

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

ЛОЖЕВИЧ Светлана Андреевна

**САЙТ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ «ЖЫЦЦЁ ПАЛЕССЯ»:
ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических
наук, доцент М.В. Прохореня

Допущена к защите

«___» _____ 2024 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики
доктор филологических наук, доцент С.В. Харитоновна

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

АННОТАЦИЯ	3
АНАТАЦЫЯ.....	4
ABSTRACT	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 РАЙОННЫЕ ГАЗЕТЫ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	10
1.1 Становление районной периодики: исторический ракурс	10
1.2 Газета «Жыццё Палесся» в информационном пространстве Беларуси	16
ГЛАВА 2 СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАЙОННОГО ИЗДАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ	22
2.1 Районные газеты в условиях конвергенции	22
2.2 Контент районной прессы в цифровой среде.....	28
ГЛАВА 3 САЙТ ГАЗЕТЫ «ЖЫЦЦЁ ПАЛЕССЯ»: ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ	35
3.1 Тематические приоритеты районного издания.....	35
3.2 Жанровое разнообразие материалов	42
3.3 Рекомендации по совершенствованию жанрово-тематической модели сайта «Жыццё Палесся»	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	52
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	58
ПРИЛОЖЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.

АННОТАЦИЯ

Объем работы (с приложениями) – 64

Количество приложений – 3

Количество использованных источников – 40

Ключевые слова: РАЙОННАЯ ГАЗЕТА, РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ, «ЖЫЦЦЁ ПАЛЕССЯ», ЖАНРОВЫЙ АСПЕКТ, ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ, КОНВЕРГЕНЦИЯ, МЕДИАПРОСТРАНСТВО

Объект исследования – районная газета «Жыццё Палесся».

Предмет исследования – сайт районной газеты «Жыццё Палесся».

Цель исследования – выявление особенностей жанрово-тематической модели сайта районной газеты «Жыццё Палесся».

В дипломной работе были использованы такие *методы исследования*, как описание, анализ и синтез, обобщение и сравнение, метод аналогии, метод контент-анализа, а также системный и логический методы, на основе которых был систематизирован и проанализирован теоретический материал.

Полученные результаты и их новизна. Результаты дипломной работы заключаются в исследовании сайта газеты «Жыццё Палесся» как сегмента информационного пространства Республики Беларусь, а также в определении тематических приоритетов материалов издания и изучения их жанрового разнообразия. *Новизна исследования* заключается в детальном анализе отдельного сайта регионального издания и выработке рекомендаций по оптимизации его деятельности.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность выполнения.

Область возможного практического применения. Результаты исследования, проведенного в рамках данной дипломной работы, могут быть востребованы в практической деятельности редакции районной газеты «Жыццё Палесся» с целью улучшения качества публикуемых на сайте журналистских материалов; итоги исследования могут быть интегрированы в учебный процесс факультета журналистики БГУ.

АНАТАЦЫЯ

Аб'ём працы (з дадаткамі) – 64

Колькасць прыкладанняў – 3

Колькасць выкарыстаных крыніц – 40

Ключавыя словы: РАЁНАЯ ГАЗЕТА, РЭГІОНАЛЬНЫЯ ВЫДАННІ, «ЖЫЦЦЁ ПАЛЕССЯ», ЖАНРАВЫ АСПЕКТ, ТЭМАТЫЧНАЕ НАПАЎНЕННЕ, КАНВЕРГЕНЦЫЯ, МЕДЫЯПРАСТОР

Аб'ект даследавання – раённая газета «Жыццё Палесся».

Прадмет даследавання – сайт раёнай газеты «Жыццё Палесся».

Мэта даследавання – выяўленне асаблівасцей жанрава-тэматычнай мадэлі сайта раёнай газеты «Жыццё Палесся».

У дыпломнай рабоце былі скарыстаны такія *метады даследавання*, як апісанне, аналіз і сінтэз, абагульненне і параўнанне, метады аналогіі, метал кантэнт-аналізу, а таксама сістэмны і лагічны метады, на аснове якіх быў сістэматызаваны і прааналізаваны тэарэтычны матэрыял.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Вынікі дыпломнай працы заключаюцца ў даследаванні сайта газеты «Жыццё Палесся» як сегмента інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь, а таксама ў вызначэнні тэматычных прыярытэтаў матэрыялаў выдання і вывучэння іх жанравай разнастайнасці. *Навізна даследавання* заключаецца ў дэталёвым аналізе асобнага сайта рэгіянальнага выдання і выпрацоўцы рэкамендацый па аптымізацыі яго дзейнасці.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць выканання.

Вобласць магчымага практычнага прымянення. Вынікі даследавання, праведзенага ў рамках дадзенай дыпломнай працы, могуць быць запатрабаваны ў практычнай дзейнасці рэдакцыі раёнай газеты «Жыццё Палесся» з мэтай паляпшэння якасці публікуемых на сайце журналісцкіх матэрыялаў; вынікі даследавання могуць быць інтэграваны ў навучальны працэс факультэта журналістыкі БДУ.

ABSTRACT

Total amount of the work (with the applications) – 64

Number of applications – 3

Number of sources used – 40

Key words: REGIONAL NEWSPAPER, REGIONAL PUBLICATIONS, «ZHYTTIO PALESSYA», GENRE ASPECT, THEMATIC CONTENT, CONVERGENCE, MEDIA SPACE

The object of the research is the regional newspaper «Zhytstso Palessya».

The subject of the research is website of the regional newspaper «Zhytstso Palessya».

The purpose of the research is to identify the features of the genre-thematic model of the website of the regional newspaper «Zhytstso Palessya».

To write the thesis, research *methods* such as description, analysis and synthesis, generalization and comparison, the method of analogy, as well as systematic and logical methods were used, on the basis of which the theoretical material was systematized and analyzed.

The results of the work and their novelty. The results of the thesis consist of a study of the website of the newspaper «Zhytstse Palessya» as a segment of the information space of the Republic of Belarus, as well as in determining the thematic priority of the publication and studying the genre diversity of materials. The novelty of the study lies in a detailed analysis of a separate website of a regional publication and the development of recommendations for optimizing its activities.

Authenticity of materials and results of the diploma work. The author of the work confirms the accuracy of the materials and results of the thesis, as well as the independence of execution.

Recommendations on the usage. The results of the research conducted within the framework of this thesis may be in demand in the practical activities of the editorial office of the regional newspaper «Zhytstse Palessya» in order to improve the quality of journalistic materials published on the site; the results of the study can be integrated into the educational process of the Faculty of Journalism of BSU.

ВВЕДЕНИЕ

XXI век открыл многообещающие перспективы для белорусской журналистики, которая переживала и продолжает переживать процессы трансформации. Перед региональной прессой, играющей важную роль в системе информирования массовой аудитории, также стоят ответственные задачи. Эффективное достижение определенных целей происходит через расширение и усиление взаимодействия журналистов и широкой общественности.

Важно отметить, что с появлением интернета журналистика поменялась кардинально. Если еще 20-25 лет назад интернет не рассматривали в качестве серьезного конкурента печатным и аудиовизуальным СМИ, то сегодня можно констатировать факт рождения нового типа средств массовой информации – сетевых медиа, которые распространяют контент в интернете.

С каждым годом появляется всё большее количество новых интернет-изданий. Газеты, телеканалы, радиостанции – все создают сайты и страницы в социальных сетях. Это происходит из-за быстрого изменения в потреблении информации, так как специфика интернета основана на таких важных вещах, как мультимедийность, интерактивность и глобальность, благодаря которым охватывается огромная аудитория.

Эти изменения коснулись и современных региональных СМИ Республики Беларусь, которые занимают важное место в медиасистеме страны. Практически все издания имеют собственные мультимедийные веб-сайты и аккаунты в популярных социальных сетях и мессенджерах. Так они адаптируются к новым обстоятельствам, ведь около 79% населения Беларуси пользуются интернетом [7, с. 3]. В связи с этим у средств массовой информации, в том числе и у региональных газет, появляется необходимость в трансформации и адаптации своего контента в условиях цифровой среды. Издания должны создавать журналистские материалы, учитывая особенности визуального восприятия текстов, а также мультимедийных элементов, таких как фотографии, видео и аудио.

Таким образом, *актуальность* дипломной работы обусловлена тем, что основной целью социально-экономической стратегии Беларуси является развитие перспективных направлений регионов. В настоящее время это осуществляется в соответствии с утвержденными на государственном уровне социально-экономическими программами, которые уделяют особое внимание социальной сфере, промышленности и сельскому хозяйству. Периодические печатные издания являются важным информационным ресурсом для региональной политики. Они предоставляют актуальную

информацию о событиях, проектах, инвестициях и достижениях в различных сферах региона. Районные печатные СМИ играют роль связующего звена между государством, региональными органами власти и населением, способствуя информированию и обмену мнениями. Изучение практики освещения проблемных вопросов в районной прессе поспособствует повышению качества публикуемых материалов и удовлетворению интересов широкой аудитории. Рассмотрение особенностей подхода к проблематике поможет достичь нового уровня публикуемых материалов, обеспечивая более полное освещение важных вопросов для читателей издания.

Объект исследования – районная газета «Жыццё Палесся».

Предмет исследования – сайт районной газеты «Жыццё Палесся».

Цель исследования – выявление особенностей жанрово-тематической модели сайта районной газеты «Жыццё Палесся».

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

- 1) проследить за процессом становления районных газет как массовых изданий в историческом ракурсе;
- 2) рассмотреть газету «Жыццё Палесся» как сегмент информационного пространства Республики Беларусь;
- 3) назвать особенности функционирования районных изданий в условиях конвергенции;
- 4) охарактеризовать контент районной прессы в цифровой среде;
- 5) определить тематические приоритеты издания «Жыццё Палесся»;
- 6) изучить жанровое разнообразие материалов вышеуказанной газеты;
- 7) разработать рекомендации по совершенствованию жанрово-тематической модели сайта «Жыццё Палесся».

Эмпирической базой для данного исследования стали все материалы, опубликованные на сайте газеты «Жыццё Палесся» в период с 01.12.2023 г. по 29.02.2024 г. (три месяца). Всего проанализировано 1269 публикаций.

Для достижения цели дипломной работы были использованы такие **методы исследования**, как описание, анализ и синтез, обобщение и сравнение, метод аналогии, а также системный и логический методы, на основе которых был систематизирован и проанализирован теоретический материал. Отметим, что в данной дипломной работе мы опирались на принцип объективности, что предусматривает основательное изучение предмета исследования. Для детального изучения тематического и жанрового сайта районной газеты «Жыццё Палесся» использовался метод контент-анализа.

Теоретической базой для проведения исследования стали научно-теоретические разработки Слуки О. Г., Градюшко А.А, Воробьева В.П., Коршук В.В. и др.

Так, Слука О.Г. в фундаментальной работе «Беларуская журналістыка» исследует процесс возникновения и развития белорусских средств массовой информации в русле отечественной истории и культуры от древних времен до современности. В работе анализируются закономерности отражения действительности в публицистике, литературе и искусстве, а также рассматривается процесс интеграции белорусского государства в информационное общество. Значительное внимание профессор Слука О.Г. уделяет становлению районных изданий [34]. Отметим также, что процесс становления региональной периодики рассматривали Дорощенко П.Л. в материале «Станаўленне раённых газет як масавай перыёдыкі (1930-1935)» [12], Зубченко Н. А в материале «Рэгіянальная прэса Беларусі ў гістарычным ракурсе» [16].

Региональные СМИ – предмет исследования многих научных работ. Так, в монографии Градюшко А.А. «Региональные медиа в цифровой среде» рассмотрены процессы трансформации региональной журналистики Республики Беларусь в цифровую эпоху, проанализированы тенденции развития локальных медиа, а также разработаны рекомендации для увеличения аудитории региональных СМИ на цифровых платформах [7].

Воробьев В. П. в статье «Востребованность региональных медиа: природа локальной информации» отмечает, что на данный момент актуализируется проблема функционирования региональной прессы. Там также рассматриваются типологические характеристики, информационные преимущества, стимулятивные факторы, обуславливающие потенциал функциональных ресурсов этого типа медиа и зависимости их востребованности от системного использования природы локальной информации [5].

Коршук В.В. в работе «Региональный имидж Беларуси в средствах массовой информации» показывает, что формирование имиджа регионов имеет важное стратегическое значение для государства и является многомерно управляемым процессом, в котором особую роль играют такие участники коммуникации, как местные власти и центральные общественно-политические СМИ, аккумулирующие информацию, потребителями которой становятся как белорусы, так и иностранцы [24].

Мельник Г.С. в своем труде «Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития» продемонстрировал, как современная местная газета содействует решению задач развития территориального общества [27].

В работе Прохорени М.В. «Рэгіянальная прэса ў фарміраванні грамадзянскай супольнасці: жанравы аспект» исследуется жанровая

принадлежность материалов региональной прессы, которые репрезентируют процесс становления гражданского общества [32].

Практическая значимость. Результаты исследования, проведенного в рамках данной дипломной работы, могут быть востребованы в практической деятельности редакции районной газеты «Жыццё Палесся» с целью совершенствования жанрово-тематической модели. Кроме того, итоги исследования могут быть интегрированы в учебный процесс факультета журналистики БГУ.

Работа состоит из аннотации, оглавления, введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, а также приложений. Объем работы – 64 страницы.

ГЛАВА 1

РАЙОННЫЕ ГАЗЕТЫ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

1.1 Становление районной периодики: исторический ракурс

Для каждого суверенного государства жизненно важно обеспечить приоритет интересов на собственном информационном поле в процессе формирования общественного мнения населения. В этой связи возрастает значение СМИ, и в первую очередь местной прессы. Современные региональные издания Беларуси представляют собой богатый источник информации, содержание большинства которых основывается на реальных фактах жизни на местах.

Важно отметить, что районные издания продолжают занимать значимое место в медиасистеме Республики Беларусь.

Развитию регионального медиапространства в настоящее время способствуют комплексные государственные меры и соответствующие нормативно-правовые акты. Например, программа социально-экономического развития Республики Беларусь на период с 2021 по 2025 год, Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года и другие. Также большое внимание уделяется государственной реализации региональной политики, направленной на создание благоприятных условий для жизни населения. Именно здесь играют важную роль эффективно функционирующие СМИ, особенно региональные, которые обеспечивают диалог между властью и населением.

В настоящее время региональным медиа предоставляется особое внимание, поскольку они играют ключевую роль в осуществлении государственной информационной политики. Эти издания имеют значительное влияние на формирование сознания и взглядов людей.

Е.В. Красовская дает такое определение региональной прессе: «это любой тип газет, за исключением общенациональных, распространяющийся на территории, которая не обязательно является административной единицей, рассчитанный на информационные запросы аудитории, проживающей на этой территории, и отражающий ее ментальные ценности» [25, с. 15–19].

При этом региональная пресса также осуществляет важные функции в современной системе медиапространства, включая информационную,

социально-ориентирующую, политическую, культурно-образовательную, рекламно-справочную и рекреативную функции.

