты активно пробуют новые, конвергентные формы работы.

Рассмотренная в исследовательской работе газета «Маяк Прыдняпроўя», как пример регионального издания частично соответствуют показателям современной прессы: издание имеют четкую концепцию, а также большую читательскую аудиторию. И не смотря на множество упущений, газета имеет серьезное преимущество среди других изданий региона – потребительский спрос у населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабосов, Е. М. Модернизация социальных систем / Е. М. Бабосов. – Минск: Беларуская навука, 2014. – 256 с.
2. Блудова-Гой, К. М. Конвергенция и СМИ: осмысление подходов к пониманию / К. М. Блудова-Гой // Журналістыка ў суладдзі з жыццём: зборнік навуковых прац да 90-годдзя Б.В.Стральцова. – Мінск: ААТ «Чырвоная зорка», 2016. – с. 184-187.
3. Вартанова, Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Информационное общество. – Москва: МГУ, 1999. – с 95.
4. Вартанова, Е. Л. Медиа-система России: учеб. пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. – Москва: Аспект Пресс, 2015. – 384 с.
5. Воробьев, В. П. Функциональные ресурсы региональной прессы / В. П. Воробьев // журнал Веснік БДУ. Сер.4 Філалогія. Журналістыка. Педагогіка.: Навукова-тэарэтыч. часопіс. / Бел. гос. пед. ун-т. – №3. – с. 115-120.
6. Говін, С. В. Гісторыя беларускай журналістыкі (1563–1917): Вучэб.-метад. комплекс / С. В. Говін. – Мн.: БДУ, 2003. – 99 с.
7. Градюшко, А. А. Медиа-конвергенция в традиционных СМИ / А.А. Градюшко // Журналістыка-2007: надзеныя праблемы, перспектывы: матэрыялы 9 Міжнар. 187 навук.-практ. канф., [Мінск] (6–7 снежня [2007 г.] / М-ва інфармацыі РБ, М-ва адукацыі РБ, БДУ, Фак. журналістыкі; [рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) і інш.]. – Мінск : [б. и.], 2007. – с. 17–20.
8. Градюшко, А. А. Основы журналистики. Организация работы редакции СМИ: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики / А. А. Градюшко. – Мн.: БГУ, 2005. – 104 с.
9. Градюшко, А. А. Региональные медиа в цифровой среде / А. А. Градюшко. – Мн.: Издательский дом «Звезда», 2020. – 160 с.
10. Градюшко, А. А. Современная веб-журналистика Беларуси / А. А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2013. – 179 с.
11. Градюшко, А. А. Цифровые технологии в работе региональных медиа: результаты опроса главных редакторов / А. А. Градюшко // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2020. – №1. – с.28-33.
12. Дементьева, К. В. Воздействие региональных СМИ на общественное мнение [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. В. Дементьева, П. Ф. Потапов // Минобрнауки России, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования Мордовский гос. ун-т им. Н. П. Огарева. – Саранск: МГУ им. Н. П. Огарева, 2014. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): ил.; 12 см. – (Электронные образовательные ресурсы МГУ им. Н. П. Огарева).

13. Зубчонак, Н. А. Рэгіянальная прэса Беларусі ў гістарычным ракурсе / Н. А. Зубчонак // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – С. 101-104.

14. Касютин, В. Л. Формы и методы государственного регулирования СМИ: (на примере российских региональных изданий) автореф. дис. ... кан. филол. наук: 10.01.10 / В. Л. Касютин; науч. рук. Л. А. Коханова; Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. – Москва, 2011. – с. 180.

15. Качкаева, А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – Москва: МГУ, 2010. – с. 200.

16. Кобяк, О. В. Инновации социальные / О. В. Кобяк // Новейший социологический словарь / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Минск: Книжный Дом, 2010. – с. 364–365.

17. Копылов, О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / О. В. Копылов; науч. рук. В. Д. Мансурова; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2013. – 19 с.

18. Коршук, В. В. Идеология современного регионального развития Беларуси: потенциал СМИ / В. В. Коршук. Минск: Беларус. думка №8, 2019. – с. 52–56.

19. Коршук, В. В. Региональный имидж Беларуси в средствах массовой информации / В. В. Коршук // Журн. БГУ. Журналистика. Педагогика. – 2018. – №1. – с. 42-55.

