

АРХІТЭКТОНИКА РЭГІНАЛЬНАЙ ГАЗЕТЫ «МІНСКАЯ ПРАЎДА»

В. М. Самусевіч

*Філіял Расійскага дзяржаўнага сацыяльнага ўніверсітэта,
вул. Народная, 21, 220107, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
SamusevichOM@rgsu.net*

Аўтар даследуе архітэктоніку газеты «Мінская праўда», звяртаючы асаблівую ўвагу на афармленне першай паласы як візітнай карткі выдання. У матэрыяле акрэсліваецца ўзаемасувязь якаснай візуалізацыі інфармацыі з эфектыўнасцю ўздзеяння на чытача.

Ключавыя словы: рэгіянальная газета; архітэктоніка; першая паласа; эфектыўнасць уздзеяння; візуалізацыя.

ARCHITECTONICS OF THE REGIONAL NEWSPAPER «MINSKAYA PRAVDA»

V. M. Samusevich

*Branch of the Russian State Social University,
21, Narodnaya Str., 220107, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: V. M. Samusevich (SamusevichOM@rgsu.net)*

The author explores the architectonics of the newspaper «Minskaya Pravda», paying special attention to the design of the front page as the business card of the publication. The article outlines the relationship of qualitative visualization of information with the effectiveness of influencing the reader.

Key words: regional newspaper; architectonics; front page; impact effectiveness; visualization.

Сучаснае рэгіянальнае грамадска-палітычнае выданне арыентавана найперш на прэзентацыю ідэалагічных сэнсаў, якія фарміруюць канструктыўную грамадскую думку ў жыхароў рэгіёна, а сукупна і насельніцтва краіны.

У навуковай літаратуры вызначаны прынцыпы ацэнкі функцыянавання выдання з пазіцыі інфармацыйнай эфектыўнасці. Так, першы ўзровень эфектыўнасці вызначаецца фактам запатрабаванасці газетнай інфармацыі, наколькі яна чытае аўдыторыя. Другі ўзровень звязаны з тым, наколькі аўдыторыя засвойвае інфармацыю. Трэці ўзровень эфектыўнасці вызначаецца такім важным параметрам, як і наколькі інфармацыя ўплывае на грамадскую думку аўдыторыі. Аднак менавіта чацверты ўзровень эфектыўнасці з'яўляецца самым вызначальным у працы ўсяго медыявыдання – наколькі інфармацыя ўплывае на маўленча-мысліцельныя паводзіны аўдыторыі.

Менавіта апошні ўзровень садзейнічае захаванню стабільнасці ў грамадстве ва ўмовах інфармацыйнай вайны, данясенню і замацаванню дзяржаўна значных сэнсаў у беларускай лагасферы.

Ключавыя крытэрыі выдання, якія ўплываюць на эфектыўнасць ўздзеяння, у сусветнай навучы і медыяпрактыцы канкрэтызаваны наступным чынам:

1. Структура (рубрыкатар, навігацыя, парадак і паслядоўнасць, арганізацыя дыскрэтных адзінак медыятэксту, разнастайнасць і баланс тэм і інш.).

Структура газеты ўяўляе сістэмнае размяшчэнне асноўных раздзелаў і рубрык і лагічныя сувязі паміж імі, такія як: супадпарадкаванасць; паслядоўнасць размяшчэння; парадак і частотнасць з'яўлення раздзелаў і рубрык у нумарах (часавы аспект); размяшчэнне і арганізацыя іх у нумары (прасторавы аспект). Добра прадуманая структура павінна быць выразнай, зразумелай для чытача, рытмічнай. Бесструктурных газет няма.

Ступень арганізаванасці структуры любога медыявыдання можа быць вызначана, як *нізкая* (калі назіраецца невялікая колькасць рубрык; яны нестабільныя; ёсць змены ў парадку слоў у назвах рубрык і раздзелаў); як *сярэдняя* (назіраецца строгі ўлік рубрык і раздзелаў, аднак ёсць парушэнні ў месцы і дынаміцы з'яўлення рубрык, стабільнасці іх афармлення); як *высокая* (строгае планаванне нумару; выразныя прынцыпы размяшчэння і арганізацыі ўсіх асноўных матэрыялаў).

2. Архітэктоніка, або знешні выгляд (дызайн, верстка, прэзентабельнасць, акцэнтаванне, візуалізацыя) у цеснай узаемасувязі з канцэптуальна-змасцовой мадэллю выдання. На гэтым спынімся крыху падрабязней далей.

3. Якасць тэкстаў (прагматычная арыентаванасць на сваю аўдыторыю, разнажанравасць, рознатэматычнасць, аўтарызацыя матэрыялаў, наяўнасць калумністыкі, якаснай аналітыкі, логіка, адпаведнасць тэме, лінгвастылістычныя якасці тэксту і інш.). Пра гэты аспект мы неаднаразова пісалі (Гл. публікацыі аўтара).

