

ОСНОВНЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИАСИСТЕМ

Е. В. Красовская

Институт журналистики Белорусского государственного университета

Поступила в редакцию 4 июля 2017 г.

Аннотация: *статья посвящена актуальной для Белоруссии проблеме трансформации региональных медиасистем.*

Ключевые слова: *региональная медиасистема, Белоруссия, региональная пресса, областная газета*

Abstract: *the article is devoted to the topical problem of the transformation of regional media systems in Belarus.*

Keywords: *regional media system, Belarus, regional press, province newspaper*

В науке о журналистике существуют различные подходы к определению понятия «медиасистема». При первом подходе медиасистема трактуется как социальный институт, при втором — как система предприятий медиарынка, при третьем — как медиаполитическая система. Во многих исследованиях медиасистема рассматривается как экономическая или социальная система. С точки зрения тех процессов, которые наблюдаются в белорусской медиапрактике, наиболее продуктивным представляется подход Е. Вартановой, которая понимает медиасистему как трехгранную категорию. Применяя комплексный подход, исследователь определяет медиасистему как сложную многоуровневую и многовекторную среду, образованную медиаинститутами в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидами/гражданами (аудиторией); взаимосвязанной и конкурентной системой предприятий медиарынка, включающего в себя как отдельные типологические сегменты традиционных и новых медиа — прессу, телерадиовещание, онлайн-СМИ, так и инфраструктурные предприятия, т.е. производящие компании; определенными профессиональными сообществами и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг [1, с. 14—15].

В Белоруссии медиасистемы регионов развиваются по-разному. При этом вектор их трансформации определяют областные газеты: в каждой из шести областей страны существует своя газета, задающая тон развитию всей региональной медиасистемы, что обусловлено высоким уровнем доверия населения к региональным печатным изданиям. По результатам социологических исследований региональные газеты занимают второе место по популярности после телевидения и опережают республиканскую

и российскую прессу [2, с. 14]. Нередко информация, опубликованная на страницах областных газет или на их сайтах, становится основой для сюжетов региональных телеканалов и районных телестудий. Но чаще всего при поиске тем для публикаций к областным изданиям обращаются журналисты районных газет. Исследователь В. Антонова утверждает, что подобная закономерность прослеживается и в российских СМИ, когда более крупные издания задают нужный информационный импульс менее масштабным по территории распространения [3, с. 30]. Таким образом, белорусские областные газеты являются для СМИ своих регионов своеобразным эталоном, на который ориентируются коллективы редакций как в вопросах информационной политики, так и в сфере внедрения управленческих и коммерческих инноваций. Отчетливее всего это прослеживается на примере государственных печатных изданий.

На 1 января 2017 г. в Белоруссии зарегистрировано 1601 печатное средство массовой информации (729 газет, 829 журналов, 32 бюллетеня, 9 каталогов, 2 альманаха), из них государственной формы собственности — 440 (220 газет, 208 журналов, 12 бюллетеней) [4, с. 4]. Учредителями 136 газет выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты. Всего в стране районных газет — 119, городских — 9, областных — 8 [4, с. 22].

В белорусской медиапрактике можно выделить три вектора, в соответствии с которыми происходит развитие региональных медиасистем:

1) развитие сайта региональной газеты и превращение его в полноценный региональный медиапортал. Наиболее яркий пример — портал областной газеты «Гомельская праўда» — «Правда Гомель» (www.gp.by). Его просматривают около 7000 посетителей в день, а в месяц — более 120000 (при среднесуточной посещаемости сайтов белорусских региональных газет от 100 до 1500 посетителей, среднемесячной — от 3000 до 20000) [4, с. 28].

2) создание укрупненных информационных структур на базе убыточных региональных газет. Так, в 2013 г. в Витебской области две областные газеты «Віцебскі рабочы» и «Народнае слова» объединили в одну — «Витебские вести», также создан сайт нового издания www.vitvesti.by, посещаемость которого постоянно растёт, в том числе благодаря наличию аккаунта в социальных сетях. В этом же году в Могилёвской области на базе трёх областных газет «Могилевская правда», «Днепровская неделя» и «Могилевские ведомости» создали информационное агентство «Могилевские ведомости», которое выпускает новостную ленту, формирует контент сайта www.mogilevnews.by, издает газеты и выпускает печатную продукцию. С целью популяризации изданий проведена процедура сегментации читательской аудитории с последующей дифференциацией и специализацией по тематике. Теперь газета «Могилевская правда» ориентирована на старшее поколение читателей и представителей областной и городской вертикали власти, газета «Днепровская неделя» позиционируется как массовая, рассчитанная на молодежь, женщин и мужчин, занятых предпринимательством, а газета «Могилевские ведомости» является общественно-политическим изданием. Уже через год после преобразований обе региональные укрупненные информационные структуры работали с прибылью [5, с. 244]. Успешный опыт функционирования таких структур перенимается другими редакциями: в 2017 г. в Брестской области областная газета «Народная трибуна» вошла в состав областной газеты «Заря» (теперь «Народная трибуна» выходит в качестве белорусскоязычного вкладыша).

