

## КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ ГАЗЕТЫ «ВИТЕБСКИЕ ВЕСТИ» В СОВРЕМЕННОМ СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

*С. Л. Нарейко*

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

В статье анализируется современное состояние контент-стратегий областной газеты «Витебские вести». Автор рассматривает имеющиеся цифровые формы работы редакции, сравнивает опыт издания газеты с опытом других белорусских СМИ, приводит официальные данные по просмотрам сайтов и мессенджеров издания, дает рекомендации по усовершенствованию использования контент-стратегий в будущем.

**Ключевые слова:** региональная газета; сетевые ресурсы; жанры статей; взаимодействие с читателем; ссылки; продвижение контента; авторские колонки.

## КАНТЭНТ-СТРАТЭГІІ ГАЗЕТЫ «ВІЦЕБСКІЯ ВЕСЦІ» Ў СУЧАСНАЙ СЕТКАВАЙ ПРАСТОРАЎ

*С. Л. Нарэйка*

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,  
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,  
NareikoSL@bsu.by*

У артыкуле аналізуецца сучасны стан кантэнт-стратэгіі абласной газеты «Віцебскія весці». Аўтар разглядае наяўныя лічбавыя формы працы рэдакцыі, параўноўвае вопыт выдання газеты з вопытам іншых беларускіх СМІ, прыводзіць афіцыйныя звесткі па праглядах сайтаў і месенджараў выдання, дае рэкамендацыі па ўдасканаленні выкарыстання кантэнт-стратэгіі у будучыні.

**Ключавыя словы:** рэгіянальная газета; сеткавыя рэсурсы; жанры артыкулаў; узаемадзеянне з чытачом; спасылкі; прасоўванне кантэнт-аўтарскія калонкі.

Региональная газета «Витебские вести» возникла в результате реорганизации двух областных газет «Витебский рабочий» и «Народное слово» 1 июля 2013 г. Учредителем издания стал Витебский областной исполнительный комитет. Поменялась не только концепция издания, но и газета вошла в цифровую эпоху, когда важной задачей стало не только создания цифрового архива номеров газет, но и создание и продвижение нового вида контента – электронных статей, с новыми характеристиками – как дизайном оформления, так и симультанностью, доступностью к обсуждению и диалогу с редакцией и авторами контента.

Эти новые условия существования издания потребовали и реорганизацию работы редакции и новые кадровые решения. Так, более десяти лет тому назад появился кроме традиционных отделов политики, экономики, социальных проблем и отдел интернет-ресурсов. Возглавляет газету с 22 марта 2024 г. Наталья Камлева [1].

В последнее время по информации портала DigitalGovBy сайт газеты «Витебские вести» устойчиво входит по количеству просмотров и визитов в 10-ку лидеров по республике. По последним данным с этого сайта (июнь 2025 года) количество просмотров составило 449, уникальных визитов 412 (рис. 1, 2).

