

5. *Иванов А.* Жизнь и долг для него были едины //»Маяк», 13 сентября 2003 г.,
6. *Драган А.* «Крыніца» ставіць на крыло [Электронны рэсурс] URL: <http://zviazda.by/ru/node/116850> (дата звароту: 26.04.2021).

ОПЫТ ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО СМИ: ОТ «МАЯКА» К BEREZA.BY

Н. А. Федотова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь
nf333@yandex.ru*

Публикация посвящена анализу практики регионального издания «Маяк». В 2020 году был создан новый сайт BEREZA.BY, изменены дизайн, рубрикация, тематика текстов. Рассмотрена приоритетная тематика Telegram-канала этого издания, отмечен существенный прирост пользователей на этой платформе (более чем в 7 раз за год).

Ключевые слова: BEREZA.BY; дизайн; сайт; социальные сети; рубрики; трафик.

REGIONAL MEDIA TRANSFORMATION: FROM THE «MAIAK» TO BEREZA.BY

N. A. Fedotova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: N. A. Fedotova (nf333@yandex.ru)*

The publication is devoted to the analysis of the practice of the regional periodical «Maiak». New website BEREZA.BY was created in 2020: the design, headings and texts were changed. The priority topics of the Telegram channel of this periodical are considered. A significant increase in the number of users on this platform is noted (more than 7 times during the year).

Key words: BEREZA.BY; design; website; social networks; headings; traffic.

Сегодня грамотное присутствие СМИ онлайн и в социальных сетях – очевидная необходимость. По данным Левада-центра, динамика

медиапредпочтений российской аудитории показывает устойчивый рост популярности интернета и социальных сетей как основных источников новостей. Если в августе 2009 года новости из интернет-изданий получали 9 %, а из социальных сетей 6 % опрошенных, то в январе 2020 года этот показатель и для интернет-изданий, и для социальных сетей составил 39 % [1].

Результаты одного из опросов, проведенного в Беларуси в декабре 2020 года, показали, что более 70 % респондентов получают большую часть информации из социальных сетей и онлайн-платформ [2].

Представители власти также обращают внимание, что нужно более широко представлять региональные СМИ в сети, в социальных сетях, Telegram-каналах. При этом подчеркивается, что важно соблюдать «баланс между официальной информацией, которую необходимо доносить до граждан, и той популярной, что привлекает широкий круг читателей. На каждом официальном ресурсе должна быть такая якорная информация, за которой люди туда будут с интересом приходить, а параллельно получать официальную повестку» [3].

В этом контексте показателен опыт газеты «Маяк» (г. Береза), где в течение года (с мая 2020 по май 2021 гг.) создан новый сайт и наблюдается существенный прирост подписчиков в Telegram. Так, 1 октября 2020 года газета «Маяк» перешла с сайта maiak.by на bereza.by и позиционирует себя как информационный портал Березовского района. BEREZA.BY предлагает читателям совершенно другой дизайн, мобильную версию, раздел с объявлениями, возможность комментировать, ставить лайки, делиться новостями. Все социальные сети переименованы в BEREZA.BY.

Изменения в дизайне произошли в сторону лаконичности, информативности и простоты оформления. «Фирменные» цвета издания трансформировались с серо-бело-зеленого в черно-белый. На новом сайте добавлена вкладка «Темы», где собраны основные рубрики газеты: от новостей, политики и общества до калейдоскопа и афиши, и вкладка «Популярное», где размещена тройка публикаций-лидеров за день, неделю и за месяц.

Информационный портал BEREZA.BY вовлекает читателей в совместное обсуждение актуальных для региона проблем в рубрике «Опрос месяца». Редакция предлагает поделиться своими мыслями, закончив фразы вроде «Если бы я был редактором районной газеты «Маяк», то...», «Если бы я был главным врачом ЦРБ, то...», «Если бы я был заведующим детским садом, то...», «Если бы я был директором

ЖКХ, то...» и т. п. Например, редактору газеты советовали поменять дизайн и логотип газеты, проводить больше конкурсов для читателей, уделять внимание темам частного бизнеса, культуры и туризма. Внимание главврача больницы обращали на очереди, порядок приема и заказ талонов к врачу. Надо сказать, такой способ «обратной связи» позволяет напомнить о болевых точках города и района, найти информационный повод, получить идеи для полезных решений.