В.П. Воробьев считает, что региональная газета имеет ключевые преимущества, которые обеспечивают сохранение ее функциональных ресурсов и увеличение ее влияния на самоуправление региона, а именно «а) узнаваемость предлагаемой информации, стимулирующая личностный смысл; б) непосредственная обращенность к конкретной читательской аудитории, включенность редакции в сферу основных социальных функций района; в) близость газеты с читателями и авторами, обеспечивающая их взаимодействие, повседневная контактность читательской и авторской аудитории, создающая условия для личностного восприятия текстов; г) тесная и оперативная обратная связь, благоприятно влияющая на учет конкретной ситуации, корректировку публикаций в зависимости от характера событий, восприятия их читателем; д) обеспеченность доверительностью, личностным фактором информационно-публицистического и организационно-массового процессов» [6, с. 120].

Однако нельзя не упомянуть, как работу современных региональных СМИ оценивает бывший Министр информации Республики Беларусь, а сейчас Заместитель Главы Администрации Президента Республики Беларусь Владимир Перцов: «Где-то по объективным причинам, где-то из-за нежелания перестраиваться или непонимания, как работает цифровая среда, где-то – чтобы не выходить из зоны комфорта, мол, мы привыкли делать печатную газету, если нас заставят, мы перенесем тот же материал в интернет и будем думать, что это будет индексироваться и кем-то читаться. Региональные СМИ значительно уступают республиканским» [30].

В ходе исторического развития региональные СМИ формировались с учетом социально-культурных и геополитических факторов. Таким образом, первые региональные периодические издания появились в тот момент, когда Беларусь не имела определенного государственного и территориального статуса.

Кандидат филологических наук, доцент Н.А. Зубченко указывает, что в то время появились такие издания, как «Гродзенская газета» (1776-1783), «Гродзенскія ведамасці» (1792), а также «Авізы Гродзенскія» (1678). Она при этом отмечает, что официальными изданиями Северо-Западного края в 1838 году стали «Губернские ведомости». Так, «в Гродненской, Витебской, Минской, Могилевской губерниях до 1917 года выходили газеты, которые даже в условиях жесткой российской имперской политики распространяли информацию о местной жизни. С 1863 года в Минске, Полоцке, Могилеве и Гродно начали печататься «Епархиальные ведомости». После революции в 1905 году значительно увеличилось количество местных периодических

изданий. В разных белорусских городах начали выпускать земские, либеральные, партийные газеты» [16, с 101-104].

После революции 1917 года в белорусской журналистике наступил новый этап, характеризующийся значительным развитием региональной печати. В губернских и уездных городах, где большевики формировали местные Советы, возникла потребность в создании специальных газет. Эти издания, такие как «Известия Военно-революционного комитета города Витебска», «Известия Гомельского Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов» и «Известия Могилевского губернского исполнительного комитета Советов крестьянских, солдатских и рабочих депутатов», были организованы для представления интересов рабочих, крестьян и красноармейцев.

В 1924 году Беларусь была поделена на 10 округов, включая Слуцкий, Борисовский, Могилевский, Оршанский, Витебский, Минский, Мозырский, Полоцкий, Калининский, Бобруйский округа. С 1924 по 1930 год в Белорусской Советской Социалистической Республике было 11 окружных изданий. Однако в 1930 году произошло упразднение округов. После была введена система районов, что привело к разделению территории на более мелкие административные единицы.

Местные газеты после укрупнения БССР (1924–1926 гг.) и создания округов, а впоследствии – районов, во время всеобщего расширения белорусизации, выходили в основном на белорусском языке, стали носителем и формой сохранения, развития национальных традиций и культуры.

П.Л. Дорощенко отмечает: «Создавались районки после принятия постановления ЦК ВКП (б) 11 августа 1930 г. – «О реорганизации сети газет в связи с ликвидацией округов» [12, с. 32].

В 1930–1931 гг. первые газеты созданы в 36 районах: Освейском, Лепельском, Борисовском, Ушачском, Высочанском, Оршанском, Дубровенском, Бегомльском и др. Потом планировалось создать печатные органы во всех 100 районах. Первые же 7 газет вышли в приграничных с Польшей районах. Сразу же обнаружились упущения такого стремительного количественного скачка. Газеты, не имея своей полиграфической базы, печатались в бывших окружных центрах, ставших районными городами. В Орше, кроме своего местного издания «Ленінскі прызыў», печатались лепельская «Калгасная праўда», дубровенская районная газета. В Мозыре – «Калгаснік Мазыршчыны», житковичская, лельчицкая, туровская газеты.

Н. А. Зубченко также отмечает: «С 1931 года на базе окружных изданий начинает формироваться сеть районных газет. К 1932 году 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 году составляло 118. Их общий тираж – 411 тыс. экз.» [16, с 101-104].

Так, с присоединением к БССР ее западной части число белорусских издания выросло почти вдвое. Многие региональные газеты приобрели опыт информационного и публицистического отражения действительности, были воспитаны опытные кадры журналистов.

В 1938 году также произошли перемены в структуре административного деления Беларуси, в результате которых территория была разделена на области. В тот период наблюдалось присоединение областных газет к уже существующим районными изданиями. К 1941 году в БССР было девять областных газет: «Бальшавік Палесся» (Полесская область), «Чырвоная звезда» (Барановичская область), «Віцебскі рабочы» (Витебская область), «Сялянская газета» (Вилейская область), «Вольная праца» (Белостокская область), «Палеская праўда» (Пинская область), «Гомельская праўда» (Гомельская область), «Камунар Магілёўшчыны» (Могилевская область), «Заря» (Брестская область).

Доктор исторических наук, профессор Слука О.Г. подчеркивает, что в послевоенный период создание региональных газет являлось важной частью налаживания мирной жизни. Он отмечает: «В 1945 году в БССР издавалось 8 республиканских, 11 областных и 168 районных газет (в том числе областные и районные газеты Западной Беларуси), 3 отраслевые газеты – «Железнодорожник Белоруссии», «Речник Белоруссии», «Строитель магистрали». В конце 1940-х гг. в БССР уже издавалось около 250 периодических изданий: 10 республиканских, 12 областных, 174 районных газет, а также 123 газеты политотделов МТС и 14 республиканских журналов» [34, с. 241].

В 1954 году правительство приняло решение ликвидировать несколько областей (Полоцкую, Полесскую, Бобруйскую, Барановичскую, Пинскую). В свою очередь в 1966 году путем укрупнения 36 районов было осуществлено создание или восстановление 17 новых изданий.

В начале 1970-х годов в БССР существовала сильная и разветвленная сеть средств массовой информации. В Беларуси издавалась 221 газета единовременным тиражом 2,2 миллиона экземпляров. Районные газеты в это время сыграли очень важную роль в налаживании органической социальной взаимосвязи в сфере политики, экономики и культуры на основе морально-этических национальных принципов развития белорусского народа.

Многие районные газеты такие, как Оршанская, Бобруйская, Барановичская, Борисовская, Пинская, Мозырская, Полоцкая и другие стали настоящими общественно-политическими изданиями в крупных аграрно-промышленных регионах республики.

Уже в 1976 году в БССР издавалось 11 республиканских, 6 областных, 2 городских, 11 объединенных, 106 районных и 48 многотиражных газет, годовой тираж которых составлял около 820 млн экземпляров. Также в начале 80-х. XX в. в стране была хорошо налаженная система средств массовой информации. В республике выходило 193 газеты: 11 республиканских, 6 областных, 120 городских и районных, 56 многотиражных периодических изданий.

Вторая половина 1980-х гг. характеризуется как начало эпохи демократизации советского общества и глобальных политических преобразований в мировом масштабе. Белорусская пресса была унифицирована в соответствии с категориями читателей, распределена по регионам республики. Она также соответствовала потребностям партийных и советских органов, под контролем которых она функционировала.

Выходило шесть областных газет, которые вместе с районными, многотиражными, областным радио и телевидением, составляли эффективное звено региональных средств информации.

Так, в Минской области выходила «Мінская праўда» и 22 районные газеты, в Витебской – «Віцебскі рабочы» и 21 районная газета, в Брестской – «Заря» и 16 районных газет, в Гомельской – «Гомельская праўда» и 21 районная газета, в Могилевской – «Магілёўская праўда» и 21 районная газета.

Местная печать в БССР была сильным средством отражения жизни белорусского народа – в деревне, в колхозе, районном городе, на местных предприятиях. Это создавало в обществе обстановку публичности, соседства и заинтересованности общими интересами.

Во временных рамках с 1986 по 1991 год в развитии белорусских СМИ произошли значительные изменения. Они были связаны с процессом демократизации общественной жизни и всех общественно-политических институтов. На законодательном уровне были утверждены новые правовые нормы, которые существенным образом повлияли на функционирование системы СМИ Беларуси.

Доцент, кандидат филологических наук П.Л. Дорощенко отмечает: «На рубеже 1980-х-начала 1990-х гг. местные газеты Беларуси стали свидетелями и соучастниками процесса демократизации всех сторон общественной жизни, вызванного перестройкой» [13, с.30]. Издания, которые буквально вчера были инструментом проведения в жизнь политики компартии и советского

государства, предпринимали шаги к собственной самостоятельности, отражали разнообразную палитру мыслей и мнений широкого круга читателей.

Редакции районных газет сосредоточили свое внимание на решении социально-экономических проблем, старались выработать более конструктивные подходы в освещении актуальных вопросов.

Приобретая определенную самостоятельность, районная пресса в начале 1990-х гг. попала в сложную экономическую ситуацию, из-за которой многие редакции начали сокращать количество сотрудников и в без того небольших штатах. Дошло до того, что в отдельных редакциях работало не более трех–четырёх журналистов. В то время чуть ли не шла речь о физической смерти региональных газет. Однако, несмотря на финансовые трудности, в республике не закрылось ни одно из 118 государственных региональных изданий.

В начале 1990-х годов начался процесс «деидеологизации» названий газет, когда прежние заголовки советских времен были заменены более нейтральными, затронув подавляющее большинство местных изданий. Например, слущкая районная газета «Шлях Ільіча» сменила название на «Слущкі край». Десятки региональных изданий, в том числе «Путь коммунизма» (Минская область), «Камуніст» (Бобруйск), «Ленінская іскра» (Сенно) и др., избавились от заголовков с ярко выраженной идеологической окраской и приобрели соответствующую региональную окраску. и географический контекст: «Наша жыццё», «Бабруйскае жыццё», «Голас Сенненшчыны» соответственно. В регионах республики появились газеты, в которых названия районов соединялись со словами «веснік», «навіны», «край» («Ашмянскі веснік», «Навіны Старадарожчыны», «Край Смалявіцкі» і інш.).

Трансформация содержания и практики работы местного издания определяла не только поиск иных отношений с политической структурой, характерных для институтов демократического общества. Районная газета и в советское время меньше центральных изданий страдала парадностью. С потерей директивности слово публициста должно было повышать свой моральный авторитет.

Закономерный рост интереса читателей к районным и областным газетам в первой половине 1990-х годов объясняется именно тем, что на их страницах можно было найти информацию о повседневной жизни, которая была наполнена неординарными событиями, широким спектром мнений аудитории по тому или иному актуальному вопросу. Важную роль в выработке более конструктивных подходов в освещении событий местной жизни сыграло появление во многих райцентрах органов негосударственной

печати, которые в конкурентной борьбе за читателей зачастую печатали гораздо более острые и содержательные материалы, затрагивающие вопросы, волнующие общественность. Однако, как отмечает доктор филологических наук, профессор Н.Т. Фрольцова, в постсоветских условиях с учетом становления медиарынка острой стала проблема профессиональной культуры журналиста [39, с. 45].

В начале нового века белорусская печать достигла стабильности в своей деятельности. За последние несколько десятков лет наблюдается устойчивая тенденция роста интереса населения к районным изданиям. Сегодня региональные средства массовой информации имеют значительные возможности для формирования ценностных ориентиров устойчивого развития, интеллектуально-инновационного сознания, важных общественно-политических идеалов. М.В. Прохореня отмечает, что «этот сегмент СМИ способствует мобилизации жителей определенного региона к экономической, социальной и политической активности, помогает гражданам принимать реальное участие в управлении страной, тем самым укрепляя принципы правового государства и выступая эффективным инструментом в достижении социальной стабильности и устойчивого развития белорусских регионов» [31, с. 166].

В соответствии с информацией, предоставленной Министерством информации Республики Беларусь, известно, что на 1 марта 2024 года в нашей республике зарегистрировано 916 печатных СМИ, из которых 400 являются государственными, значительная часть из которых – это региональные СМИ, учредителями которых выступают областные, районные или городские исполнительные комитеты, а также местные Советы депутатов [35].

1.2 Газета «Жыццё Палесся» в информационном пространстве Беларуси

В книге «Памяць: гісторыка-дакументальная хроніка гарадоў і раёнаў Беларусі: Мазыр і Мазырскі раён» отмечается, что в мае 1921 года в Мозыре начала издаваться местная газета. Изначально выходила городская, а потом объединенная газета, а с 1938 по 1953 год издавалась областная газета «Большавік Палесся» [29].

С 20-х годов XX века и началась история издания, которое с 1991 года сегодня известно под таким названием, как «Жыццё Палесся». До этого это общественно-политическое издание носило и такие названия, как

«Пролетарское слово», «Чырвонае Палессе», «Калгаснік Мазыршчыны», «Калгаснік», «Бальшавік Палесся», «Зара», «Камуніст Палесся» [33, с.273].

Известно, что в 30-х годах прошлого века страну накрыли волны политических репрессий. Сначала они были направлены на уничтожение остатков «кулаков», «непманов», состоятельных слоев населения города и деревни, старой интеллигенции. Затем репрессии обрушились на партийный, советский и комсомольский аппарат, командный состав армии, хозяйственников, руководителей, рядовых работников и не только. Только в Мозыре и в пригородных местностях были расстреляны 2922 жителя Полесья. Среди этих жертв был и «И. Ц. Соловей – заведующий отделом редакции газеты «Бальшавік Палесся»» [29, с. 168].

Также в документе «Са праваздачы мазырскага акружкама КП(б)Б за час пался II акруговай партыйнай канфэрэнцыі з 6.6.1937 г. па 15.9.1937 г.» сообщается следующее: «Окружная парторганизация провела большую разоблачительную работу по очищению парторганизации от троцкистов и прочих врагов партии и народа. Всего исключено из партии за отчетный период 119 членов. Анализ причин исключения показывает, что абсолютное большинство исключенных являлись врагами народа, врагами партии. Наиболее характерными из исключенных являются следующие: Гольдкварц – бывший редактор окружной газеты «Большевик Полесья»...» [29].

В 1933 году у районной газеты «Калгаснік Мазыршчыны» общий тираж составлял 4900 экземпляров.

