

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ КАК ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РЕДАКЦИИ

Д. П. Синявский¹⁾, О. М. Самусевич²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
siniavsky@yandex.ru,*

*²⁾Филиал Российского государственного социального университета,
ул. Народная, 21, 220107, г. Минск, Республика Беларусь,
SamusevichOM@rgsu.net*

Статья посвящена исследованию критериев качества медиапродукта, в том числе архитектоники медиатекста как ключевого инструмента повышения качества газетного издания. Обосновывается актуальность исследования в контексте государственной политики Республики Беларусь. Подчеркивается необходимость дальнейших усилий по повышению качества газетных изданий и достижению соответствия международным стандартам.

Ключевые слова: газета; архитектоника; качество национального контента; интерес и доверие аудитории; конкурентноспособность.

ПАВЫШЭННЕ ЯКАСЦІ ДРУКАВАНАГА ВЫДААННЯ ЯК АСНОЎНАЯ МЭТА ДЗЕЙНАСЦІ СУЧАСНАЙ РЭДАКЦЫІ

Д. П. Сіняўскі¹⁾, В. М. Самусевіч²⁾

*¹⁾Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Кальварыйская, 9, 220004, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
siniavsky@yandex.ru,*

*²⁾Філіял Расійскага дзяржаўнага сацыяльнага ўніверсітэта,
вул. Народная, 21, 220107, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
SamusevichOM@rgsu.net*

Артыкул прысвечаны даследаванню крытэрыяў якасці медыяпрадукта, у тым ліку архітэктонікі медыятэксту як ключавога інструмента павышэння якасці газетнага выдання. Абгрунтоўваецца актуальнасць даследавання

ў кантэксце дзяржаўнай палітыкі Рэспублікі Беларусь. Падкрэсліваецца неабходнасць далейшых намаганняў па павышэнні якасці газетных выданняў і дасягненні адпаведнасці міжнародным стандартам.

Ключавыя словы: газета; архітэктоніка; якасць нацыянальнага кантэнту; цікавасць і давер аўдыторыі; канкурэнтназдольнасць.

Качество подготовки газетных материалов является критическим фактором, определяющим доверие аудитории и эффективность распространения информации.

Именно качество подготовки газетных материалов является критическим фактором, определяющим доверие аудитории и эффективность распространения информации.

Под качеством газетных материалов в данном контексте понимается совокупность лингвистических, фактологических, этических и редакторских характеристик, обеспечивающих соответствие публикации принципам объективности, достоверности и релевантности. В соответствии с этими принципами, газетные публикации должны соответствовать следующим критериям.

- **Лингвистическое качество.** Текст должен демонстрировать высокий уровень владения литературным языком, соответствовать нормам грамматики, синтаксиса и стилистики. Изложение должно быть ясным, логичным и доступным для целевой аудитории. Следует избегать двусмысленности, штампов и излишней эмоциональной окраски, которые могут снизить объективность восприятия.

- **Фактологическая точность.** Информация, представленная в материале, должна быть тщательно проверена и подтверждена из надежных источников. Необходимо применять методы верификации данных, включая перекрестную проверку информации, анализ первоисточников и экспертную оценку. Любые утверждения, требующие доказательств, должны быть подкреплены соответствующими ссылками и обоснованиями.

- **Релевантность и актуальность.** Тематика материала должна соответствовать интересам целевой аудитории и быть актуальной на момент публикации. Следует учитывать социально-политический контекст и своевременно освещать важные события и тенденции.

- **Соблюдение этических норм.** Подготовка газетных материалов должна осуществляться в соответствии с профессиональными стан-

дартами журналистской этики, включая принципы беспристрастности, конфиденциальности источников и уважения к частной жизни. Необходимо избегать публикации информации, которая может нанести вред репутации отдельных лиц или организаций, а также способствовать разжиганию социальной розни.

• **Редакторский контроль.** Все газетные материалы должны проходить обязательную стадию редакторской проверки, направленную на выявление и устранение ошибок, неточностей и нарушений вышеуказанных критериев. Редакторская правка должна обеспечивать соблюдение стилистического единства, логической последовательности и соответствия материала редакционной политике издания.

Несоблюдение данных критериев может привести к снижению доверия к изданию, распространению дезинформации и негативным социальным последствиям. Поэтому повышение качества подготовки газетных материалов является важной задачей, требующей постоянного внимания и совершенствования.

Определение понятия «качество» представляет собой сложную задачу, характеризующуюся множественностью интерпретаций. Однако общепринятым является понимание качества как интегральной характеристики продукта или услуги, отражающей степень удовлетворения потребностей и запросов целевой аудитории. В данном контексте, качество определяется как соответствие продукта ожиданиям и требованиям потребителя.

Газета, рассматриваемая нами как рыночный продукт, реализуется конечному потребителю на платной основе. Финансовая устойчивость медиахолдинга в значительной степени обеспечивается за счет доходов, генерируемых подпиской и рекламными поступлениями, связанными с печатным изданием. Следовательно, обеспечение высокого качества газеты является приоритетной задачей, определяющей конкурентоспособность и экономическую эффективность всей медиаструктуры. Реализация корпоративных программ, направленных на повышение качества продукции и ориентированных на долгосрочную перспективу, должна в первую очередь затрагивать процессы подготовки и выпуска газеты как ключевого элемента портфеля медиапродуктов.

