

2. Kit // Cambridge Learner's Dictionary English-Russian with CD-ROM. Cambridge : Cambridge University Press, 2011.
3. Словарь терминов для PR-специалистов. Учеб. пособ. / Под ред. А. Н. Волковой. СПб. : ООО Грегориус Букс, 2010.
4. The Press & Journal [Electronic resource]. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk> (date of access: 25.04.2021).
5. Aberdeen – Press & Journal [Electronic resource] //ABC Certificate. URL: <https://www.abc.org.uk/Certificates/49623123.pdf> (date of access: 25.04.2021).
6. The Evening Express [Electronic resource]. URL: <https://www.eveningexpress.co.uk>.
7. Media kit [Electronic resource] // The Press & Journal. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/mediakit> (date of access: 30.04.2021).
8. Media-pack [Electronic resource] // The Evening Express. URL: <https://www.eveningexpress.co.uk/media-pack> (30.04.2021).

**УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛИСТ:  
СПЛАВ ТВОРЧЕСКИХ И ТЕХНИЧЕСКИХ УМЕНИЙ  
(на примере медиа Гомеля)**

*Р. И. Мелешевич*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
[raisamelesh@mail.ru](mailto:raisamelesh@mail.ru)*

На примере медиа Гомеля, учредителем которых выступает Гомельский городской исполнительный комитет, – газет «Гомельские ведомости» и «Советский район», а также КУП «Гомельское городское радио» – описан кадровый состав творческих и технических работников, при этом указано, что журналисты платформенных СМИ должны быть универсальными, то есть уметь работать на различных площадках, делать видео-, аудио-, фото- и текстовый контент. Проанализированы достижения специалистов печатных СМИ в некоторых социальных сетях («Гомельские ведомости» – «ВКонтакте», Instagram, «Советский район» – «Одноклассники», «ВКонтакте»), указаны резервы для дальнейшего развития (телеграмм-каналы, TikTok).

**Ключевые слова:** медиа Гомеля; платформенные СМИ; универсальный журналист; социальные сети; контент.

## UNIVERSAL JOURNALIST: FUSION OF CREATIVE AND TECH SKILLS (a Case Study of Gomel City media)

*R. I. Meleshevich*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: R. I. Meleshevich (raisamelesh@mail.ru)*

Technical and creative staff composition is described, using the example of Gomel city media, i. e. Gomelskie Vedomosti and Sovietski Rayon newspapers, and Gomel City Radio, which are established by the Gomel City Administration. It is argued that platform media Journalists should be universal, that is capable to work on different platforms, create audio, video and photo content. Achievements of printed media professionals on some social media are analysed (Gomelskie Vedomosti on Instagram and VK, Sovietski Rayon on Odnoklassniki and VK). Also, areas for continued development are suggested (Telegram channels and TikTok).

**Key words:** Gomel media; platform media; universal journalist; social media; content.

2020 год стал не только для региональных СМИ, но и в целом для медиа Беларуси знаковым по нескольким причинам: во-первых, политические события августа актуализировали широкий диалог в СМИ по вопросам дальнейшего развития страны, во-вторых, продолжающаяся эпидемия COVID-19 востребовала необходимость хотя бы частично-го перехода на удаленные форматы работы как с интервьюируемыми, так и внутри редакционных коллективов. В городе Гомеле работает 53 средства массовой информации, при этом Гомельский городской исполнительный комитет является учредителем только трех медиа: газет «Гомельские ведомости» и «Советский район», а также КУП «Гомельское городское радио».

Если указывать на то, что современный журналист должен быть универсальным, то есть одинаково хорошо уметь работать на различных площадках, делать видео-, аудио-, фото- и текстовый контент, то хочется отметить, что соотношение технических и творческих единиц кадрового состава указанных газетных СМИ идет по пути не только пропорционального деления 50:50, а даже некоторого превалирования именно

технических кадров. Что касается кадрового состава радио, то количество творческих работников по отношению к техническим составляет примерно 3:1.

Наименование СМИ	Штат (количество)		Количество сотрудников с журналист- ским образова- нием, чел. (%)
	Творческие/ из них вакансий	Технические/ из них вакансий	
«Гомельские ведомости»	12/2	13	4 (33 %)
«Советский район»	5/-	5/-	3 (60 %)
КУП «Гомельское городское радио»	27/1	10/-	2 (7,5 %)

Кроме того, мы видим, насколько невелико количество сотрудников, имеющих журналистское образование: лидирует газета «Советский район» (60 %), которая в кадровом отношении самая малочисленная среди рассматриваемых СМИ.

Работа в сети Интернет данных медиа идет по пути постепенного увеличения количества подписчиков в группах в социальных сетях и мессенджерах, при этом существует большой пробел в работе в телеграмм-каналах и TikTok.

И если работники «Гомельского городского радио» не могут похвастаться достижениями при работе в социальных сетях, то газеты в этой области преуспели: среди областных СМИ они уступают только газете «Вечерний Гродно» (свыше 45 тысяч подписчиков). Количество подписчиков у газеты «Гомельские ведомости» составляет более 36 тысяч, у издания «Советский район» – свыше 20 тысяч. Если рассматривать статистику в разрезе лучших областных СМИ, работающих в социальных сетях, в пятерку лучших вошли также «Віцьбічы» (свыше 11 тысяч) и «Брестский вестник» (свыше 6 тысяч подписчиков).

По статистике сайта «Яндекс. Метрика» за 2020 год сайт газеты «Гомельские ведомости» посетило более 3,7 миллиона человек (13,5 миллионов просмотров).

Наиболее многочисленная группа подписчиков газеты «Гомельские ведомости» в «ВКонтакте» (свыше 17 тысяч подписчиков) и Instagram (более 10 тысяч). Что же касается газеты «Советский район», то лидирует группа в «Одноклассниках» (свыше 11,5 тысяч) и с большим отрывом – «ВКонтакте» (свыше 5 тысяч подписчиков). Для справки: лидер по количеству подписчиков газета «Вечерний Гродно» также развивает общение с подписчиками именно на этих трех площадках: Instagram (более 17 тысяч подписчиков), «ВКонтакте» (свыше 12 тысяч) и «Одноклассники» (свыше 9,5 тысяч).

Работа современных журналистов предполагает сплав творческих и технических знаний и навыков – такого симбиоза, который принято обозначать понятием «универсальный журналист». При этом в редакциях газет заметно расширение состава сугубо технических специалистов при одновременном требовании к творческим быть хорошо подготовленным в техническом плане и уметь готовить контент для различных платформ.

Расширение практик размещения информации на разнообразных медиаплощадках, как мы видим, затрагивает и работу медиа Гомеля, которые делают заметные успехи в данном направлении в некоторых социальных сетях («ВКонтакте», Instagram и «Одноклассники»), однако имеют и резервы для дальнейшего развития (телеграмм-каналы и TikTok).

## **ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ: ФАКТОР УЧРЕДИТЕЛЯ**

*Д. О. Никонович*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
dz.nikanovich.bsu@gmail.com*

Рассмотрены профессионально-творческие особенности региональной печатной журналистики, связанные с отношениями коллективов газетных редакций и учредителей. Представлены результаты контент-аналитического исследования, указывающие на дефицит проблемно-критических материалов, инициированных журналистами.

**Ключевые слова:** региональная газета; официальная пресса; учредитель региональной газеты; журналистская проблематика; проблема в журналистике.