Исследовательский интерес вызывает история газеты периода Великой Отечественной войны. Так, секретарь Подпольного обкома КП(б)Б И. Ветров в своей докладной записке в ЦК КП(б)Б «О подборе партизанских кадров, боевой деятельности и массово-политической работе среди партизан и населения области за период с 1 августа по 1 ноября 1943 г.» от 5 ноября 1943 года отмечал, что в области регулярно (два раза в неделю) выходила областная газета «Большевик Полесья» средним тиражом 500 экз. Он также сообщал, что областная и районные газеты, а также листовки, издаваемые КП(б)Б и РК КП(б)Б, распространялись во всех районных пунктах области, включая Мозырь и Калинковичи, Туров и Петриков, а также немецко-полицейские гарнизоны. Ветров пишет: «Спрос на литературу колоссален, газеты переходят из рук в руки, зачитываются до дыр... В г. Мозырь гитлеровцы произвели массовые аресты в поисках типографии газеты «Большевик Полесья»» [29, с. 271].

По его словам, фашистские газеты «Новый путь» и «Мозырские известия», распространяемые в области, а также бесчисленное количество листовок, разбрасываемых немцами с самолетов, вызывали у трудящихся

только насмешки, они также не пользовались никаким авторитетом. При этом население безгранично верило сообщениям Советского информбюро, ежедневно слушало и читало их с исключительным вниманием, подчеркивал Ветров.

Во время предвоенного периода и во время войны в газете трудились известные белорусские литераторы В. Кравченко и Д. Сергеевич, а также журналисты Б. Гликин и Н. Богданик.

В послевоенное время и позже на страницах газеты всё также отражалась повседневная жизнь области и города, сообщалось о происшествиях и ярких событиях. Например, от 1 июня 1963 года на полосах «Камуніст Палесся» есть материал под названием «Ю. Левітан – гасць Мазыра». В нем рассказывается о том, что в город приезжал знаменитый диктор Юрий Левитан, который встретился с мозырянами в парке, где рассказал им о работе дикторов в Москве.

При этом в газете большую часть публикаций составляли тексты о промышленности, производстве. К примеру, в заметке «Магутная ЦЭЦ на Мазыршчыне» от 27 ноября 1970 года говорится о том, что для нефтеперерабатывающего комплекса, который возводится на Мозырщине, потребуется большое количество тепловой энергии. И решением правительства Союза ССР в районе промышленного комплекса намечено строительство крупной тепловой электростанции. В тексте подчеркивается, что эта же станция будет обеспечивать теплом и жилой массив Мозыря, который возводится в районе Бобров.

Также в издании достаточное количество текстов посвящали людям, которые славились своими трудовыми подвигами и достижениями. В частности, это транслирует материал «Воін, настаўнік, выхывалец» от 20 октября 1972 года. В нем сообщается, что Антон Прокофьевич Царенко, житель деревни Боков в Мозырском районе, работает учителем Боковской школы свыше тридцати лет. Отмечается, что только война отрывала Антона Прокофьевича от любимого дела. С войны он вернулся с тремя орденами и несколькими медалями. Сотни учащихся прошли перед учителем за многие годы, получили необходимые знания, готовились к вступлению в сознательную жизнь. После подчеркивается, что указом Президиума Верховного Совета БССР 29 сентября 1972 года А. П. Царенко присвоено почетное звание «Заслуженный учитель БССР» [29, с 497].

В газете после войны работали А. Вислоух, Л. Котов, А. Бровко, Т. Аскерко и С. Гутерман. Л. Прокша, белорусский писатель и преподаватель Куставницкой школы, также начал осваиваться в журналистике на страницах полесской газеты. Его книга «За Добрыцай рэчкай» рассказывает о строительстве Мозырского нефтеперерабатывающего завода. В издании

трудился и Иван Яковлевич Науменко, народный писатель, академик, а также лауреат Государственной премии.

В 1990-х годах издание также поддерживало имидж своего района и города, рассказывая об их достижениях. Так, на страницах «Жыцця Палесся» от 21 января 1995 года сообщалось, что на частном предприятии «Кентавр Промсервис» идут последние приготовления к производству колбасных изделий, оборудование для которого было куплено в Германии. Также отмечалось, что в Мозыре работают предприятия коммерческих структур по производству мебели, швейных изделий и других товаров, а рыночная экономика при этом становится реальной перспективой в городе и конкурентом государственных предприятий.

На данный момент издание «Жыццё Палесся» выходит форматом А3 на белорусском, а также русском языках три раза в неделю: во вторник, четверг и субботу. Также у него есть свой фирменный цвет – голубой.

Тираж одной газеты составляет примерно 6400 экземпляров, в неделю – до 20 000. В среднем в неделю выходит около 44 полос. Считается, что это одна самых из крупных газет в своем регионе – Гомельской области. Учредителем издания является Мозырский районный исполнительный комитет и Мозырский районный Совет депутатов. На данный момент главный редактор газеты – Ольга Ардашева.

В издании есть такие разделы и рубрики, как «Главное», «Президент», «К сведению», «Официально», «Этот день в истории», «Вместе!», «Прямая линия», «В поисках смысла», «Социум», «Компетентно», «Что нового?», «Досуг», «Черным по белому», «Криминфо», «По результатам проверок», «Репортер», «Хорошие новости», «На контроле», «В фокусе», «Ау нас...», «В лучших традициях», «Индекс успеха», «Отличная новость», «News blog», «На злобу дня», «Мысли вслух», «Прошу слова», «Вас слышали», «Благоустройство», «Бацькам на нататку», «Об этом говорят», «За ваше здоровье», «Однако, жизнь...», «Важно знать», «Есть вопрос», «Ваша информация», «Калейдоскоп» и так далее. На сайте издания отмечается, что в общем объеме процент собственной информации внутри газеты составляет примерно 90% [15].

В 2021 г. мозырская газета оказалась в числе лауреатов семнадцатого Национального конкурса «Золотая Литера» в номинациях «Лучшие материалы культурной тематики», а также «Лучшие материалы молодежной, детско-юношеской тематики» среди интернет-изданий, различных печатных СМИ и информационных агентств. Также Д. Кулик, который является редактором отдела в области строительства, был отмечен как лучший репортер в персональной номинации среди журналистов.

Также в 2023 году на областном конкурсе среди СМИ, который проводится каждый год и в котором участвовали более 20 районных газет, в категории «Лучшее печатное средство массовой информации» получила мозырская газета «Жыццё Палесся». При этом она была отмечена благодарностью за успешную организацию работы клуба для молодежи «Юный журналист».

В октябре того же года редакция издания одержала победу в конкурсе на республиканском уровне под названием «Крепкая семья – крепкое государство» второй год подряд в номинации за лучшие фотоматериалы среди более 80 районных СМИ.

В феврале 2024 года Наталья Коноплич, журналист издания «Жыццё Палесся», была удостоена звания лауреата в конкурсе, посвященном освещению в СМИ деятельности Вооруженных Сил Республики Беларусь. Её работа была отмечена дипломом второй степени в категории «Остановись, мгновение» среди 82 участников.

Журналисты издания устраивают с читателями встречи, посещают предприятия и коллективы, которые выписывают газету. Они также приглашают в редакцию экспертов, которые отвечают на звонки читателей и помогают им в решении возникших проблем.

Выводы по главе 1

1. В период с 1931 г. по 1941 г. в БССР происходило активное формирование сети районных газет. С каждым годом их количество увеличилось. Многие из этих изданий существуют и сегодня. В 1938 году произошли изменения в структуре административного деления Беларуси, в результате чего многие районные газеты были преобразованы в областные издания. В послевоенный период в БССР издавалось уже около 250 периодических изданий, включая и районные газеты.

Вторая половина 1980-х гг. характеризуется как начало эпохи демократизации советского общества и глобальных политических преобразований. В этот период в развитии белорусских СМИ произошли значительные изменения, связанные с процессом демократизации общественной жизни и всех общественно-политических институтов. На законодательном уровне были утверждены новые правовые нормы, которые оказали влияние на дальнейшее функционирование СМИ, в том числе на региональные издания.

В 1990-е годы произошли значительные изменения в названиях районных газет. Также в этот период многочисленные издания столкнулись с

финансовыми трудностями. Это приводило к тому, что редакции не могли себе позволить содержать большие штаты, им приходилось сокращать число сотрудников. Но при этом в стране не была закрыта ни одна из 118 региональных газет.

В начале нового века система СМИ Республики Беларусь достигла стабильности в своем функционировании. За последние несколько десятков лет наблюдается устойчивая тенденция роста интереса населения к районным изданиям. На 1 марта 2024 года в нашей республике зарегистрировано 916 печатных СМИ, из которых около 150 – региональные СМИ.

2. Газета «Жыццё Палесся», которая за время своего существования поменяла 7 названий, начала издаваться в мае 1921 года в Мозыре. В 1933 году общий тираж районной газеты «Калгаснік Мазыршчыны» составлял 4900 экземпляров. После административно-территориальной реформы в БССР 1938 г., которая предусматривала образование новых территориальных единиц – областей, некоторые районные газеты были преобразованы в областные. Среди них была также и газета Мозырщины. В период Великой Отечественной войны в 1943 году областная газета «Большевик Полесья» регулярно выходила средним тиражом 500 экз. Она играла важную роль в информационной и политической работе среди партизан и населения области во время Второй мировой войны. Ее распространение охватывало различные районы области. В послевоенный период газета отражала повседневную жизнь района и города.

На данный момент районное издание «Жыццё Палесся» выходит форматом А3 на белорусском, а также русском языках три раза в неделю: во вторник, четверг и субботу. Тираж одной газеты составляет примерно 6400 экземпляров, в неделю – до 20 000. В среднем в неделю выходит около 44 полос. Сегодня «Жыццё Палесся» – одна самых из крупных газет в Гомельской области.

ГЛАВА 2

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАЙОННОГО ИЗДАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

2.1 Районные газеты в условиях конвергенции

Появление в современном медиапространстве интернет-СМИ и онлайн-версий печатных изданий привело к значительной трансформации системы региональных средств массовой информации. Все областные, городские и районные газеты имеют собственные сайты. И, стоит отметить, что процессы конвергенции, происходящие в каждом регионе, по-своему уникальны.

В журналистике термин «конвергенция» применялся к технологическим разработкам, таким как интеграция видео в интернете и маркетинговым разработкам, которые включают в себя перекрестное продвижение медиапартнеров, а также корпоративные слияния. Все эти подходы в конвергенции, хотя и различаются, включают в себя понятие процесса слияния и в большинстве случаев подчеркивают основу технологического развития.

Российский исследователь М.Н. Ким отмечает, что в журналистике конвергенция – «это процесс сближения разнородных электронных технологий в результате их быстрого развития и взаимодействия, создание объединенных каналов передачи информации в рамках общей инфраструктуры; это кросс-медийная технология взаимопроникновения между различными каналами передачи информации» [20, с. 24].

Так, например, конвергенцию описывает В. С. Хелемендик – «сближение, слияние различных по своей природе средств массовой информации в единое целое – и с точки зрения организационной структуры, и с точки зрения технологии передачи взаимосвязанной, консолидированной информации» [40, с. 107].

Е. А. Баранова описывает конвергенцию, как «процесс в региональной медиаиндустрии, связанный с развитием цифровых технологий, приводящий к слиянию различных средств массовой информации на базе одной редакции для совместного производства контента и его распространения на разных медиаплатформах» [3, с. 16].

Доктор филологических наук, профессор Е.Л. Вартанова также пишет: «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» [4, с. 11–14].

Развитие информационных технологий и использование интернета способствовали широкому распространению конвергенции в медийной сфере. Конвергентные системы массовой коммуникации обладают особенностями, которые позволяют журналистам и аудитории взаимодействовать, а также влиять друг на друга. У конвергентных СМИ есть такие характеристики, как мультимедийность, онлайн-новости и многоканальность, которые позволяют бесперебойно обновлять информацию, передавая ее в режиме реального времени.

Конвергентные медиа наряду с традиционными функциями информирования, влияния и развлечения, обладают коммуникативной и ценностной функциями, а также социально-организационной и социально-творческой функциями. Кроме того, конвергенция на интернет-платформе дает пользователю максимальную свободу выбора информации, а именно профильного контента, также повышает возможность выражать свое мнение и участвовать в создании медиаконтента.

Цифровой контент, который создает конвергентное издание, на разных платформах может состоять из повторения или дополнения. При этом современные технологии, которые исходно способствовали процессу конвергенции, помогают охватить большую площадь информационного пространства с минимальными ресурсными и временными затратами. Это связано с тем, что один и тот же материал, созданный журналистами, редакторами, корректорами, дизайнерами и программистами, может тиражироваться на нескольких разных платформах, удовлетворять разные потребности, достигать разных целей и охватывать разную аудиторию.

Однако чтобы этого достичь, белорусским региональным изданиям в свое время пришлось менять процесс своей работы. А.А. Градюшко пишет: «Процесс цифровизации кардинально изменил принципы организации работы редакций. Уже в середине 2010-х гг. в крупных изданиях начали создаваться отделы интернет-версий. Журналисты стали писать материалы специально для сайта. Появилось такое понятие как «конвергентная (или мультимедийная) редакция» [8, с. 30].

О.В. Копылов также отмечает, что «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» [23].

Т. Удалова и В. Варда также отмечают: «Превращение традиционных СМИ в мультимедийные СМИ на базе интернета существенно изменило традиционные редакционные процессы. Если до этого интернет-редакция представляла собой обособленный внутри СМИ отдел, который занимался «переупаковкой» (точнее – простым размещением) традиционного контента в онлайн-контент, то с мультимедиазацией содержания потребовалось глубокое проникновение принципов создания мультимедиа в сам редакционный процесс. Так постепенно появляются мультимедийные, или, как их называют, конвергентные редакции – редакции, в которых содержание по видам СМИ распределяется централизованно и в которых отдельные редакции конкретных видов СМИ не столь автономны, как в обычных холдинговых структурах» [38, с. 17–24].

При этом в районных средствах массовой информации Беларуси понятие «конвергенция» определяют по-разному. В первом случае в рамках медиаорганизаций создаются отделы, ответственные за наполнение веб-сайта уникальными новостными материалами, создание видеоконтента, управление аккаунтами в социальных сетях и прочее. Эти отделы явно дифференцируются по обязанностям от сотрудников, работающих над печатной версией издания. Журналисты, занимающиеся созданием материалов для газеты, не имеют никаких обязанностей по взаимодействию с онлайн-ресурсами. Полное управление контентом онлайн-платформ возлагается на специализированный персонал.

При этом размещенные в газете тексты проходят некоторую переработку перед публикацией на веб-сайте: они сокращаются, изменяются, дополняются фотоматериалами и прочими элементами. Также существуют такие материалы, создаваемые исключительно для онлайн-ресурсов и социальных сетей. Страница в сети развивается до уровня автономного онлайн-СМИ с оригинальным контентом.

Одним из важных результатов процесса конвергенции в медиасреде является мультимедийность как ключевой аспект программных продуктов, представляемых на медиаплатформах. Правильное использование возможностей мультимедийных технологий придает материалу, который имеет аналог в печатном формате, большую выразительность, в некоторых случаях и глубину. Также мультимедийные продукты, которые созданы с нуля, позволяют представить информацию способом, недоступным в рамках традиционных средств коммуникации.

