

Виталий Герцев

Белорусский государственный университет

МЕДИАХОЛДИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ ВЕЧЕРНИХ ИЗДАНИЙ

Прообразы современных укрупненных информационно-издательских структур, таких как издательские дома и медиахолдинги, встречаются в литературе с XX века. Вхождение «Вечерней Москвы» в холдинг в свое время открыло для газеты новую жизнь, она восстановила вечерние выпуски и теперь в полной мере отвечает своему историческому названию. Ежедневные «Вечерние известия Минской газеты-копейки», начавшие выходить в июле 1914 года, несмотря на всю сложность исторического периода, выходили с относительной стабильностью (случайные перерывы на несколько месяцев) вплоть до 1917 года.

Холдинги в нашей стране начали действовать с вступлением в силу указа Главы государства от 28 декабря 2009 года № 660 «О некоторых вопросах создания и деятельности холдингов в Республике Беларусь». Вечерним газетам принадлежит не последняя роль в истории зарождения подобных форм ведения информационного бизнеса. Они появлялись либо как конкуренты утренних газет, либо как дополнение к выпуску, которое приносило в дом читателя свежие новости, подробности ранее опубликованных сообщений.

В более выигрышном положении находились те вечерние газеты, которые появлялись как следствие расширения информационного производства. Они имели больше шансов на развитие благодаря налаженной работе редакции, концентрации капитала, кадровых и технических ресурсов.

Ученые называют распространение медиахолдингов одной из тенденций развития СМИ на данном этапе. Газета «Вечерний Минск» стала выходить в составе крупной структуры, в которую кроме нее входят «Минский курьер», журнал «Качели» и радио «Столица».

Министр информации Республики Беларусь Олег Пролесковский отмечал, что создание укрупненных информационно-издательских структур является стратегическим направлением развития печатных СМИ. По его мнению, такой подход позволяет структурно оптимизировать систему государственных печатных СМИ, сегментировать государственную долю этой части рынка массовых коммуникаций и одновременно читательскую аудиторию государственных изданий. Опыт работы укрупненных информационных структур подтверждает их эффективность

как в экономическом, так и в содержательном плане. Это объясняется возможностью концентрации организационно-творческого потенциала редакций, оптимизации структурных подразделений, осуществляющих определенные виды работ в рамках редакционно-издательского процесса. В результате появляется возможность получения дополнительных доходов путем как повышения эффективности основной деятельности, так и реализации новых информационно-издательских проектов, работ и услуг. Одновременно происходит сокращение затрат за счет оптимизации структуры редакций.

Это обстоятельство особенно важно учесть коллективам белорусских «вечерок», которые наиболее остро ощущают конкуренцию со стороны республиканской и областной прессы, радио, телевидения, веб-изданий. Они должны соперничать с ними по оперативности сбора и распространения информации, тематической и жанровой насыщенности, качеству. Холдинг – реальная экономическая форма, которая поможет вечерней газете выжить при любом ходе событий, трансформироваться в соответствии с запросами времени и читателя.

Завтрашний день вечерней прессы во многом зависит от опыта и мастерства журналистов, маркетинговой службы этих изданий и, конечно же, использования инновационных возможностей. В таком случае вечерние газеты станут популярным порталом, радиостанцией, в смартфоне читатель прочитает сообщения под ее логотипом-брендом. Диверсификация информационного производства принесет дополнительную прибыль, необходимую для улучшения материально-технической базы, повышения оплаты труда сотрудников холдингов.

Екатерина Гуртовая

Белорусский государственный университет

СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ ФОТОЖУРНАЛИСТИКЕ

Анализ фотографий в современной белорусской прессе позволяет отметить наиболее серьезную проблему формирования фотографического содержания периодических изданий – активную циркуляцию фотографических стереотипов, т. е. повторяющихся с высокой частотой фотографий с одинаковыми сюжетами и способами представления главных действующих лиц. Можно выделить несколько наиболее распространенных разновидностей стереотипов в современной печатной периодике.