#### ТОП-20 САЙТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ ПРОСМОТРЫ СТРАНИЦ

ИЮНЬ  
2025

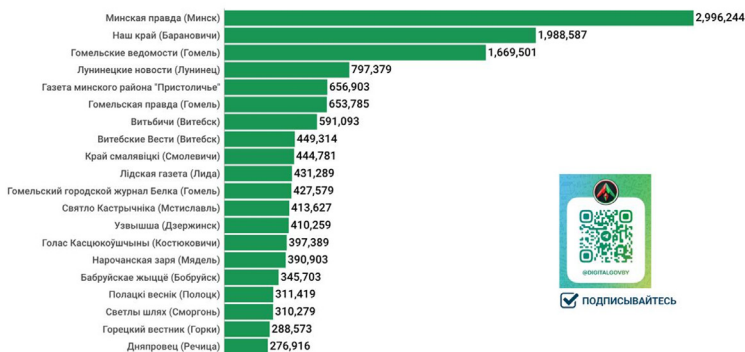


Рис. 1. Топ-20 сайтов региональных СМИ, просмотры страниц

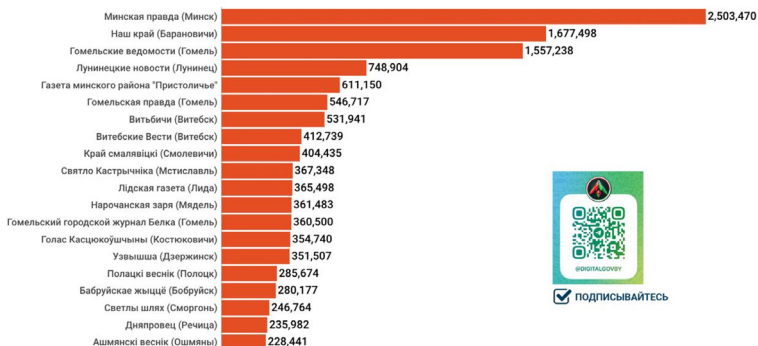
ТОП-20 САЙТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ  
ВИЗИТЫИЮНЬ  
2025

Рис. 2. Топ-20 сайтов региональных СМИ, визиты

Важной заслугой сайта издания стало то, что он не дублирует полностью содержание печатных номеров издания (газета выходит дважды в неделю – по вторникам 16 полос, и в пятницу 24 полосы), а выносит на обсуждение в сетевые ресурсы лишь наиболее интересные и важные публикации. Старается группировать материалы под специальные рубрики (например, «80 гадоў Перамогі», «Тема для размышлення», «Медыялабораторыя Витебскай вобласці», «В Фокусе внімання» и другие). Сайт имеет удобную ленту новостей, которая обновляется ежедневно в режиме реального времени.

Издание предлагает ознакомиться с видеонюжностями как на сайте издания, так и на отдельной странице видеохостинга YouTube (страница @vitebskvestiby, число подписчиков 5860). В закладке «Видео от ВВ» в режиме реального времени видно количество уникальных просмотров, лайки и комментарии к каждой публикации).

Кроме статей, которые размещаются и в печатной версии издания, есть на сайте газеты и уникальные проекты, созданные специально для электронной версии – женский проект «Ты не одна», направленный на общение с молодой женской аудиторией издания, и патриотический проект «Бацькаўшчына», приуроченный к году исторической памяти.

Стоит отметить, что сегодня задачи сетевых форм работы газет усложняются высокой конкуренцией в интернет-пространстве. Например, российский медиаисследователь Д. В. Соколова [2] считает, что

«в цифровой среде медиа приходится конкурировать не только друг с другом, но также с социальными сетями, пользовательским контентом и вообще любой информацией, распространяемой посредством интернета. В условиях конкуренции СМИ вынуждены искать новые способы завладения вниманием аудитории». Редакция газеты «Витебские вести» старается искать новые выходы на самую разнообразную аудиторию (и это не всегда подписчики, жители области и региона и вообще граждане Беларуси). Для этих целей отдел интернет-ресурсов СМИ работает над страницами в социальных сетях: «ВКонтакте» <https://vk.com/vitvesti>, Facebook <https://www.facebook.com/vitvesti>, «Одноклассники» <https://ok.ru/group/53614584529150>, Telegram [t.me/vitvestiby](https://t.me/vitvestiby), Instagram [instagram.com/vitvesti.by](https://www.instagram.com/vitvesti.by).

В дальнейшем редакции следует усовершенствовать контент-стратегии:

- расширять сетевые формы работы издания, привлекая специалистов из сферы работы с веб-сайтами, программами искусственного интеллекта (в том числе для создания новых форм контента для социальных сетей (с виртуальными колумнистами, например);
- увеличивать количество и качество спецпроектов и работать с каждой социальной сетью отдельно, не дублируя контент, а изучив аудиторию каждой социальной сети, пытаться донести информацию на доступном уровне;
- искать способы дополнительного финансирования исключительно для цифровых форм издания;
- рассмотреть платную (доступную по цене) подписку на интернет-версии издания, добавить полезные лонгриды на ключевые проблемные темы в области.

### Библиографические ссылки

1. Газета «Витебские вести» // Статья «Коллективу областной газеты представили нового главного редактора». URL: <https://vitvesti.by/index.php/obshestvo/kollektivu-oblastnoi-gazety-vitebskie-vesti-predstavili-novogo-glavnogo-redaktora.html> (дата обращения: 01.06.2025).
2. Соколова Д. В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2380> (дата обращения: 01.06.2025).