Важно отметить, что ранее региональные печатные средства массовой информации публиковали газетные материалы на сайте, не адаптируя их и весь остальной контент под «требования» интернета и не создавая ничего нового для социальных сетей. Однако подобный аналог печатного издания на сайте, многие районные СМИ уже не создают, пройдя этот этап развития.

Во втором случае редакционные обязанности, связанные с веб-сайтом и социальными сетями, распределяются между всеми членами коллектива. В данном случае, один и тот же журналист создает контент для различных платформ, таких как газета, веб-сайт и соцсети. Важно отметить, что контент адаптируется для каждой из этих платформ, с целью удовлетворения потребностей целевой аудитории. Процесс адаптации включает подготовку новостей для веб-сайта в первую очередь, а затем для газеты, аналогично поступают и с контентом для социальных сетей. Этот подход демонстрирует концепцию конвергентной редакции.

При этом, анализируя текущую ситуацию в Беларуси, А.А. Градюшко пишет: «До сих пор многие журналисты некоторых СМИ уверены, что работают в газете, а писать для сайта нет особого смысла. В этом заключается одна из причин проигрыша интернет-версий традиционных СМИ классическим онлайн-ресурсам, которые хорошо ориентируются в цифровом мире. Редакции СМИ, нацеленные на выпуск газеты, нередко переносят те же стандарты и методы работы в сферу наполнения интернет-ресурса, что в принципе неправильно» [7, с. 56].

Опыт работы журналистов в мультимедийных редакциях свидетельствует о растущих требованиях к их компетенциям. Ниже приведен краткий перечень навыков, связанных с творческой деятельностью в цифровой среде:

- выявление интересных тем и адаптация их в соответствии с потребностями аудитории;
- создание привлекающих заголовков и умение конструировать композицию текста в соответствии с требованиями цифровой журналистики;
- производство большого объема контента и выполнение этого процесса оперативнее, чем в случае газетной публикации;
- подбор качественных иллюстраций для привлечения внимания аудитории;
- использование разнообразных мультимедийных форматов, таких как видео, аудио, инфографика и прочее;
- адаптация контента для различных цифровых платформ, учитывая интересы читателей;
- привлечение аудитории с помощью игровых технологий, таких как тесты, опросы, голосования и другие формы взаимодействия;

- владение основными приемами поисковой оптимизации веб-сайтов;
- работа с системами медийной аналитики;
- общение с аудиторией на различных платформах социальных сетей, модерация обсуждений и поддержка дискуссий;
- монетизация контента на различных платформах.

Таким образом, журналисты в мультимедийных редакциях должны обладать широким спектром компетенций для успешного освоения цифровой среды.

Далее рассмотрим особенности функционирования сайта газеты «Жыццё Палесся» в условиях цифровой трансформации.

Сайт газеты «Жыццё Палесся» начал свою работу в 2009 году. Отмечается, что для него журналисты специально адаптируют газетные заголовки, переписывая их для интернета и поисковых систем. Это делается для того, чтобы газетные тексты имели возможность попасть в «топ» просматриваемых материалов. Также на сайте подчеркивается, что около 70% опубликованных текстов на сайте – это уникальный и собственный контент [15].

Важно отметить, что кроме печатной версии газеты, у издания есть аккаунты в социальных сетях. И сайт, и аккаунты в соцсетях находятся под одним брендом – «МОЗЫРЬ NEWS».

На сайте на главной странице, присутствуют закрепленные рубрики новостей: «Президент», «Выборы-2024», «Новости Мозыря», «Новости Гомельщины», «Новости Беларуси», «Мозыряне помнят», «ЧП и криминал», «Официально», «Спрашивали? Отвечаем».

В отделе под названием «Новости» добавляются и другие рубрики, которые называются так: «Главное», «Общество и профсоюзы», «Образование», «Культура», «Спорт», «Здоровье», «Калейдоскоп», «Спросили у мозырян», «News blog».

Также на сайте газеты присутствует отдел «Наши проекты», среди которых есть «Взгляд в прошлое» – там публикуются материалы о героях, а также происшествиях, которые произошли за период Великой Отечественной войны в Мозырском районе; «Сделано в Мозыре – известно во всем мире» – это тесты о местных предприятиях и производствах; «PRESS-моладзь» – публикации юных корреспондентов, которые сотрудничают с газетой; «Честь имею» – материалы, которые связаны с военнослужащими разных подразделений города и области; «Мазыршчына.by» – материалы на белорусской языке об исторических местах и событиях в Мозырщине; «За дело!» – истории о жителях, которые самостоятельно открыли ИП, создали какое-либо изобретение и так далее; «Фамильное призвание» – материалы о династиях мозырян, которые продолжают дело своей семьи на протяжении

долгих лет; «Все смогу!» – тексты о молодом поколении Мозыря, которое добивается успеха в различных областях науки и не только; «Именем закона» – публикации, связанные с работой местной милиции; «В главных ролях...» – репортажи журналистов газеты; «Ой, мамочки!» – тексты о воспитании детей, которые написаны для родителей; «Я выбираю спорт» – материалы о тех, кто в Мозырском районе интересуется спортом или уже является профессиональным спортсменом.

За период с 1 декабря 2023 года по 29 февраля 2024 года, по показателем сервиса Яндекс.Метрика, у сайта газеты было 758,6 тысяч просмотров, 530,4 тысяч визитов, а также 242,5 тысяч посетителей (ПРИЛОЖЕНИЕ А).

В среднем пользователь проводил на сайте 1 минуту 20 секунд, глубина просмотра составляла 1, 43. А.А. Градюшко отмечает, что глубина просмотра – «один из важных поведенческих факторов, учитываемых поисковыми системами при ранжировании сайтов. Выражается в количестве страниц, открытых пользователем в течение одного посещения ресурса» [8, с. 152].

Также отказы на сайте составляют 13,77%, что является хорошим показателем, ведь это значит, что более 85% пользователь провели на сайте более 15 секунд.

Тремя самыми просматриваемыми ссылками на сайте за этот период стала главная страница (более 39 тысяч просмотров), после – публикация о новом расписании автобусов в городе (более 30 тысяч просмотров), на третьем месте – материал о контртеррористической операции в Лельчицком районе (около 19 тысяч просмотров) (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

При этом по источникам трафика, количество посетителей, которые пришли на сайт из всех источников за выбранный нами период времени, показывает, что более 422 тысяч визитов были совершены с помощью переходов из поисковых систем, более 75 тысяч – через прямые заходы, более 26 тысяч – через переходы из социальных сетей, чуть меньше 14 тысяч – через переходы по ссылкам на сайты, более 6 тысяч – через переходы из рекомендательных систем (ПРИЛОЖЕНИЕ В).

Исходя из анализа данных о посещаемости сайта газеты за период с декабря 2023 года по февраль 2024 года очевидно, что сайт имеет достойные показатели визитов, просмотров и посетителей. Особенно радует низкий уровень отказов на сайте, что свидетельствует о том, что пользователи проводят на нем достаточно времени. Также важно отметить, что некоторая часть трафика приходит на сайт через поисковые системы, что говорит об определенной эффективности SEO-оптимизации. Таким образом, можно

сделать вывод о том, что сайт газеты пользуется популярностью у пользователей и имеет потенциал для дальнейшего роста.

Также редакция газеты имеет аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. В Instagram ее канал «mozyr_news» имеет 4 970 подписчиков, во ВКонтакте на «МОЗЫРЬ NEWS» подписано более 13 тысяч человек, у паблика «МОЗЫРЬ NEWS» в Telegram есть более 1000 подписчиков, в «Одноклассниках» у МОЗЫРЬ NEWS порядка 14 тысяч последователей, в TikTok у издания насчитывается более 3000 подписчиков также, как и в Facebook.

Таким образом, сайт газеты «Жыццё Палесся» успешно адаптировался к современным тенденциям цифровой среды, привлекая аудиторию с помощью SEO-оптимизации и эффективного управления контентом в социальных сетях. Также сотрудники редакции достаточно успешно используют потенциал цифровых технологий, учитывают современные предпочтения читателей, что способствует увеличению популярности сайта и его дальнейшему росту.

2.2 Контент районной прессы в цифровой среде

За последние несколько лет в Республике Беларусь произошли значительные изменения в функционировании региональной медиасистемы. Развитие большинства СМИ (областных, городских, районных) в цифровой среде принесло значительные успехи и заметную динамику. Редакции активно адаптировались к современной коммуникативной среде, стремясь увеличить свою аудиторию и использовать потенциал цифровых технологий.

Можно сделать вывод, что время цифровизации привнесло ряд определенных вызовов для региональных средств массовой информации. Важными среди них являются необходимость перестройки работы редакций, увеличение значимости мессенджеров и социальных сетей, а также поиск новых бизнес-моделей и зависимость СМИ от рекомендательных систем.

В современных условиях региональные медиа активно адаптируют свои творческие подходы к новым требованиям медийной среды. Издания, наиболее успешные, осуществляют широкое распространение контента через различные платформы. Журналисты ведут не только редакционные сайты, но и создают текстовый, визуальный и видеоматериал, а также адаптируют контент для публикации в социальных сетях.

Определение эффективности работы региональных медиа в цифровой среде основывается на следующих ключевых критериях:

- предоставление качественного местного контента с частым обновлением;
- привлечение посетителей на сайт и соотношение этого числа с численностью населения региона;
- качество трафика на сайте и количество просмотров определенных текстов.

Несколько лет назад региональные СМИ нашей республики значительно усовершенствовали свою деятельность в интернет-пространстве. Они провели реорганизацию структуры редакций, модернизировали свои веб-сайты, пересмотрели систему планирования и последовательность рабочего процесса. Большинство из них создали конвергентные платформы, объединяющие газеты, сайты и социальные сети. Эти региональные СМИ играют ключевую роль в цифровой трансформации и являются лидерами в данной области.

В настоящем технологическом контексте региональные информационные ресурсы применяют новые методы отображения жизни и событий своих регионов, а также актуальные формы взаимодействия с аудиторией. Практика медиа на цифровых платформах выявляет, что ключевыми факторами ценности контента в онлайн-среде являются эмоциональная насыщенность, общественная важность и практическая полезность для пользователя.

А.А. Градюшко отмечает, что в некоторых районах наблюдаются проблемы взаимоотношений между региональными СМИ и их учредителями: «Региональная журналистика очень зависима от них. Требуется повышение степени профессиональной независимости журналистов, оптимизация взаимодействия с местными органами исполнительной власти» [7].

Основная задача региональных СМИ заключается в создании и укреплении местного сообщества, а не только в донесении информации до аудитории. В этом контексте необходимо пересмотреть стратегии работы региональных медиа и сделать их более ориентированными на потребности и интересы местных жителей.

Также современной цифровой журналистике нужен пересмотр тематически-содержательной модели районных средств массовой информации. Эффективность такой модели должна быть обеспечена с учетом актуальных проблем, с которыми сталкиваются город и его жители. В цифровом информационном пространстве особое внимание уделяется качеству заголовков новостных материалов. Существует множество различных способов их конструирования, направленных на привлечение внимания аудитории. Важно отметить, что в профессиональных СМИ более

ценится информативность заголовка, чем его привлекательность для кликовой активности.

В современных медиа, адаптированных под мобильные устройства, отмечается явление атомизации контента, где текст структурируется и визуально разделяется на более мелкие части для облегчения восприятия и ускорения усваивания информации. Ключевыми показателями вовлеченности аудитории в контент являются время, затрачиваемое на чтение, и количество доскроллов, то есть процент читателей, долиставших материал до самого конца.

Также за последние несколько лет было отмечено осязаемое увеличение уровня компетенций журналистов районных средств массовой информации в сфере цифровых технологий. На веб-ресурсах и в социальных сетях стало заметно увеличиваться количество мультимедийных форматов контента. Сотрудники региональных газет научились профессионально снимать и монтировать видеоматериалы, а также успешно использовать квадрокоптеры, вести онлайн-трансляции и создавать информационные графики. Эти умения значительно повышают эффективность работы редакции, что позволяет производить более конкурентоспособный медиапродукт.

Региональная журналистика представляет собой отдельную подсистему СМИ нашей страны, которая охватывает определенную территорию и отражает социальные, политические и культурные процессы, происходящие в ней. Региональная журналистика играет важную роль в информационном пространстве, что дает представление о ее *проблематике и редакционной политике изданий*.

Реализация функций СМИ в рамках регионального развития предполагает проведение анализа, актуализации и аргументирования основных направлений, значимость достижения поставленных целей, а также демонстрацию их практической осуществимости на основе ресурсов конкретных территорий.

В.В. Коршук пишет: «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» [24, с. 42–55].

М.В. Прохореня также отмечает: «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» [32, с. 203].

Для эффективной реализации функциональных задач средств массовой информации необходимо уделить внимание публикации материалов, касающихся опыта хозяйственной деятельности, кадровой политики производств, процесса модернизации предприятий, диверсификации экспортных операций, импортозамещения, привлечения инвестиций, внедрения инноваций, межгосударственного сотрудничества и развития малого и среднего предпринимательства.

Также актуальными проблемами являются строительство, жилищно-коммунальное хозяйство, инфраструктура дорожного и транспортного обслуживания, качество и разнообразие предоставляемых товаров и услуг, уровень доступности здравоохранения и образования, а также культурная и спортивная инфраструктуры.

Не теряет актуальности адресная работа с жителями деревень, молодым поколением, многодетными семьями и другими социальными группами, которая направлена на укрепление общечеловеческих ценностей, формирование ответственного отношения к труду, предупреждение злоупотребления алкоголем и наркотиками, а также иные негативные явления в обществе.

Эффективность работы печатных районных СМИ в определенных областях регионального развития зависит от системного выпуска информационных материалов и их последующем широкомасштабном распространении.

Также современные региональные СМИ играют значительную роль в формировании образа регионов, делая их социально-экономически привлекательными для жизни и инвестиций. Путем регулярного освещения событий в конкретных областях, районах и населенных пунктах, они создают позитивное представление о местах, центрах развития, моногородах, сельских и городских поселениях. Как отмечалось выше, информационное наполнение направлено на отражение актуальных тем и перспектив развития различных отраслей экономики, таких как производство и промышленность, сельское хозяйство, туризм и другие, в соответствии с программами социально-экономического развития регионов, важную роль играют и

материалы, посвященные истории, культуре и патриотизму, способствующие формированию положительного имиджа территорий.

В. П. Воробьев отмечает: «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» [6, с. 117].

Исследователь также подчеркнул следующее: «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. 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» [6, с. 117].

Можно сделать вывод, что вопреки определенной финансовой обстановке и высокой конкуренции, местные издания все еще будут иметь значимость на своих территориях в течение продолжительного времени.

Г.С. Мельник подчеркивает, что «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» [27, с. 84].

Медиасистема, включая региональный уровень, характеризуется целостностью, интегративными свойствами и сложной структурой. Под воздействием внешних факторов она подвергается процессам трансформации.

