

2. Лукина М.М. Технология интервью: учебное пособие для вузов / М.М. Лукина. — Москва: Аспект Пресс, 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/36.htm> (дата обращения: 28.09.2022).
3. Александр Розенбаум: «Я спою для украинских раненых» // Осторожно: Собчак. — YouTube[сайт]. — 2022. 27 июня. URL: <https://youtu.be/Qz8Vhck80o8> (дата обращения: 28.09.2022).
4. Дмитрий Тарасов: о Путине, значке и семейном кодексе. Самое большое разочарование в жизни // Осторожно: Собчак. YouTube[сайт]. — 2022. — 13 мая. — URL: <https://youtu.be/KXdFb6Xxsr8> (дата обращения: 28.09.2022).
5. Дарья Касаткина: каминг-аут, смена гражданства и первое появление с Натальей Забияко // Осторожно: Собчак. — YouTube[сайт]. 2022. 5 сентября. URL: <https://youtu.be/oOFR-DJmCus> (дата обращения: 28.09.2022).
6. Юрий Хованский: СИЗО, Бог, женщины. Первое интервью после тюрьмы // Осторожно: Собчак. YouTube[сайт]. 2022. 19 сентября. URL: <https://youtu.be/NAEnvR7yEvM> (дата обращения: 28.09.2022).

Бузук Д.А.

*Белорусский государственный университет
(научный руководитель — к.ф.н., доцент Градюшко А.А.)*

СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ БЕЛОРУССКИМИ РЕГИОНАЛЬНЫМИ МЕДИА

Сегодня система средств массовой информации Республики Беларусь активно развивается и обладает возможностями для взаимодействия не только с аудиторией, но и с органами государственного управления. В стране зарегистрировано 136 региональных печатных СМИ, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты. Содействие развитию перспективных направлений регионов — одна из важнейших задач социально-экономической стратегии страны. Сегодня местные издания становятся площадкой для обсуждения актуальных общественно-политических вопросов.

Вне всякого сомнения, к настоящему моменту региональные газеты Республики Беларусь также накопили достаточный опыт в освоении интернет-пространства [1, с. 60]. Задача представленного исследования — ответ на вопрос, насколько полно областные и районные СМИ обеспечивают информационные и коммуникационные потребности аудитории на локальном уровне. В качестве эмпирической базы были взяты государственные региональные газеты, их сайты, а также аккаунты в социальных сетях. Исследование выполнено с помощью методов анализа, обобщения, синтеза и описания в период с 1 января по 30 сентября 2022 г.

Проведенное исследование позволило нам выделить несколько стратегий привлечения аудитории.

1. Журналистские материалы рассказывают о жизни региона. Так, контент районных газет формируется исходя из информационных, социальных,

экономических и культурных потребностей определенной территории, благодаря чему удается достичь близости между редакцией и читателем.

В данном случае учитывается востребованность и актуальность материала. Например, в газете Барановичского района «Наш край» регулярно публикуют новости о кадровых перестановках в администрации района, об именитых земляках (рубрика «Страницы истории»). Последняя полоса посвящена спортивным новостям района. Таким образом, содержание каждого номера издания затрагивает все сферы жизни региона и страны, население получает понятные и необходимые сведения.

2. Новые формы связи СМИ с аудиторией. В редакциях традиционно работают «прямые линии», «горячие телефонные линии», редакционная почта. На страницах изданий регулярно появляется расписание «прямых линий». Новые форматы реализуются и в цифровой среде. Например, в Telegram-канале Березовской районной газеты «Маяк» Bereza.by насчитывается более 6 тыс. подписчиков, в то время как в районе проживает около 60 тыс. человек, в Березе — чуть менее 30 тыс. Каждый день новости в Telegram-канале смотрят более двух тысяч пользователей. Контент для канала готовится отдельно. Для связи с аудиторией используется Telegram-бот. Например, в марте 2022 г. на канале был размещен опрос «Если бы я был редактором информационного портала, то...». Наиболее интересные ответы, присланные в бот, затем были анонимно опубликованы на сайте Bereza.by и в газете «Маяк». В социальных сетях и на сайтах региональных медиа активно используются также различные вовлекающие форматы контента [2, с. 105].