Помимо традиционных рубрик на сайте BEREZA.BY размещают тесты, которые являются одним из виральных форматов и привлекают внимание аудитории. Следует отметить, что тесты на BEREZA.BY имеют и развлекательный, и познавательный смысл, так как приурочены к определенным событиям и датам. Например, в сентябре, в начале учебного года редакция предлагает тест «Понимаете ли вы молодежный сленг?», чтобы убедиться, способны ли мы на одном языке говорить с нынешними школьниками. Тест «Грибной сезон» поможет по фотографиям определить, съедобный гриб или нет. Тест, посвященный дню приветствий, покажет, как поприветствовать правильно представителя другой культуры.

По мнению заведующей отделом интернет-ресурсов А. Дербис, главное преимущество BEREZA.BY – его мобильная версия, так 72,9 % его посетителей заходит со смартфонов. За полгода работы портала среднее количество просмотров в сутки на данный момент – 1 045, количество уникальных посетителей в сутки – 460, глубина просмотра – 2.05, время на сайте – 2 минуты. Источник трафика: переходы из социальных сетей – 36 %, прямые заходы – 27,2 %, переходы из поисковых систем – 24,4 %, переходы по ссылкам на сайтах – 10,7 %, внутренние переходы – 0,61 %, остальные – 1,07 %. Тип устройств, с которых посещают сайт: смартфоны – 72,9 %, ПК – 25,9 %, планшеты – 1,16 %, ТВ – 0,03 %. За первый квартал 2021 года на сайте BEREZA.BY 110 245 просмотров, 24 389 уникальных посетителей, 53 485 визитов. Поскольку изменения на BEREZA.BY произошли несколько месяцев назад, а редакция продолжает обновляться и искать новые форматы, приведенная статистика – отправная точка роста аудитории и популярности издания.

Telegram-канал BEREZA.BY, созданный в апреле 2020 года, является одной из приоритетных платформ для наращивания аудитории в социальных сетях. Здесь публикуют несколько постоянных оперативных рубрик: курс валют, прогноз погоды, ежедневная статистика по Covid-19 в Беларуси, гороскоп на неделю, анонс публикаций следующего номера газеты, сводка происшествий за неделю. Надо отметить, что контент не

дублируется с сайта, а пользователю Telegram-канал предлагает только самые полезные и популярные тексты. Очевидно, продуманный подход к отбору контента позволяет сохранить уверенный прирост аудитории на этой платформе. По статистике, в июле 2020 года у Telegram-канала BEREZA.BY было 157 подписчиков, а на 11 мая 2021 года количество подписчиков составляет 1 148 человек (более чем в 7 раз за год).

Опыт BEREZA.BY показывает значительный потенциал региональных изданий, когда они готовы трансформироваться и создавать востребованный контент, учитывая новейшие тенденции медиапотребления и отвечая запросам аудитории.

Библиографические ссылки

1. Источники новостей и доверие СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2020/02/27/istochniki-novostej-i-doverie-smi/> (дата обращения: 08.05.2021).
2. Немецкий исследовательский центр узнал у белорусов, какие медиаканалы у них на первом месте [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.by/analitika/nemetskiy-issledovatel'skiy-tsentr-uznal-u-belarusov-kakie-mediakanaly-u-nikh-na-pervom-meste-/> (дата обращения: 09.05.2021).
3. «Чем отличаются традиционные СМИ от Telegram-каналов?» Владимир Караник рассказал накануне Дня печати [Электронный ресурс]. URL: <https://newgrodnno.by/society/smi-ot-telegram/> (дата обращения: 09.05.2021).

ЗАПАДНОБЕЛОРУССКИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ДЕТЕЙ «ЗАРАНКА»: ВИЗУАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

С. В. Харитонова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kharytonavasv@bsu.by*

Цель исследования состоит в выявлении содержательных и визуальных особенностей структуры детского журнала «Заранка», выходившего в Западной Белоруссии в 1927–1931 гг. В работе определяются жанрово-тематические и оформительские средства в качестве ключевых типологических признаков детского журнала, а также как основные элементы содержательной и графической моделей регионального издания для подрастающего поколения. Научная новизна заключается в установлении новых приемов и