Стоит добавить, что журналистика в своей сути остается неизменной, даже в контексте развития региональных интернет-изданий. Ее основная задача заключается в поиске героев и рассказе увлекательных историй. Региональные издания проходят через различные этапы становления, каждый из которых отличается особыми характеристиками, обусловленными важными событиями и феноменами.

Выводы по главе 2

1. В современном медиапространстве Беларуси возникновение в середине 2010-х гг. онлайн-версий крупных печатных изданий привело к существенной трансформации системы региональных средств массовой информации. Сегодня практически все государственные газеты, представленные на уровне областей, городов и районов, имеют собственные веб-сайты.

Стоит отметить, что процесс конвергенции – слияние и сближение различных средств массовой информации на базе одной редакции – в каждом регионе уникален. Всё зависит от самих редакций: количества сотрудников и имеющихся у журналистов необходимых навыков.

Конвергенцию в белорусских СМИ можно поделить на два типа. В первом случае всё управление контентом на сайте и в социальных сетях возлагается на специализированных сотрудников, а во втором – данные обязанности распределяются между всеми журналистами редакции, где один и тот же человек может создать контент для всех платформ, в том числе и для печатной версии издания. Важно добавить, что медиаконвергенция требует от журналистов того, чтобы они владели определенными навыками: умением адаптировать заголовки и контент для различных цифровых платформ; производить материалы в больших объемах, а также оперативнее, чем для выпуска газет; умением работать с мультимедийными форматами, такими как видео, аудио, инфографика и прочее.

Если раньше региональные СМИ Беларуси публиковали на своих сайтах только неадаптированные газетные материалы, то сейчас можно отметить, что подобная тенденция практически исчезла.

Сайт газеты «Жыццё Палесся» появился в 2009 году. И сразу важно отметить, что сегодня издание активно присутствует в таких социальных сетях и мессенджерах, как Instagram, ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, TikTok и Facebook. Для этих площадок сотрудники редакции действительно «переупаковывают» свой контент – ежедневно публикуют достаточно большое количество заметок (всё сопровождается фото-, видео материалами); в постах используют специально обработанный текст (более

короткий, чем для газеты); также сотрудники редакции используют возможность вставлять ссылки в тексты, которые переносят читателя на сайт, где он может ознакомиться с полным материалом и т.д. Всё это позволяет расширить аудиторию и увеличить охват новостного контента. Таким образом, можно сделать вывод, что редакция является конвергентной и смогла адаптироваться к изменениям в цифровой среде.

Посещаемость сайта газеты за период с декабря 2023 года по февраль 2024 года составила 758,6 тысяч просмотров, 530,4 тысяч визитов и 242,5 тысяч посетителей. Это свидетельствует о том, что сайт издания «Жыццё Палесся» пользуется популярностью у пользователей. Часть трафика на сайт приходит через поисковые системы, что говорит об эффективности SEO-оптимизации.

2. Региональные СМИ занимают важное место в медиапространстве Республики Беларусь. В связи с этим у них есть определенные принципы формирования контент-модели в цифровой среде. Например, важно помнить, что одной из основных задач региональных изданий является укрепление местного сообщества, а не только его информирование. Таким образом, контент делается более ориентированным и интересным для местных жителей. Также эффективность и актуальность тематически-содержательной модели районных СМИ должны формироваться с учетом актуальных проблем, с которыми сталкивается город и его население.

Контент-модель районного издания также должна строиться вокруг тем, которые касаются местного строительства, жилищно-коммунального хозяйства, инфраструктуры дорог, уровня доступности здравоохранения и образования, развлечений и мероприятий, а также культурной и спортивной инфраструктуры.

Также важно публиковать материалы, которые связаны с результатами предпринимаемых мер по той или иной проблеме, демонстрацией потенциала региона и ценности человека как основы повышения благосостояния своего населенного пункта, района, области и государства в целом.

Контент также выполняет важную роль в создании определенного имиджа регионов и их привлекательности как для проживания, так и для инвестиций. Благодаря регулярному освещению в цифровой среде событий, происходящих в конкретных областях, районах и населенных пунктах, создается благоприятное представление о них как о местах развития, привлекательных для жизни и бизнеса. Также эффективность работы региональных СМИ в цифровой среде зависит от системной публикации материалов и их последующем распространении.

ГЛАВА 3

САЙТ ГАЗЕТЫ «ЖЫЦЦЁ ПАЛЕССЯ»: ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

3.1 Тематические приоритеты районного издания

Районная газета «Жыццё Палесся» позиционирует себя как общественно-политическое средство массовой информации. Для выявления приоритетных тематических направлений материалов сайта данного районного издания и разработки рекомендаций для его редакции, был осуществлен контент-анализ **1269** публикаций. Проанализированный период – с 01.12.2023 г. по 29.02.2024 г.

При выполнении исследования, мы пользовались такими критериями:

1) Тема материала (один вариант ответа):

1. Политика;
2. Экономика;
3. Социальная сфера;
4. Реклама / Частные объявления (в т. ч. статьи, опубликованные на правах рекламы);
5. Развлечения: гороскопы, анекдоты и т. п.;
6. Городская афиша;
7. Другое (например, метеопрогноз).

2) Если тема статьи – политика (один вариант ответа)

1. Политические институты (ветви власти, политические партии и т. п., если рассматриваются они как таковые, а не их решения / позиция в сфере экономики или социальной сфере);

2. Электоральные процессы;
3. Идеология;
4. Другое.

3) Если тема статьи – экономика (один вариант ответа):

1. Общие вопросы экономического развития (ВВП, безработица / занятость, уровень бедности и т. п., если они не имеют отношения к сельскому хозяйству, промышленности и т. д.);

2. Сельское хозяйство;
3. Промышленность;
4. Строительство;
5. Торговля и сфера услуг;

6. Транспорт;
7. Банковская система;
8. Другое.

4) *Если тема статьи – социальная сфера (один вариант ответа)*

1. Безопасность/право (в т. ч. преступность, деятельность суда и правоохранительных органов);
2. Здравоохранение;
3. Население (рождаемость/смертность, демографический состав и т. п.);
4. Социальное обеспечение;
5. СМИ;
6. Искусство / культура;
7. Наука и технологии;
8. Образование;
9. Спорт;
10. Экология;
11. Материалы по интересам (машины, домашние животные, садоводство, домоводство и т. д.);
12. Молодежь;
13. Другое;
14. История.

5) *Присутствие привязки к региону сайта*

- 1) есть

Проведенный контент-анализ позволил выявить наиболее актуальные тематические направления публикаций на сайте газеты. Самым популярным из них стало **социальная сфера**, составив **63,36%** от всех изученных материалов. И это достаточно легко объяснить, потому что данная сфера – это одна из ключевых областей человеческой жизни, которая непосредственно связана со здравоохранением, правом, образованием, спортом и прочим.

В этом тематическом блоке по количеству материалов лидирует такая тематика, как «Другое» – **24,75%**. Сюда мы определили материалы, не подходящие под основные выбранные нами направления, например, связанные с религией.

Установлено, что журналисты газеты «Жыццё Палесся» активно освещают религиозную тематику, охватывая и православную конфессию, и католическую. Это можно увидеть в таких материалах, как «Сегодня православные верующие отмечают Макарьев день, когда узнают про раннюю весну» и «Важный день для католиков. 24 декабря — Рождественский Сочельник». В таких текстах обычно описывается история

праздника, а также уточняется, что можно делать в этот день, а что – нет. Иногда можно встретить тексты, написанные, например, священниками – *«Ксёндз Юрый Варанко: “Свята Божага Нараджэння – гэта свята падзякі Богу за Дзіцятка Езуса”»* – здесь в авторах обозначен сам Юрий Варанко.

К направлению «Другое» мы также отнесли подобные материалы: *«А знали ли вы, что сегодня отмечается Международный день «Спасибо»», «Национальный парк «Припятский» приглашает мозырян принять участие в конкурсе на лучшее письмо новогоднему волшебнику»* и т.п.

На втором месте по количеству материалов находится такая тема, как **«Безопасность/Право» – 15,55%**. Данные представлены на рисунке 3.1.1.

Издание активно сотрудничает с правоохранительными органами, а также сотрудниками МЧС. От последних на сайте газеты часто можно встретить сводки происшествий – *«Экспресс-информация от МЧС Мозыря»*; советы по безопасности – *«МЧС напоминает мозырянам о правилах использования фейерверков»*, сообщения об отдельных инцидентах – *«Сотрудники МЧС в Калинковичах спасли ребенка, который застрял в глине»*.

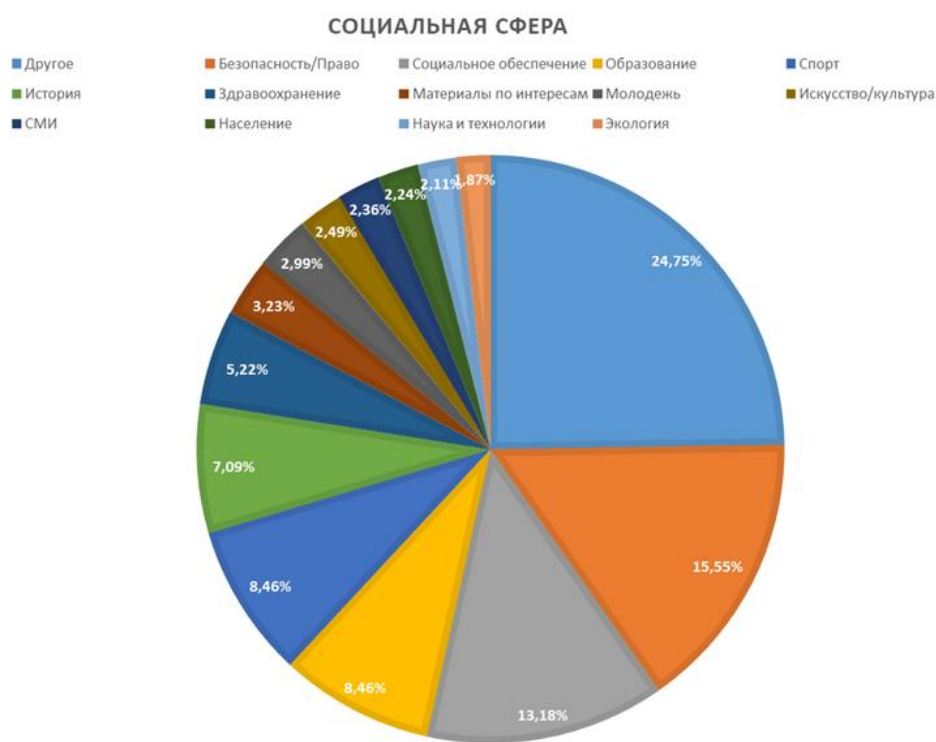


Рисунок 3.1.1 Распределение материалов на сайте газеты «Жыццё Палесся» по тематике в категории «Социальная сфера»

Также в этом тематическом блоке часто встречаются материалы, связанные с работой местной милиции. Например, *«Милиционеры вернули деньги мозырянам, которые стали жертвами телефонных мошенников»*.

Также присутствуют тексты, которые направлены на формирование у населения понимания необходимости соблюдать действующее законодательство: *«ГАИ напоминает мозырянам основные правила поведения на дороге для пешеходов»*, *«Самую популярную причину угона авто у мозырян назвали правоохранители»* и др.

Далее по количеству текстов идет направление **«Социальное обеспечение» – 13,18%**. Журналисты районной газеты в достаточном количестве освещают тему помощи местным детским домам (активно писали об акции «Наши дети») и домам-интернатам. Также, на наш взгляд, на сайте присутствуют очень важные материалы, которые можно найти не во всех СМИ, а именно *«Что нужно для того, чтобы защитить ребенка от посягательств на его неприкосновенность»*, *«Прервать цепь насилия. На вопросы о буллинге отвечает мозырский психолог»*, *«Где в Мозыре больным с зависимостями от психоактивных веществ можно получить помощь»*. На сайте «говорят вслух» о насилии, наркотиках, психологии и не только. Это важные темы, которые надо озвучивать, что и делают журналисты издания.

Также в этом разделе поднимаются вопросы жилья, трудоустройства, льгот, коммунального обеспечения и т.д.

Далее в равном количестве поднимаются темы **«Образования»** и **«Спорта» – 8,46%**. На сайте представлены материалы как о региональных событиях, так и об общереспубликанских. Достаточно часто присутствует тема **«История» – 7,09%**. Например, на сайте присутствуют такие тексты *«Что для страны и района сделали люди, чьи фамилии увековечены в названии мозырских улиц. Узнали интересные факты»*, *«Мозырищина празднует 80-летие освобождения района от немецко-фашистских захватчиков»* и др., а также есть материалы, посвященные воинам-интернационалистам. В публикациях рассказывается об истории региона, республики или о судьбах конкретных людей.

Чуть реже встречаются публикации, связанные со **«Здравоохранением» (5,22%)**, где также рассказывается о местном положении дел в этой сфере и в регионе, и в стране. После идут **«Материалы по интересам» – 3,23%**, которые касаются садоводства, машин, домашних животных. Стоит подчеркнуть, что для такого издания этого недостаточно, потому что подобные материалы достаточно часто попадают в «топ» по просмотрам.

Далее по количеству публикаций выявлены следующие темы: **«Молодежь» (2,99%)**, **«Искусство и культура» (2,49%)** и **«СМИ» (2,36%)**. К последним мы отнесли материалы, напрямую связанные с деятельностью газеты. Например, *«Заканчивается подписка на мозырскую районную газету «Жыццё Палесся»»*. Интересно, что в этом материале сделан акцент на то,

что печатную версию издания читают люди преклонного возраста: *«Читаете нас в интернете? А как узнают новости ваши родители? А бабушка с дедушкой? Позаботьтесь о старших – подпишите их на газету!»*

Еще реже встречаются публикации в категории **«Население» (2,24%)** (рождаемость, демографический состав и т.п), **«Наука и технологии» (2,11%)**, а также **«Экология» (1,87%)**. Несмотря на то, что за проанализированный нами промежуток времени, таких материалов было найдено немного, всё равно важно, что подобные темы поднимаются. Так, в последней категории, которая касалась экологии, можно встретить материалы с местным, но немаловажным значением: *«Мозырские экологи контролируют состояние водоохраных и водохозяйственных объектов», «13 декабря мозырянам ответят на вопросы, касающиеся экологического законодательства», «Спасем рыбу от замора. Мозырские экологи приглашают к участию в акции»* и др.

Подчеркнем, что журналисты издания практически во всех заголовках используют такие слова, как «мозырские, мозырский, мозырских, мозырянам, мозыряне» и т.д., даже если материал касается не только жителей этого города и района. На наш взгляд, это очень важно, ведь сразу делается акцент на местного читателя, интригует его, делая текст более релевантным для него. Такой подход создает близость и доверие, а также позволяет читателю лучше воспринять представленную информацию.

На втором месте по количеству материалов от общего числа находится тема **«Политики» – 18,75%**. В охваченный нами период попало такое событие, как Единый день голосования в Беларуси, поэтому категория **«Электоральные процессы»** оказалась самой большой по количеству материалов – **56,3%**, как видно из рисунка 3.1.2.