В рамках стратегии повышения потребительской лояльности и обеспечения устойчивого развития газетного издания необходимо проводить систематический анализ запросов и предпочтений целевой аудито-

рии, представленной подписчиками. При этом приоритетным является ориентация на удовлетворение потребностей читателей, а не на выполнение формальных требований руководства.

В условиях ограниченной конкуренции и потенциального использования административных ресурсов для увеличения тиража издания, недопустимо пренебрегать качеством контента и его соответствием ожиданиям подписчиков. Целью редакционной политики должно являться исключение негативной обратной связи от потребителей, вызванной несоответствием содержания газеты их информационным потребностям и потребительской ценности.

В то же время положительные отзывы и благодарность со стороны читательской аудитории являются ценным индикатором эффективности работы редакции и способствуют укреплению позитивного имиджа издания. Данные факторы следует учитывать при планировании и реализации редакционной политики, направленной на повышение качества контента и удовлетворение информационных потребностей подписчиков.

В течение последних двух десятилетий в западных странах наблюдалась стагнация в развитии печатных средств массовой информации. В то же время в исследуемом контексте, а именно в белорусских региональных газетах, несмотря на значительные усилия, не удалось достичь сопоставимого с мировым уровнем технологической оснащенности и эффективности процессов производства печатных СМИ. В ряде случаев отмечаются даже признаки регресса, препятствующие внедрению передовых технологий и практик.

На основе большого опыта работы в области журналистики, преподавательской и исследовательской деятельности, изучения мировых практик, анализа архитектуры газет нам представляется возможным сформулировать следующие ключевые факторы, определяющие интерес читательской аудитории к газетному изданию:

А. Персонализация и локализация контента. Читатели проявляют повышенный интерес к материалам, освещающим жизнь отдельных индивидуумов, их социальное окружение и локальную географическую среду (населенные пункты, улицы). В связи с этим целесообразно максимизировать количество фотографий людей и обеспечить широкое географическое покрытие в каждом номере газеты.

Б. Стандартизация и предсказуемость структуры издания. Необходимо обеспечить устойчивую и повторяющуюся модель каждого номера газеты, включающую фиксированный набор рубрик и развлекательного контента. Данный подход основан на принципе соответствия продукта ожиданиям потребителя. Аналогично тому, как клиент, заказавший определенное блюдо, ожидает получить именно его, а не альтернативный вариант, читатель должен иметь четкое представление о содержании и структуре газеты, за которую он заплатил. В рамках данной модели редакция имеет широкие возможности для проявления творческого подхода, однако, необходимо придерживаться установленных рамок и структуры. Поэтому в дополнение к вышеизложенным факторам, определяющим интерес читательской аудитории к газетному изданию, следует учитывать также и такие факторы, как:

В. Технологическое соответствие и качество оформления. Необходимо обеспечить соответствие газетного издания современным технологическим стандартам, включая информативный и привлекательный заголовочный комплекс, качественное иллюстрирование, содержательные комментарии к фотографиям, профессиональную верстку и т. д. Данные элементы способствуют повышению визуальной привлекательности издания и облегчают восприятие информации.

Г. Релевантность тематики публикаций. Тематика материалов должна определяться на основе анализа интересов и предпочтений целевой аудитории. В то время как включение развлекательного контента (рецепты, кроссворды, анекдоты) может способствовать увеличению спроса на издание, приоритетным является соблюдение баланса между развлекательным и информационным содержанием. Целесообразным представляется выделение определенного объема газетной площади (например, одной страницы) для публикации развлекательных материалов и полезных советов.

Хотим акцентировать внимание, что в рамках стратегии дальнейшего развития газетного издания особое внимание уделяется совершенствованию архитектоники медиатекста. Медиатекст нами рассматривается как совокупность вербальных (текстовых) и невербальных (графических и дизайнерских) элементов. Архитектоника в данном контексте понимается как структурирование медиатекста на смысловые единицы, характеризующиеся взаимосвязанностью и взаимодополняемостью, что обеспечивает формирование целостного информационного

сообщения, гармоничность визуальных, композиционно-структурных и содержательных элементов, в единстве работающих на качество издания. В связи с этим одним из наиболее распространенных нарушений архитектуры является отсутствие согласованности и взаимосвязи между визуальными (фотографическими) и текстовыми компонентами медиатекста.

Отметим, что данный аспект как критически важный для повышения качества газеты отмечен и на государственном уровне. Так, в целях повышения объективности и значимости оценки данного аспекта в таблице ежеквартального мониторинга газет Министерством информации Республики Беларусь графа «Дизайн и верстка» была заменена на термин «Архитектоника», а вес данного критерия увеличен с 5 до 10 баллов.

Концепция национальной безопасности Республики Беларусь определяет «несоответствие качества национального контента мировому уровню» как внутреннюю угрозу, что подчеркивает важность повышения качества отечественных средств массовой информации [1]. Признавая относительную конкурентоспособность газетного издания на внутреннем рынке, еще раз отметим необходимость дальнейшей работы по повышению качества контента и достижению соответствия международным стандартам.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P924v0005> (дата обращения: 17.05.2025).