20. Левада, Ю. А. Пресса в обществе / Ю. А. Левада // Оценки журналистов и социологов: документы / под ред. А. Волков, М. Пугачева, С. Ярмолук. – Москва: Изд-во Моск. школы полит. исслед., 2000. – с. 355.

21. Луман, Н. Реальность масс-медиа / Н. Луман. Москва: Праксис, 2005. – с. 256.

22. Мелешевич, Р. И. Основные направления типизации журналистской деятельности в конвергентной редакции / Р. И. Мелешевич // Журналістыка - 2020: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 22-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лістап. 2020 г. / Беларус. дзярж. унт; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2020. – с. 55-59.

23. Мельник, Г. С. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития / Г. С. Мельник. – СПб.: Высш. школа журналистики и мас. коммуник. СПбГУ, 2011. – 130 с.

24. Олешко, В. Ф. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / В. Ф. Олешко. Екатеринбург: Уральский федер. ун. им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2012. – с. 55-67.

25. Прахарэня, М. Рэгіянальная прэса ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці: жанравы аспект / М. Прахарэня // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – С. 203-208.

26. Пьянзина, И. В. Районная газета в информационном пространстве региона: типологические ориентации / И. В. Пьянзина // Региональная журналистика: от истории к современности = Local journalism: from history to modern times: материалы Третьей Всероссийской научно-практической конференции, 25 апреля 2014 года. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2014. – с. 131

27. Синявский, Д. П. Архитектоника первых полос региональных газет Беларуси // Журналістыка – 2018: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 20-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі (15 – 16 лістапада 2018 г., Мінск) / БДУ, факультэт журналістыкі; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк.рэд.) [і інш.]. – Вып.20. – Мінск: БДУ, 2018. – с.127 – 129.

28. Синявский, Д. П. Инфографика как направление мировой тенденции визуализации / Д. П. Синявский // Журналістыка – 2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., 4 – 5 снеж. 2014 г., Мінск / рэдкал.: С.В. Дубавік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 16. – Мінск: БДУ, 2014. – с. 85-87.

29. Синявский, Д. П. Печать региональных газет: типографии и качество полиграфического исполнения // Выдавецкая справа ў Рэспубліцы Беларусь: гісторыя, сучасны стан, праблемы і перспектывы: зборнік навуковых артыкулаў / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: БДУ, 2019. – с. 218 – 228.

30. Слука, О. Г. Противоречия в национальной коммуникации / О. Г. Слука // Журналістыка-2011: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 13-й міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 90-годдзю БДУ, 8-9 снеж. 2011 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – вып. 13 – Мінск: БДУ, 2011. – с. 298–301.

31. Современный социоэкономический словарь / [Райзберг Б. А.]. - Москва: ИНФРА-М, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004336599/> Дата доступа 17.03.2021.

32. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2019 году: подготовлена к заседанию коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2019 году / Министерство информации Республики Беларусь. – Минск: Полиграфкомбинат им. Я. Коласа, 2020. – 202 с.

33. Сташкевич, А. А. История деятельности газеты «Маяк Приднiproўя» / А. А. Сташкевич // Материалы 78 научной конференции студентов и аспирантов БГУ, 14 апр. 2021 г. / Беларус. гос. ун-т. – Минск, 2021. – с. 219.
34. Стральцоў, Б. В. Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б. В. Стральцоў. Мінск: БДУ, 1977. – с. 335.
35. Тулупов, В. В. Конвенциональная коммуникационная стратегия в журналистской деятельности / В. В. Тулупов. Москва: МГУ, 2009. – с. 20-49.
36. Федечкин, Д. Что газеты делают в интернете? Что должны и что могут делать? / Д. Федечкин // Журналистика и медиарынок. – 2016 – № 3 – С. 55–59.
37. Харитонова, С.В. Шрифтовая архитектура районных газет // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы: матэрыялы рэспуб. навукова-практычнага семінара, 2 – 3 чэрвеня 2011 г., Мінск / [рэдкалегія: С. В. Дубовік (адк. рэдактар) і інш.]. — Мінск : Выдавецкі цэнтр БДУ, 2011. — 204 с.
38. Харроуэр, Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуэр. – Москва: Наука, 1998. – 211 с.