Рисунок 3.1.2 Распределение материалов на сайте газеты «Жыццё Палесся» по тематике в категории «Политика»

Отметим, что журналисты издания активно освещали и досрочное голосование, и сам день выборов. Так, материал под названием «*Единый день голосования: как правильно заполнять бюллетень | Видео*» повторялся три раза, а «*Единый день голосования: важная информация для избирателей | Видео*» – 11.

В категории «Другое» находится **19,33%** текстов, где речь идет, например, о международной политике. Также **12,61%** составляют публикации с темой «**Идеология**». Пример – «*Денис Езерский провел «Зачетный разговор» со студентами мозырского вуза*», где председатель комитета идеологической работы общался с молодежью.

Чуть меньше процентов (**11,76%**) набрала категория «**Политических институтов**», например, «*Коммунисты Мозырищины активно участвуют в общественно-политической жизни региона*», «*Оргкомитет по подготовке и проведению ВНС создан в Беларуси*».

На третьем месте по числу публикаций расположилась тема «**Экономики**» – **8,12%**. Больше всего подняты «**Общие вопросы экономического развития**» – **27,18%**, а далее идет тема «**Промышленности**» – **21,36%**, что видно из рисунка 3.1.3.



Рисунок 3.1.3 Распределение материалов на сайте газеты «Жыццё Палесся» по тематике в категории «Экономика»

Стоит отметить, что на Мозырщине достаточно большое количество государственных промышленных организаций. Например, на сайте газеты регулярно публикуются материалы, связанные с местным

нефтеперерабатывающим заводом (*«На Мозырском НПЗ будут производить полипропилен. Для Беларуси это уникально»*), заводом по производству поваренной соли (*«Не бояться совершенства! Мозырские солевики – о главных принципах своей работы»*) и т.д.

Следующие категории в сфере экономики по количеству публикаций распределились следующим образом: **«Торговля и сфера услуг» (16,5%)**, **«Сельское хозяйство» (12,62%)**, **«Транспорт» (11,65%)**, **«Строительство» (5,83%)**, а также **«Банковская система» (4,85%)**. Часто материалы подобного плана достаточно громоздкие, так как они могут касаться и законодательной части, но журналисты издания пытаются их сокращать и переписывать «простым языком». Также хорошим примером материала про строительство может стать интервью *«Что, где, когда будет строиться в Мозыре в 2024 году»*, где специалисту задают прямые вопросы: *«Частый вопрос из городских интернет-наблюдателей: почему строятся торговые центры вместо больниц и поликлиник?»*; *«Когда мы разместили на сайте газеты план застройки части города, было много претензий, что возле поликлиники парковка только на 17 машино-мест...почему?»* и т.д. Таким образом, можно отметить, что журналисты проявляют высокий профессионализм и стремятся делать материалы по экономике более понятными, злободневными и интересными для широкой местной аудитории.

Далее по количеству публикаций от общего числа находится такая тема, как **«Другое»** (например, метеопрогноз) – 7,41%. Отметим, что здесь все просмотренные нами публикации связаны с прогнозами погоды. Затем расположилась **«Реклама»** – 1,89% и **«Городская афиша» (0,47%)**, что видно из *рисунка 3.1.4*.

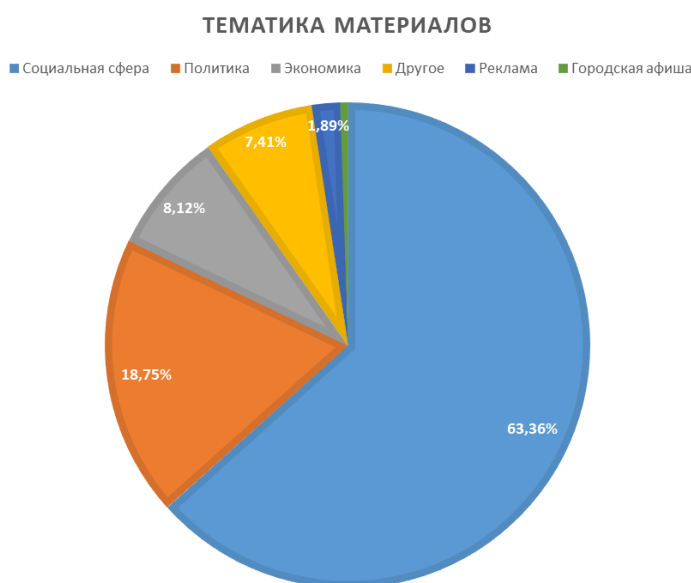


Рисунок 3.1.4 Распределение материалов на сайте газеты «Жыццё Палесся» по тематикам

Также добавим, что среди 1269 публикаций не было найдено материалов, которые бы касались темы «**Развлечений**» (гороскоп и т.д.).

Кроме того, согласно программе контент-анализа мы выделили количество материалов, которые имели **привязку к региону газеты** (району, городу, области и т.д.), а также же к ее жителям. Так, из 1269 публикаций такими оказались **818 текстов (64,46%)**. На наш взгляд, это очень хороший показатель, потому что для региональных изданий очень важен и востребован процент уникальных и локальных материалов. Для сайта также важно наличие собственной информации, а не копирование ее из других источников. Ведь это повышает шанс получить больше просмотров и читателей.

3.2 Жанровое разнообразие материалов

Как отмечает А.А. Градюшко, «под жанрами в теории журналистики понимают устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками. Понятие «жанр» происходит от французского слова *genre*, что в дословном переводе означает «род, вид». В белорусской и российской журналистике основательно разработана теория жанров, существуют различные их классификации, а каждый жанр описывается рядом признаков. В последнее время наблюдается тенденция к трансформации жанров, что в первую очередь обусловлено цифровизацией» [8, с. 47].

Мы согласны с тем, что в современной интернет-журналистике наблюдается тенденция к смешению и слиянию традиционных жанров журналистики. В публикациях в сети часто можно найти элементы репортажа, очерка, фельетона и других жанров. Однако специфические черты веб-репортажа или веб-фельетона до сих пор представляют собой проблему для идентификации.

Анализируя жанровое разнообразие материалов, размещаемых на сайте газеты «Жыццё Палесся», мы учитывали и классификацию жанров, которые используются при создании контента. Распределение по жанрам позволит выявить тенденции и определить направления для дальнейшего осмысления.

Наибольшее количество материалов (**64,74%**) написаны в жанре **заметка** или же **расширенная заметка**, что видно на *рисунке 3.2.1*. Это не удивительно, ведь для интернет-ресурса – это самый подходящий вариант. Короткие тексты легче воспринимаются, а благодаря разбивке («воздуху» между небольшими абзацами) читатель может быстро прочитать

интересующую его информацию. Сокращенный объем текста также позволяет уловить ключевые моменты и основные идеи, минимизируя потерю внимания и утомление.

Отметим, что этот жанр охватывает практически все тематические сферы общества: духовную, политическую, экономическую, социальную и другие.



Рисунок 3.2.1 Распределение материалов на сайте газеты
«Жыццё Палесся» по жанрам

Также тексты, которые готовят сотрудники различных учреждений и организаций, играют значительную роль в формировании контента сайта районной газеты. Например, важное место занимают материалы, предоставленные руководителями районных объединений профсоюзов, председателями районных комитетов, представителями школ, ГАИ и РОВД.

В некоторых текстах содержится информация о различных изменениях в законодательстве, включая подписание указов и постановлений. Они также включают криминальные сведения, статистические данные, отчеты о результатах проверок и другую подобную информацию. Эти публикации, расположенные на сайте, представляют собой либо перепечатку официальных документов, выпущенных государственными органами, либо представлены в виде информации, представленной от имени эксперта или специалиста в определенной области. Такие тексты представляют собой официально-деловую информацию, но в переработанной форме.

Далее по количеству материалов идет такой информационный жанр, как **репортаж (21,45%)**. Журналисты издания посещают многие городские, школьные, спортивные, политические и другие мероприятия.

Хорошими примерами публикаций, подготовленных в этом жанре могут послужить, например, материалы: *«Узнали, как осуществляется торговое обслуживание жителей отдаленных населенных пунктов Мозырского района»* и *«Жители бульвара Юности в Мозыре пишут: пропала вода. Выехали на место и узнали, что случилось»*. Журналисты приехали, осветили обе ситуации, пообщались с людьми, показали проблему/положительную сторону в фотографиях. На наш взгляд, такие публикации очень важны, ведь это показатель «социально эффекта»: сколько решилось проблем благодаря материалам журналистов, кому они смогли помочь.

Третье место занимает **аналитическая статья** или же **авторская колонка (4,26%)**, которую журналисты переносят со страниц газет, не меняя заголовок. Эти материалы выходят под рубрикой «News блог». Здесь журналисты издания поднимают множество волнующих тем, начиная от политики, и заканчивая местными происшествиями. Например, текст с названием *«Ступени риска»* затрагивает такую тему, как отсутствие ответственных за уборку и уход за лестницами в городе во время гололеда. Автор призывает: *«Требуется найти ответственных за вышеуказанные лестничные объекты, для начала объяснив, а то вдруг люди не в курсе, что они тоже входят в зону уборочной ответственности конкретных лиц или организаций»*. Также он поднимает тему луж и ям в районе.

Часто поднимаются злободневные темы: катание на тюбингах с помощью автомобиля (*«Опасная забава»*), неправильное использование фар в темное время суток (*«Сергей Боровик: «Одни светят, другие слепят»*). Добавим, что в аналитических материалах, которые касаются местной тематики, часто приводятся в пример законодательные аспекты.

В материале *«Их демократия миру не нужна»* журналист поднимает тему избирательной кампании в Украине, Беларуси и Сербии. Там видна определенная позиция автора, которая касается политической ситуации в указанных странах.

На четвертом месте находится такой жанр, как **интервью – 4,1%**. Редакция издания общается с абсолютно разными людьми, создавая разнообразие главных героев. Например, *«Какие дома нужны Мозырю? О развитии градостроения – в интервью с главным проектировщиком города»* здесь главный герой, как видно из заголовка, главный проектировщик Мозыря; *««Славия-Мозырь» начала подготовку к сезону. Интервью с тренером команды Иваном Биончиком»* – тренер знаменитой местной

футбольной команды; *«Есть что вспомнить, но трудно рассказать. Интервью с мозырянином Василием Туровцом – ветераном войны в Афганистане»*, где главный герой – воин-интернационалист. Также есть интервью с семейными парами, ветеранами и людьми с творческой профессией.

На пятом месте располагается такой жанр, как **«Комментарий»** – **3,53%**. В подобных текстах журналисты брали комментарий у сотрудников различных предприятий (*«Не бояться совершенства! Мозырские солевики – о главных принципах своей работы»*), а также опрашивали детей из садовиков и школ, людей разных профессий на многие актуальные темы (*«Кто наряжается только раз в году? Мозырские дошкольники размышляют на новогодние темы»*, *«Чем вы любите заниматься зимой? Спросили у мозырян»*, *««Открыто и по делу». Мозыряне – о своих впечатлениях о программах кандидатов в депутаты»*).

Не так часто встречаются **«Официальные документы»** – **1,12%**. Например, *«В Беларуси утверждена национальная рамка квалификаций»*, а также жанр **«Фоторепортажа»** – **0,8%**. Последний мы специально вынесли в отдельную категорию, потому что считаем, что подобный формат является очень актуальным и хорошо просматриваемым. Отметим, что мы не нашли на сайте газеты «Жыццё Палесся» очерков, фельетонов и памфлетов – художественно-публицистических жанров.

Таким образом, можно сделать вывод, что на сайте газеты «Жыццё Палесся» лидирует группа **информационных жанров** – заметки, репортажи, интервью – (порядка **91%**), а далее располагаются **аналитические жанры** (около **8%**), что видно из рисунка 3.2.2.

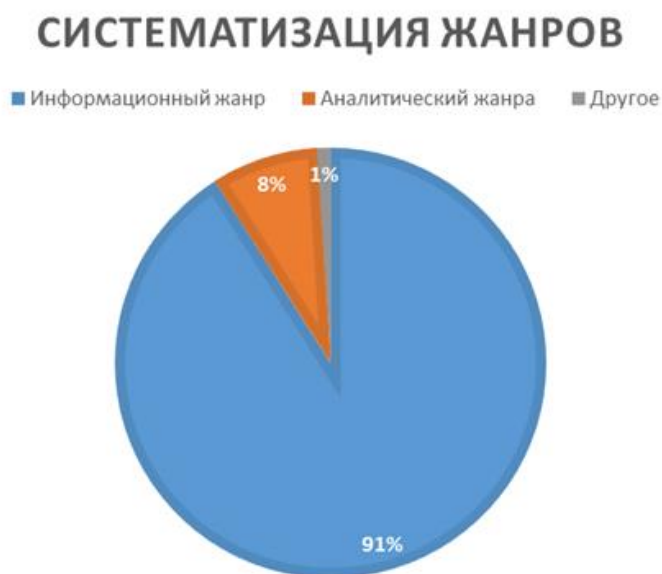


Рисунок 3.2.2 Распределение жанров на сайте газеты «Жыццё Палесся»

Полученные данные полностью подтверждают вывод о том, что в современных условиях развития журналистики наблюдается увеличение популярности информационных жанров, что обусловлено быстрым темпом жизни, постоянным потоком информации и активным интересом читателей к текущим событиям. В связи с этим доля аналитических жанров снижается. Такое распределение жанров на сайте газеты «Жыццё Палесся» отражает актуальные тренды в журналистике и ориентацию издания на удовлетворение информационных потребностей читателей.

3.3 Рекомендации по совершенствованию жанрово-тематической модели сайта «Жыццё Палесся»

Проведя контент-анализ публикаций сайта газеты «Жыццё Палесся», мы выяснили, что издание является достаточно универсальным по тематике, так как затрагивает многие аспекты жизни своего региона. На нем нет огромного потока новостей. За проанализированный нами период времени там ежедневно выходило в среднем по 15 публикаций, а в некоторые дни – около 30. На наш взгляд, это достаточно неплохой показатель, особенно если учитывать тот факт, что большая часть публикаций касается региона газеты, т.е. – это оригинальный контент издания.

Также его редакция имеет тематическую структуру, которая соответствует многим газетам. Однако часть опубликованных материалов не соответствует одному из главных критериев журналистики – они не вызывают сильных эмоций. Часто здесь публикуются тексты, связанные с деятельностью местных властей, работой транспорта, советами по безопасности, спортом и т.д. И несмотря на то, что темы, действительно, являются важными, сайт упускает другие направления, которые также интересуют читателей – развлечения, больше материалов по интересам и т.п.

Тексты про происшествия или же с волнующим подтекстом, заставляют читателя переживать, их темы передаются от одного человека к другому. Таким образом получается, что материалы издания обсуждаются, выносятся в социальные сети, где люди выражают личное мнение, критикуют или возражают. На наш взгляд, подобного не хватает сайту газеты.

Также добавим, что в самой популярном тематическом блоке на сайте – социальной сфере – не так много внимания уделяется искусству и науке. Журналисты издания могут принять во внимание это наблюдение и подумать о возможности расширения своего освещения в этих областях.