3. Местная пресса отражает жизнь своей аудитории. Журналисты уделяют внимание историям читателей, пишут о профессиональных успехах жителей района, интересуются их мнением. Так, в период уборочной кампании «Наш край» ввел рубрики «Жатва-2022», «Сезон заготовок», «Уборочная-2022», «Уборочная страда-2022», где писали о местных аграриях, ходе уборочной. Эти материалы будут интересны только жителям региона.

4. Читатели активно участвуют в работе редакции, что увеличивает уровень доверия. Редакции заинтересованы в формировании доверительного контакта с аудиторией. Кроме того, в местных изданиях читатель может выступить как автор, что также привлекает аудиторию. Региональные печатные СМИ, обладая уникальным информационным потенциалом, также «рассматриваются как возможность внедрения инновационных знаний в социум» [3, с. 73].

Таким образом, региональные медиа представляют собой особый сегмент в белорусской системе СМИ, которая создает разностороннюю информационную картину в определенном административно-территориальном районе. У региональных редакций есть возможность удовлетворить потребность жителей города и района в информации и формировать их тематические интересы, что позволяет сохранять свою аудиторию. Главной ценностью

региональных медиа в цифровой среде, как и в прежние времена, являются их читатели.

ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А.А. Оценка эффективности деятельности региональных медиа в цифровой среде // Труды БГТУ. Серия 4, Принт- и медиатехнологии. – Минск: БГТУ, 2018. – № 2 (213). С. 56–62.
2. Волкова И.И. Игровые форматы мультимедийной журналистики // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2014. – № 1. С. 105–112.
3. Петроченко А.Г. Взаимодействие региональных СМИ с субъектами инновационной инфраструктуры // Веснік БДУ. Сер. 4. 2013. № 2. – С. 70–73.

Булавинова С.Р.

*Курский государственный университет
(научный руководитель — к. фил. н., доц. Д.В. Силакова)*

ОСВЕЩЕНИЕ ТЕМЫ БЛАГОУСТРОЙСТВА В ГАЗЕТЕ «КУРСКИЕ ГУБЕРНСКИЕ ВЕДОМОСТИ» В 1890-Е ГОДЫ

В 2032 город Курск будет отмечать своё тысячелетие. Уже ведётся активная подготовка к юбилейным торжествам, в том числе работа по благоустройству города. Эти процессы широко обсуждаются местными СМИ, что зачастую вызывает широкий общественный резонанс. Актуальность темы облика города и его удобства для жителей провоцирует интерес к историческому аспекту проблемы: какие стороны формирования комфортной городской среды интересовали курян полтора столетия назад, как они соотносятся с нынешними реалиями.

Задача данной работы состояла в том, чтобы выявить особенности освещения темы благоустройства Курской губернии в «Курских губернских ведомостях» в 1890-е годы. До 1880-х годов неофициальный отдел «КГВ» был развит слабо, а в конце 1880-х «газета заметно совершенствуется», и, соответственно, расширяется круг обсуждаемых вопросов [1, с. 26].

Методом контент-анализа был рассмотрен 101 номер из электронного архива губернских ведомостей за 1888 год [2]. Подробное исследование газеты позволяет выявить главные проблемные точки формирования комфортной среды в то время. Тематика материалов, которые были проанализированы в ходе работы, актуальна и в настоящее время.

Особое внимание КГВ уделяют следующим проблемам:

1. Улучшение дорожного полотна.

Жителей губернии особенно волновала тема улучшения дорог. Постоянная непогода и дожди приводили проезжую часть в совершенную негодность. К примеру, в Фатежском районе — к образованию оврагов, которые так и «не были убраны» [КГВ, 1888, № 81]. На территории всей