4. Узровень інтэрактыўнасці (наяўнасць інтэрактыўных магчымасцяў, узровень уплыву зваротнай сувязі на выданне). Лічбавізацыя стварае ўсё больш тэхналогій, якія змяняюць прынцыпы спажывання інфармацыі і спосабы ўзаемадзеяння як з аўдыторыяй, так і аўдыторыі з кантэнтам. Рэдакцыя «Мінскай праўды» гэтаму ўзроўню надае шмат увагі, што заслугоўвае асобнага даследавання.

Устойлівая кампазіцыя нумара – адзін з асноўных кампанентаў доўгачасовай мадэлі якаснага выдання, які аблягчае чытачу знаёмства з нумарам, пошук матэрыялаў. Як адзначаюць шматлікія медыядаследчыкі, устойлівасць кампазіцыі выпрацоўвае ў чытача своеасаблівую «мадэль чакання» – гатоўнасць успрымаць публікацыі кожнага нумара той ці іншай газеты ў добра знаемых і звыклых формах. Але гэта не азначае прыняцця жорсткага стандарту яе схемы. Адзін з прыкмет добрай кампазіцыі – яе гнуткасць, якая дапускае пры неабходнасці хуткую пераверстку, а таксама перамену месцаў раздзелаў і рубрык, вынясенне найважнейшых на бягучы момант матэрыялаў на самыя моцныя пазіцыі ў нумары.

Аналіз паказаў, што «Мінская праўда» мае вышэй за сярэдні ўзровень арганізаванасці структуры. Якасць выдання, унікальнасць яго архітэктонікі, сувязь паміж палосамі газетнага нумара падкрэсліваецца адзінствам стылю іх афармлення і сістэмай размяшчэння ключавых элементаў (раздзелаў, рубрык). Напрыклад, калі гаворка пра размяшчэнне, то ў журналістыцы ёсць прынцып вылучэння найважнейшых матэрыялаў нумару на першых старонках, іх вылучэнне з дапамогай розных сродкаў версткі і тэхнічнага афармлення (у практыцы існуе тэрмін «першапалосны матэрыял»). Аднак хоць і зрэдку ў «Мінскай праўдзе» самыя важныя матэрыялы не знаходзяць месца на кампазіцыйна моцных палосах (напрыклад, рубрыка «Тытульная тэма» – 7 паласа ў нумары за 07.12.2022; 4-5 поласы ў нумары за 09.12.2022; 9 паласа ў нумары 16.12.2022; 4-5 поласы ў нумары за 28.12.2022).

У плане адзінства стылю ўсяго выдання адзначым нязначную нераўнамернасць якасці візуальна-кампазіцыйнага афармлення. Моцная першая паласа (візуалізацыя, сэнсавыя акцэнтны, вербальны кампа-

нент) і тыповыя, у параўнанні з ёй, іншыя. Прычым не толькі візуальны бок, але і анансаванне матэрыялаў на першай паласе таксама надзвычай прафесіянальнае. Аднак у гэтым ёсць і небяспечны момант для выдання: пасля моцнага анонсу сам матэрыял можа расчараваць, а гэта выклікае ў чытача эфект «падманутага чакання».

Зрэдку назіраецца не да канца прадуманая канцэпцыя архітэктонікі ці, магчыма, наадварот, не даведзенная да канца на нейкім этапе. Напрыклад, на другой паласе ў святочным нумары (звернем увагу на палосную рубрыку ПАЛІТЫКА/КРАІНА за 30.12.2022 г.) размешчаны матэрыял са сваёй рубрыкай «геапалітыка», у якім хоць і знакавыя, але толькі негатыўныя падзеі прычым сусветнай палітыкі. Матэрыял выдатны, але не для гэтай паласы. Асабліва з улікам, што на гэтай паласе з навагоднія віншаванні і прэзідэнта А. Р. Лукашэнка, і губернатара А. Г. Турчына. Важна глядзець на кантэнт шырэй, асабліва калі гэта апошні нумар года. Паказаць візуальна (малюнак, інфаграфіка і інш.) дасягненні гэтага года, добрыя падзеі Міншчыны. Наступная – 3 паласа – гэтага нумара хоць і прысвечана палітычнай тэматыцы, аднак вельмі пазітыўная, канцэптуальна зараджаная аптымізмам, упэўненасцю ў добрай будучыні. Гэта сэння вельмі трэба аўдыторыі. Аднак у выніку разварот 2-3 атрымаўся рознатанальным.

Адзначым пахвальнае імкненне «Мінскай праўды» пастаянна быць у пошуку і развіцці, шукаць нейкія новыя афарміцельскія ідэі. Напрыклад, выдатная ідэя (нумар за 30.12.2022), на наш погляд, у рубрыцы «Спортагляд» размясціць у рубрыцы фатаграфію журналіста ў навагодняй шапцы. Аднак іншыя рубрыкі і іх аўтары не маюць святочнага візуальнага атрыбуту. Напрошваецца вывад, што вельмі шмат знаходак, цікавых рашэнняў, унікальных і арыгінальных ідэй, але яны часам застаюцца кропкавымі і не распаўсюджваюцца на ўсе выданне. Гэта не дазваляе вызначыць узровень структуры выдання як высокі, паколькі зрэдку не хапае цэльнасці і стабільнасці канцэпцыі. Усе паасобку элементы ўспрымаюцца выдатна, але ў архітэктоніцы ўсяго выдання ёсць недахопы.