Искусство является важной составляющей культурной жизни общества. Оно воплощает творческий потенциал людей и способствует их эмоциональному, духовному развитию. Рассказывать о различных художественных событиях, выставках, концертах и творческих достижениях местных художников может позволить читателям более полно и глубоко погрузиться в мир искусства.

Наука – двигатель прогресса и развития общества. Она вносит большой вклад в различные сферы жизни, включая медицину, технологии, экологию. Отражение научных достижений, исследований и открытий на сайте газеты может помочь распространить знания и привлечь внимание к важности научного развития.

Расширение освещения искусства и науки позволит читателям получить более полное представление о культурной и интеллектуальной жизни района, а также поддержит развитие и продвижение искусства и науки в обществе.

Также добавим, что, несмотря на то, что сайт газеты делает акцент на новостной повестке региона, на нем практически полностью отсутствуют международная повестка. Ее включение может быть полезным дополнением, позволяющим читателям получить информацию о событиях в мире.

На международной арене происходят множество событий, которые оказывают влияние на глобальную политику, экономику и социальные процессы. Отражение таких событий на сайте может помочь читателям лучше понять и оценить их влияние на региональную и национальную ситуацию. Это также позволит расширить горизонты читателей и предоставить им более широкую и всестороннюю информацию.

Включение международной повестки дня может включать новости о международных соглашениях, конфликтах, экономических связях, культурном обмене и других аспектах международных отношений. Это также может включать интервью с экспертами и аналитиками, которые могут пролить свет на мировые события и их последствия.

При этом мы не можем не отметить, что издание старается охватить все важные аспекты жизни региона. Журналисты не навязывают поток огромного количества текстов про решения нерегионального значения в сфере политики, экономики, а также промышленности. Они публикуют материалы, которые могут помочь именно жителю региона. Как мы писали ранее, в заголовках работники редакции акцентируют внимание на принадлежность читателя к району. Это позволяет журналистам издания установить эмоциональную связь с аудиторией и сделать информацию более доступной и понятной. Это также помогает создать более тесное и

доверительное отношение между журналистами и читателями, поскольку последние видят, что их интересы и потребности учитываются.

Таким образом, на наш взгляд, сотрудники редакции нацелены на предоставление информации, которая будет интересна и релевантна для читателей.

В связи с тем, что с каждым годом в журналистике появляется всё больше различных технологий и способов удержания читателей на интернет-ресурсах, региональные издания не должны оставаться в стороне. Также можно рассматривать специфическую схему построения заголовков как одну из жанровых особенностей веб-журналистики. И «Жыццё Палесся» не является противником новых тенденций. Мы отметим, что журналисты очень грамотно выносят темы в заголовки, например, *«Белорусское общество охотников и рыболовов проходит реструктуризацию: что изменится в работе»*, *«Как на Мозырищине будет развиваться проект «Здоровые города и поселки», обсудили на рабочем совещании»*, *«Служба «одно окно» в Мозырском районе. С каким вопросом можно обратиться?»* – и это лишь малая часть грамотно выстроенных заголовков для интернет-издания. Также отметим, что заголовки для веб-версии текста специально адаптируются. Пример: на сайте так – *«На Мозырском НПЗ будут производить полипропилен. Для Беларуси это уникально»*, а так в газете – *«По законам совершенствования»*.

Однако встречались такие заголовки, в которых были грамматические ошибки: *«Не ходите под крышами! Из-за падение снега со льдом 4 человека пострадало и 1 погиб»*, *«В предверии Международного дня памяти жертв Холокоста в Прудковской средней школе провели Вахту памяти»*.

Если говорить о жанрах, то читатели не придают особого значения тому, что они читают: заметку или репортаж. Граница и градация жанров в подобной среде размываются. И несмотря на то, что информационная категория жанров действительно пользуется большим спросом у читателей сайтов, на наш взгляд, на сайте издания «Жыццё Палесся» недостаточно представлены аналитические жанры (где подробно и четко разъясняется проблема, выстраиваются причинно-следственные связи), рекомендации и подборки. Включение этих жанров на цифровой платформе газеты позволит более полно и разнообразно удовлетворить потребности пользователей, привлечь новых читателей.

Также не хватает материалов с критикой. Критика является важной составляющей журналистики, позволяющей анализировать и оценивать различные аспекты общества, политики, культуры и других сфер. Она способствует разнообразию мнений, стимулирует дискуссии, а самое главное – помогает решать проблемы. Такие материалы могут стать

полезным дополнением. Критические статьи позволяют представить различные точки зрения и аргументы, анализировать проблемы и недостатки, а также обратить внимание на необходимость изменений и улучшений.

Также мы бы посоветовали изданию добавлять больше фотографий в свои тексты.

Выводы по главе 3

1. Контент-анализ 1269 материалов, опубликованных за период с 01.12.2023 г. по 29.02.2024 г., позволил выявить, что социальная сфера – это наиболее актуальное тематическое направление сайта «Жыццё Палесся». Она составила 63,36% от общего числа публикаций. Это объясняется тем, что данная сфера – это ключевая область жизни человека, которая связана со здравоохранением, правом, образованием, спортом и не только.

В этом тематическом блоке по количеству материалов лидирует такая тематика, как «Другое» – 24,75%. Туда мы отнесли материалы, которые, например, касались расписания транспорта и др. На втором месте находится «Безопасность/Право» (15,55%) – публикации про деятельность МЧС и правоохранительных органов. На третьем – «Социальное обеспечение» (13,18%). Журналисты издания активно освещают тему помощи местным детским домам и интернатам, а также поднимают вопросы буллинга, пагубных зависимостей и защиты прав детей. Также поднимаются темы жилья, трудоустройства, льгот, коммунального обеспечения и т.д. На четвертом и пятом месте в равном количестве находятся «Образование» и «Спорт» – 8,46%. На шестом – «История» (7,09%). Отметим, что в этих материалах часто идет речь именно об истории региона или о судьбах местных жителей в контексте развития региона. На седьмом месте – «Здравоохранение» (5,22%), на восьмом – «Материалы по интересам» (3,23%). Отметим, что для последней категории этого недостаточно, потому что подобные тексты достаточно часто набирают много просмотров – они интересны читателям.

Далее идут такие темы, как «Молодежь» (2,99%), «Искусство и культура» (2,49%) и «СМИ» (2,36%), «Население» (2,24%) (рождаемость, демографический состав и т.п.), «Наука и технологии» (2,11%), а также «Экология» (1,87%).

На втором месте по количеству материалов от общего числа находится тема «Политики» – 18,75%. В этом тематическом блоке самое большое количество материалов занимает такая тема, как «Электоральные процессы» – 56,3%. Журналисты сайта активно освещали электоральную кампанию-2024. Для этого они использовали и видеоформаты. Далее идет

категория «Другое» (19,33%), куда мы относили материалы, например, о международной политике. Также 12,61% составляют публикации с темой «Идеология, а категория «Политические институты» составила 11,76%.

На третьем месте по числу публикаций идет тема «Экономики» – 8,12%. Больше всего подняты «Общие вопросы экономического развития» – 27,18%, после – «Промышленность» (21,36%). На сайте газеты регулярно публикуются материалы, связанные с деятельностью предприятий местного производства. Далее категории в сфере экономики по количеству публикаций распределились следующим образом: «Торговля и сфера услуг» (16,5%), «Сельское хозяйство» (12,62%), «Транспорт» (11,65%), «Строительство» (5,83%), а также «Банковская система» (4,85%).

Стоит отметить, что журналисты издания пишут экономические материалы так, чтобы они были более понятными, злободневными и интересными для местной аудитории.

На четвертом месте по количеству публикаций от общего числа находится тема «Другое» (7,41%) – прежде всего, она касается метеопрогноза. На пятом месте – «Реклама» (1,89%), на шестом – «Городская афиша» (0,47%). Важно отметить, что в проведенном нами контент-анализе не было найдено материалов, которые бы касались темы «Развлечений». Также привязку к региону газеты имели 818 (64,46%) текстов из 1269.

2. В современной интернет-журналистике наблюдается тенденция к смешению и слиянию традиционных жанров журналистики. Изучение материалов сайта «Жыццё Палесся» показал, что наибольшее количество публикаций (64,74%) подготовлено в жанре заметка или расширенная заметка. Это объясняется тем, что это самый подходящий вариант для интернет-изданий. Далее по количеству материалов идет такой жанр, как репортаж (21,45%). В жанре аналитическая статья или же авторская колонка (4,26%) журналисты сайта поднимают многие темы: политику, коммунальное хозяйство, местные происшествия и т.д. После идут «Интервью» (4,1%), «Комментарий» (3,53%), «Официальные документы» (1,12%), а также «Фоторепортаж» – 0,8%.

Таким образом получается, что на сайте газеты «Жыццё Палесся» больше всего публикаций, подготовленных в информационных жанрах – заметки, репортажи, интервью (порядка 91%), а после идут аналитические жанры (около 8%). Отметим, что это связано с быстрым темпом жизни и большим потоком информации, из-за чего меняются и условия развития журналистики.

3. После проведенного исследования мы можем предложить некоторые рекомендации, которые позволят усовершенствовать жанрово-тематическую модель сайта газеты «Жыццё Палесся». Например, добавить больше

материалов о международной повестке, которые будут написаны в аналитических жанрах. Подобные тексты, где подробно и четко разъясняется проблема или определенная политическая ситуация в странах, могут привлечь новых читателей и заинтересовать уже имеющуюся аудиторию.

Также для разнообразия контента и привлечения большего количества пользователей рекомендуется включить развлекательные материалы, рекомендации, подборки и материалы с критикой. Это позволит более полно и разнообразно удовлетворить потребности читателей и предоставить им различные точки зрения на обсуждаемые темы.

Мы также хотим отметить, что, на наш взгляд, для регионального сайта важно писать и таким образом поддерживать местную науку и искусство. Широкое освещение этих тем позволит читателям получить более полное представление о культурной и интеллектуальной жизни района, а также поддержит развитие и продвижение этих направлений в обществе. Также добавление большего количества фотографий в материалах будет полезным дополнением, поскольку визуальные материалы могут притянуть внимание читателей и сделать контент более привлекательным и наглядным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, цель данной дипломной работы – выявление особенностей жанрово-тематической модели сайта районной газеты «Жыццё Палесся» – достигнута. В ходе исследования мы проследили за процессом становления районных газет как массовых изданий; исследовали газету «Жыццё Палесся» как сегмент информационного пространства Республики Беларусь; рассмотрели особенности функционирования районных газет в условиях конвергенции; охарактеризовали контент районного издания в цифровой среде; определили тематические приоритеты издания «Жыццё Палесся»; изучили жанровое разнообразие материалов; разработали рекомендации по совершенствованию жанрово-тематической модели сайта «Жыццё Палесся».

В результате можно сделать следующие выводы:

1) В период с 1931 г. по 1941 г. в БССР происходило активное формирование сети районных газет. С каждым годом их количество увеличилось. Многие из этих изданий существуют и сегодня. В 1938 году произошли изменения в структуре административного деления Беларуси, в результате чего многие районные газеты были преобразованы в областные издания. В послевоенный период в БССР издавалось уже около 250 периодических изданий, включая и районные газеты.

Вторая половина 1980-х гг. характеризуется как начало эпохи демократизации советского общества и глобальных политических преобразований. В этот период в развитии белорусских СМИ произошли значительные изменения, связанные с процессом демократизации общественной жизни и всех общественно-политических институтов. На законодательном уровне были утверждены новые правовые нормы, которые оказали влияние на дальнейшее функционирование СМИ, в том числе на региональные издания.

В 1990-е годы произошли значительные изменения в названиях районных газет. Также в этот период многочисленные издания столкнулись с финансовыми трудностями. Это приводило к тому, что редакции не могли себе позволить содержать большие штаты, им приходилось сокращать число сотрудников. Но при этом в стране не была закрыта ни одна из 118 региональных газет.

В начале нового века система СМИ Республики Беларусь достигла стабильности в своем функционировании. За последние несколько десятков лет наблюдается устойчивая тенденция роста интереса населения к районным

изданиям. На 1 марта 2024 года в нашей республике зарегистрировано 916 печатных СМИ, из которых около 150 – региональные СМИ.

2) Газета «Жыццё Полесся», которая за время своего существования поменяла 7 названий, начала издаваться в мае 1921 года в Мозыре. В 1933 году общий тираж районной газеты «Калгаснік Мазыршчыны» составлял 4900 экземпляров. После административно-территориальной реформы в БССР 1938 г., которая предусматривала образование новых территориальных единиц – областей, некоторые районные газеты были преобразованы в областные. Среди них была также и газета Мозырщины. В период Великой Отечественной войны в 1943 году областная газета «Большевик Полесся» регулярно выходила средним тиражом 500 экз. Она играла важную роль в информационной и политической работе среди партизан и населения области во время Второй мировой войны. Ее распространение охватывало различные районы области. В послевоенный период газета отражала повседневную жизнь района и города.

На данный момент районное издание «Жыццё Полесся» выходит форматом А3 на белорусском, а также русском языках три раза в неделю: во вторник, четверг и субботу. Тираж одной газеты составляет примерно 6400 экземпляров, в неделю – до 20 000. В среднем в неделю выходит около 44 полос. Сегодня «Жыццё Полесся» – одна самых из крупных газет в Гомельской области.

3) В современном медиапространстве Беларуси возникновение в середине 2010-х гг. онлайн-версий крупных печатных изданий привело к существенной трансформации системы региональных средств массовой информации. Сегодня практически все государственные газеты, представленные на уровне областей, городов и районов, имеют собственные веб-сайты.

Стоит отметить, что процесс конвергенции – слияние и сближение различных средств массовой информации на базе одной редакции – в каждом регионе уникален. Всё зависит от самих редакций: количества сотрудников и имеющихся у журналистов необходимых навыков.

Конвергенцию в белорусских СМИ можно поделить на два типа. В первом случае всё управление контентом на сайте и в социальных сетях возлагается на специализированных сотрудников, а во втором – данные обязанности распределяются между всеми журналистами редакции, где один и тот же человек может создать контент для всех платформ, в том числе и для печатной версии издания. Важно добавить, что медиаконвергенция требует от журналистов того, чтобы они владели определенными навыками: умением адаптировать заголовки и контент для различных цифровых платформ; производить материалы в больших объемах, а также оперативнее, чем для

выпуска газет; умением работать с мультимедийными форматами, такими как видео, аудио, инфографика и прочее.

Если раньше региональные СМИ Беларуси публиковали на своих сайтах только неадаптированные газетные материалы, то сейчас можно отметить, что подобная тенденция практически исчезла.

Сайт газеты «Жыццё Палесся» появился в 2009 году. И сразу важно отметить, что сегодня издание активно присутствует в таких социальных сетях и мессенджерах, как Instagram, ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, TikTok и Facebook. Для этих площадок сотрудники редакции действительно «переупаковывают» свой контент – ежедневно публикуют достаточно большое количество заметок (всё сопровождается фото-, видео материалами); в постах используют специально обработанный текст (более короткий, чем для газеты); также сотрудники редакции используют возможность вставлять ссылки в тексты, которые переносят читателя на сайт, где он может ознакомиться с полным материалом и т.д. Всё это позволяет расширить аудиторию и увеличить охват новостного контента. Таким образом, можно сделать вывод, что редакция является конвергентной и смогла адаптироваться к изменениям в цифровой среде.

Посещаемость сайта газеты за период с декабря 2023 года по февраль 2024 года составила 758,6 тысяч просмотров, 530,4 тысяч визитов и 242,5 тысяч посетителей. Это свидетельствует о том, что сайт издания «Жыццё Палесся» пользуется популярностью у пользователей. Часть трафика на сайт приходит через поисковые системы, что говорит об эффективности SEO-оптимизации.

4) Региональные СМИ занимают важное место в медиапространстве Республики Беларусь. В связи с этим у них есть определенные принципы формирования контент-модели в цифровой среде. Например, важно помнить, что одной из основных задач региональных изданий является укрепление местного сообщества, а не только его информирование. Таким образом, контент делается более ориентированным и интересным для местных жителей. Также эффективность и актуальность тематически-содержательной модели районных СМИ должны формироваться с учетом актуальных проблем, с которыми сталкивается город и его население.

Контент-модель районного издания также должна строиться вокруг тем, которые касаются местного строительства, жилищно-коммунального хозяйства, инфраструктуры дорог, уровня доступности здравоохранения и образования, развлечений и мероприятий, а также культурной и спортивной инфраструктуры.

Также важно публиковать материалы, которые связаны с результатами предпринимаемых мер по той или иной проблеме, демонстрацией

потенциала региона и ценности человека как основы повышения благосостояния своего населенного пункта, района, области и государства в целом.

Контент также выполняет важную роль в создании определенного имиджа регионов и их привлекательности как для проживания, так и для инвестиций. Благодаря регулярному освещению в цифровой среде событий, происходящих в конкретных областях, районах и населенных пунктах, создается благоприятное представление о них как о местах развития, привлекательных для жизни и бизнеса. Также эффективность работы региональных СМИ в цифровой среде зависит от системной публикации материалов и их последующем распространении.

5) Контент-анализ 1269 материалов, опубликованных за период с 01.12.2023 г. по 29.02.2024 г., позволил выявить, что социальная сфера – это наиболее актуальное тематическое направление сайта «Жыщэ Палесся». Она составила 63,36% от общего числа публикаций. Это объясняется тем, что данная сфера – это ключевая область жизни человека, которая связана со здравоохранением, правом, образованием, спортом и не только.

В этом тематическом блоке по количеству материалов лидирует такая тематика, как «Другое» – 24,75%. Туда мы отнесли материалы, которые, например, касались расписания транспорта и др. На втором месте находится «Безопасность/Право» (15,55%) – публикации про деятельность МЧС и правоохранительных органов. На третьем – «Социальное обеспечение» (13,18%). Журналисты издания активно освещают тему помощи местным детским домам и интернатам, а также поднимают вопросы буллинга, пагубных зависимостей и защиты прав детей. Также поднимаются темы жилья, трудоустройства, льгот, коммунального обеспечения и т.д. На четвертом и пятом месте в равном количестве находятся «Образование» и «Спорт» – 8,46%. На шестом – «История» (7,09%). Отметим, что в этих материалах часто идет речь именно об истории региона или о судьбах местных жителей в контексте развития региона. На седьмом месте – «Здравоохранение» (5,22%), на восьмом – «Материалы по интересам» (3,23%). Отметим, что для последней категории этого недостаточно, потому что подобные тексты достаточно часто набирают много просмотров – они интересны читателям.

Далее идут такие темы, как «Молодежь» (2,99%), «Искусство и культура» (2,49%) и «СМИ» (2,36%), «Население» (2,24%) (рождаемость, демографический состав и т.п.), «Наука и технологии» (2,11%), а также «Экология» (1,87%).

На втором месте по количеству материалов от общего числа находится тема «Политики» – 18,75%. В этом тематическом блоке самое большое

количество материалов занимает такая тема, как «Электоральные процессы» – 56,3%. Журналисты сайта активно освещали электоральную кампанию-2024. Для этого они использовали и видеоформаты. Далее идет категория «Другое» (19,33%), куда мы относили материалы, например, о международной политике. Также 12,61% составляют публикации с темой «Идеология, а категория «Политические институты» составила 11,76%.

На третьем месте по числу публикаций идет тема «Экономики» – 8,12%. Больше всего подняты «Общие вопросы экономического развития» – 27,18%, после – «Промышленность» (21,36%). На сайте газеты регулярно публикуются материалы, связанные с деятельностью предприятий местного производства. Далее категории в сфере экономики по количеству публикаций распределились следующим образом: «Торговля и сфера услуг» (16,5%), «Сельское хозяйство» (12,62%), «Транспорт» (11,65%), «Строительство» (5,83%), а также «Банковская система» (4,85%).

Стоит отметить, что журналисты издания пишут экономические материалы так, чтобы они были более понятными, злободневными и интересными для местной аудитории.

На четвертом месте по количеству публикаций от общего числа находится тема «Другое» (7,41%) – прежде всего, она касается метеопрогноза. На пятом месте – «Реклама» (1,89%), на шестом – «Городская афиша» (0,47%). Важно отметить, что в проведенном нами контент-анализе не было найдено материалов, которые бы касались темы «Развлечений». Также привязку к региону газеты имели 818 (64,46%) текстов из 1269.

6) В современной интернет-журналистике наблюдается тенденция к смешению и слиянию традиционных жанров журналистики. Изучение материалов сайта «Жыццё Палесся» показал, что наибольшее количество публикаций (64,74%) подготовлено в жанре заметка или расширенная заметка. Это объясняется тем, что это самый подходящий вариант для интернет-изданий. Далее по количеству материалов идет такой жанр, как репортаж (21,45%). В жанре аналитическая статья или же авторская колонка (4,26%) журналисты сайта поднимают многие темы: политику, коммунальное хозяйство, местные происшествия и т.д. После идут «Интервью» (4,1%), «Комментарий» (3,53%), «Официальные документы» (1,12%), а также «Фоторепортаж» – 0,8%.

Таким образом получается, что на сайте газеты «Жыццё Палесся» больше всего публикаций, подготовленных в информационных жанрах – заметки, репортажи, интервью (порядка 91%), а после идут аналитические жанры (около 8%). Отметим, что это связано с быстрым темпом жизни и большим потоком информации, из-за чего меняются и условия развития журналистики.

7) После проведенного исследования мы можем предложить некоторые рекомендации, которые позволят усовершенствовать жанрово-тематическую модель сайта газеты «Жыццё Палесся». Например, добавить больше материалов о международной повестке, которые будут написаны в аналитических жанрах. Подобные тексты, где подробно и четко разъясняется проблема или определенная политическая ситуация в странах, могут привлечь новых читателей и заинтересовать уже имеющуюся аудиторию.

Также для разнообразия контента и привлечения большего количества пользователей рекомендуется включить развлекательные материалы, рекомендации, подборки и материалы с критикой. Это позволит более полно и разнообразно удовлетворить потребности читателей и предоставить им различные точки зрения на обсуждаемые темы.

Мы также хотим отметить, что, на наш взгляд, для регионального сайта важно писать и таким образом поддерживать местную науку и искусство. Широкое освещение этих тем позволит читателям получить более полное представление о культурной и интеллектуальной жизни района, а также поддержит развитие и продвижение этих направлений в обществе. Также добавление большего количества фотографий в материалах будет полезным дополнением, поскольку визуальные материалы могут притянуть внимание читателей и сделать контент более привлекательным и наглядным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амзин, А. А. Интернет-журналистика: Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / А. А. Амзин. – М. : Изд-во АСТ, 2020. – 400 с.
2. Баранова, Е. А. Медиаконвергенция как системаобразующий фактор трансформации института СМИ : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Е. А. баранова ; Российский университет дружбы народов. – М., 2019. – 30 с.
3. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика / Е.А. Баранова // Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 269 с.
4. Вартанова, Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ ? / Е.Л. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11–14.
5. Воробьев, В. П. Востребованность региональных медиа: природа локальной информации / В. П. Воробьев // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы [Электронны рэсурс] : матэрыялы III Рэсп. навук.-практ. канф., Мінск, 24 чэрв. 2021 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2021. – С. 37-43.
6. Воробьев, В. П. Функциональные ресурсы региональной прессы / В. П. Воробьев // Веснік БДУ. Сер.4 Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2006. – №3. – С. 115–120.
7. Градюшко, А. А. Региональные медиа в цифровой среде / А. А. Градюшко. – . Минск : Звязда, 2020. – 184 с.
8. Градюшко, А. А. Цифровая журналистика : пособие / А. А. Градюшко. – . Минск : БГУ, 2021. – 171 с.
9. Градюшко, А.А. Жанрово-стилистические особенности новостной веб-журналистики [Электронный ресурс] / А.А. Градюшко // Веснік МДПУ імя І. П. Шамякіна. – 2014. – №3 (44). – С. 114–118.
10. Градюшко, А.А. Медиа-конвергенция в традиционных СМИ / А.А. Градюшко // Журналістыка - 2007 : надзённыя праблемы, перспектывы : матэрыялы 9 Міжнар. навук.-практ. канферэнцыі, [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.
11. Давлетшина, С.Р. «Новые медиа» и тенденции развития мультимедийных жанров [Электронный ресурс] / С.Р. Давлетшина // Актуальные вопросы

- современной филологии и журналистики. – 2017. – №2 (25). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-tendentsii-razvitiya-multimediynyh-zhanrov>. – Дата доступа: 27.03.2024.
12. Дарашчонак, П. Л. Станаўленне раённых газет як масавай перыёдыкі (1930-1935) / П. Л. Дарашчонак // Рэгіянальная прэса: традыцыі, вопыт, перспектывы. Матэрыялы Рэспубліканскай навукова-практычнай канфэрэнцыі/ Рэкал.: С.В. Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2007. – С. 31–33.
 13. Дарашчонак, П. Л., Ражанец, В.У. Рэарганізацыя дзейнасці мясцовага выдання ў постсавецкі перыяд / П. Л. Дарашчонак, В.У. Ражанец // Рэгіянальныя СМІ ў сучаснай інфармацыйнай прасторы: матэрыялы Рэсп. навук.-практ. Сямінара, 2–3 чэрв. 2011 г., Мінск/рэдкал. : С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2011. – С. 29–37.
 14. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метадыч. комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020. – 1 электрон. апт. дыск (CD-ROM). – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream>. – Дата доступа: 27.03.2024.
 15. Заседание в Мозырском РИК [Электронный ресурс]. – Режим доступа. —: <https://www.mazyr.by/2021/07/v-szhatye-sroki-bez-poter-zasedanie-v-mozyrskom-rik/> – Дата доступа 14.03.2024.
 16. 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.
 17. Зуева, Г. С. Интернет-журналистика и онлайн-медиа : учеб.-метод. пособие / Г. С. Зуева. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2012. – 92 с.
 18. Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Е. Л. Вартанова [и др.]. – М. : МедиаМир, 2017. – 160 с.
 19. Интернет-СМИ : теория и практика : учеб. пособие для студ. вузов / А. О. Алексеева [и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2013. – 348 с.
 20. Ким, М. Н. Основы теории журналистики : учеб. пособие / М. Н. Ким. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
 21. Колесниченко, А.В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ / А.В. Колесниченко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2018. – № 1. – С. 26–42.
 22. Колесниченко, А.В. Эволюция медийных текстов в интернет-эпоху / А.В. Колесниченко // Актуальные проблемы медиаисследований. – 2015. – С. 87–88.

23. Копылов, О. В. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / О. В. Копылов; на ур. рук. В. Д. Мансурова; Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2013. – 19 с.
24. Коршук, В. В. Региональный имидж Беларуси в средствах массовой информации / В. В. Коршук // Журн. БГУ. Журналистика. Педагогика. – 2018. – №1. – С. 42–55.
25. Красовская, Е. В. Основные подходы к определению понятия «региональная пресса» / Е. В. Красовская // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 95-годдзю БДУ (10–11 лістапада 2016 г., Мінск) / БДУ, Інстытут журналістыкі; рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 18. – Мінск : БДУ, 2016. – С. 15–19.
26. Лозовский, Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2007. – 94 с.
27. 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.
28. Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика : профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учеб. пособие / Е. В. Олешко ; науч. ред. Б. Н. Лозовский. – 2-е ид., стер. – М. : ФЛИНТА ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 128 с.
29. Памяць : гісторыка-дакументальныя хронікі гарадоў і раёнаў Беларусі : Мазыр і Мазырскі раён . – Мінск : Мастацкая літаратура, 1997. – С. 163 – 497.
30. Перцов о работе в новых форматах: центральные СМИ держат руку на пульсе, региональные пока уступают [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/pertsov-o-rabote-v-novyh-formatah-tsentralnye-smi-derzhat-ruku-na-pulse-regionalnye-poka-ustupajut-605387-2023/> – Дата доступа 14.03.2024.
31. Прахарэня, М. В. Рэгіянальныя медыя як фактар забеспячэння ўстойлівага развіцця грамадства / М. В. Прахарэня // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / БГУ, Институт журналистики, каф. медиалогии и веб-журналистики; под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – С. 163–167.
32. 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. навука.-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.
33. Регионы Беларуси : энциклопедия. В 7 т. Т. 3. Гомельская область. В 2 кн. Кн. 1/ ред. кол. : Т.В. Белова (гл. Ред.) [и др.]. – Минск : Беларус. Энцыкл. імя П. Броўкі, 2012. – 400 с.
34. Слука, А. Г. Беларуская журналістыка : падручнік / А. Г. Слука. – Мінск : БДУ, 2011. – 411 с.
35. Статистика: Сведения о средствах массовой информации на 1 марта 2024 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/activities/statisticheskii/> Дата доступа 14.03.2024.
36. Стральцоў, Б. В. Публіцыстыка. Жанры. Майстэрства / Б.В. Стральцоў. – Мінск: Выд-ва Беларус. дзярж. ун-та, 1977. – 334 с.
37. Тертычний, А.А. Вопросы о классификации жанров современных СМИ / А. Тертычный // Журналістыка – 2016: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 95-годдзю БДУ ; рэдкал.: С.В. Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2016. – С. 117–120.
38. Удалова, Т. В. Конвергентная редакция как новый тип редакции для СМИ Амурской области / Т. В. Удалова, В. А. Варда // Вестн. Амур. гос. ун-та. сер. гуманитар. науки. – 2012. – № 56. – С. 17–24.
39. Фрольцова, Н. Профессиональная культура журналиста / Н. Фрольцова // Журналістыка – 2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук-практ. канф., прысвеч. 95-годдзю БДУ, Мінск, 10–11 лістап. 2016 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2016. – С. 44–46.
40. Хелемендик, В. С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // Проблемы современного образования. – 2013. – № 3. – С. 106–123.