ПЕРШАЯ ПАЛАСА. Першая паласа газеты, як мы ўжо адзначалі, візуальна моцна адрозніваецца ад іншых, адрозніваецца і прадстаўленая на ёй інфармацыя. Першая паласа выдання адводзіцца пад назву газеты, анонсы матэрыялаў нумара і пад найбольш важныя навіны. Яркая візуалізацыя першай паласы – візітная картка газеты. Лічым, што сэння першая паласа «Мінскай праўды» найлепшая ў Беларусі.

Назва газеты звычайна пастаянная канстанта. Аднак у «Мінскай праўдзе» яна мабільна візуальна, што, на наш погляд, з'яўляецца ўжо адметнай прыкметай. Графічная індывідуальнасць назвы вызначаецца спецыфічным малюнкам шрыфта і тэкстам, у якім адлюстравана ідэя выдання – «Любім Беларусь!».

Акрамя самой таблоіднай формы, якая змушае пастаянна працаваць над афармленнем, шмат цікавых знаходак. Асабліва добра выглядае малюнак (карыкатура) як цэнтральны кампанент архітэктонікі выдання (МП, 12.04.2023; МП, 08.12.2023). Можна сказаць, што газета ў нейкім сэнсе адраділа жанр карыкатуры і зрабіла яго запатрабаваным чытацкай аўдыторыяй.

Адзначым, што першая паласа не толькі тэматычна арыентуе чытача, але і заўсёды стварае атмасферу і адпаведны настрой. Напрыклад, упісаная ў назву газеты навагодня елка (МП, 28.12.2022). Глянем наступны нумар (МП, 30.12.2022): візуалізацыя выдатная, адразу адчуванне святочнага нумара; кожная дэталі прадумана і, нягледзячы на шматлікасць візуальных элементаў, няма нічога лішняга – усе да месца. Выдатна абыграна назва выдання. Становіцца зразумела, што газета «Мінская праўда» – грамадска-палітычнае выданне, але вельмі смелае, яркае, баявое, пазітыўнае, у нейкім сэнсе асацыюецца з легендарнай газетай-плакатам «Раздавім фашысцкую гадзіну».

І хаця зрэдку наглядаецца на першы погляд празмерная візуалізацыя першай паласы, але мы разумеем жаданне рэдакцыі праанансаваць самае цікавае (а гэтага шмат у нумары) і прадэманстраваць усе плюсы таблоіднага фармату (23.12.2022).

Многія анонсы, іх загаловкі – шэдэўральна выкананы. Напрыклад, «Холод – не тетка Меркель» (моўная гульня, выразная прапрацоўка створанага вобразу, уключанасць усіх сэнсавых нюансаў матэрыялу) (МП, 14.12.2022).

На першай паласе ў нумары за 16.12.2022 у чарговы раз цікавае рашэнне: напрыклад, зварот да архіўных ілюстрацый – карыкатура 1984 г. і, як заўсёды, выдатнае анансаванне – з гумарам, з экспрэсіяй, з моўнай і графічнай гульняй, пры гэтым тонка інтэлектуальнае. Ці, напрыклад, у нумары за 09.12.2022 цікавая графічная і моўная гульня: **СУРОВЫЙ ВИКИНГ**. Там мы бачым і рэкламу падпіскі: выкарыстаць легендарную сякеру з прэзідэнцкім подпісам і слоганам – *рубим правду!* – выдатная ідэя. Да месца візуалізацыя саветаў ад А. Турчына. Аднак

візуальны складнік ўнутраных палос у тым жа нумары патрабуе дбайнай прапрацоўкі.

Заўседы вельмі ўдалы выбар рэдакцый фота Прэзідэнта для першай паласы (напрыклад, МП, 21.12.2022; МП, 13.12.2023; МП, 28.12.2023;), якія заўседы візуальна пацвярджаюць лейтматыў газеты «БАТКА – СИЛА!» (МП, 08.12.2023).

На наш погляд, першыя поласы плакатнага тыпу як найбольш яркія, эмацыйна-інфармацыйныя, ідэалагічна пераканаўчыя элементы архітэктонікі газеты «Мінская праўда», пачынаючы з 2020 г., сталі класікай беларускай візуальнай журналістыкі.

Такім чынам, нягледзячы на тое, што аналіз выявіў накірункі для развіцця і паляпшэння архітэктонікі, рэгіянальная газета «Мінская праўда» ў плане інфармацыйнай эфектыўнасці мае самы высокі ўзровень і даўно выйшла за межы рэгіёну.