3) создание медиакластера (при этом под кластеризацией понимается «создание на определённой территории предприятий информационно-коммуникационной индустрии, которые объединяют как различные стадии производства медиапродукта, так и смежные секторы» [6, с. 95]). В 2016 г. в Гродненской области в инновационный медийный кластер объединились редакция газеты «Гродзенская праўда», областное отделение Белорусского союза журналистов, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы и главное управление идеологической работы, культуры и по делам молодежи Гродненского областного исполнительного комитета. Об эффективности работы медиакластера свидетельствует следующий факт: за первые пять месяцев совместной деятельности участников кластера — СМИ, кафедры журналистики, представителей госорганов и программистов — посещаемость сайтов газет области выросла в разы [7, с. 4]. В Минской области процесс кластеризации находится на начальном этапе и пока осуществляется в форме консолидации журналистского сообщества: на официальном сайте областной газеты «Мінская праўда» сказано, что она является «своеобразным учебно-методиче-

ским центром для коллективов районных, городских и объединенных газет области», где «журналисты получают необходимые консультации». Такой подход себя вполне оправдывает, ведь благодаря обучающим семинарам, которые регулярно проводятся областной газетой, «подготовлена целая плеяда видных белорусских журналистов» [8], успешно работающих в ведущих изданиях страны, в том числе на руководящих должностях.

Во всех шести административных регионах Белоруссии областные газеты определяют направление развития медиасистемы, которому следуют другие средства массовой информации этого региона. В частности, взяв на вооружение опыт областной газеты «Гомельская праўда», другие издания Гомельской области тоже стремятся превратить свои сайты в популярные порталы. Успешные шаги в этом направлении делают редакции районных и городских газет. При этом издания используют разные стратегии популяризации сайта. Так, районная газета «Дняпровец» старается привлечь пользователей за счет увеличения разнообразия контента, а городская газета «Гомельские ведомости» и районные «Калінкавіцкія навіны» и «Жыццё Палесся» — путем активизации работы по продвижению сайта в социальных сетях.

По примеру газет Могилевской, Витебской и Брестской области, которые стремятся к увеличению своих доходов за счет объединения редакций, ряд региональных государственных и частных телестудий в 2016 г. включили свои программы в региональный пакет интерактивного телевидения ZALA. Это позволило телеканалам с небольшим охватом аудитории, таким как «Буг ТВ» в г. Бресте, значительно расширить ее, а также получить дополнительный доход, поскольку услуги ZALA предоставляются абонентам платно.

Участники инновационного медийного кластера, который создан в Гродненской области, в течение года совместными усилиями решали задачу по усилению влияния белорусских региональных средств массовой информации и повышению уровня журналистики в регионе. С этой целью были организованы семинары на следующие темы: «Модернизация сайтов газет и организация информационного обмена районных и областной газет, исполкомов, пресс-служб области», «Типичные языковые и речевые ошибки на страницах газет», «Современная аналитическая журналистика: тематика публикаций и методы исследования проблем», «Роль региональных СМИ в обеспечении информационной безопасности страны и формировании медиаграмотности». В редакции газеты «Мінская праўда» не ограничились обучающими семинарами: опытные сотрудники областного издания проводили индивидуальные консультации для своих коллег из районных и городских газет.

Анализ деятельности региональных СМИ в рамках белорусских региональных медиасистем пока-

зывает, что они заимствуют передовые подходы к работе, успешно опробованные областными газетами. В свою очередь, областные газеты, которые обладают хорошим кадровым потенциалом, могут оперативно реагировать на запросы медиарынка, акцентируя тот аспект в функционировании медиасистемы, который требует развития и является наиболее перспективным.

Так, исходя из понимания региональной медиасистемы как трехгранной категории, областная газета «Гомельская праўда», развивая портал «Правда Гомель», побуждает СМИ региона активнее выполнять свои функции в качестве медиаинститута, ведь одна из задач регионального портала — интеграция жителей региона, активизация их жизненной позиции, конструктивное взаимодействие с представителями власти. Областные газеты Могилёвской и Витебской области, реализовавшие коммерчески успешный проект «укрупнённых информационных структур», ориентируют СМИ региона более интенсивно развиваться как предприятия медиарынка. А инновационный медийный кластер, созданный в Гродненской области на базе редакции газеты «Гродзенская праўда», как и издание Минской области «Мінская праўда», выдвигают на первый план в функционировании медиасистемы регионов профессиональное сообщество, которое организывает и проводит обучающие мероприятия.

Выявленные автором направления развития белорусских региональных медиасистем формируются, исходя из особенностей медиарынка конкретного региона, а также тех ресурсов, которыми он обладает (материально-технических, финансовых, кадровых). При этом областные газеты являются своеобразным ориентиром для других региональных СМИ: оперативно реагируя на изменения, которые происходят на медиарынке, и используя в своей деятельности доступные ресурсы, областные издания тем самым акцентируют на них внимание других региональных средств массовой информации, побуждая их развиваться в заданном направлении.

С точки зрения системного подхода трансформации, которые происходят в белорусских региональных медиасистемах, носят позитивный характер. С одной стороны, благодаря формированию единого направления развития региональных СМИ конкретная региональная медиасистема сохраняет целост-

ный характер. С другой стороны, за счет того, что в едином направлении развиваются различные средства массовой информации, происходит усложнение системных связей как внутри самой региональной медиасистемы, так и при ее взаимодействии с внешней средой (политической, экономической, культурной системами). Так создается функциональное разнообразие элементов системы, что обеспечивает ее устойчивость.

Дальнейшее изучение развития белорусских региональных медиасистем является перспективным направлением научных исследований, так как позволяет сформулировать рекомендации по совершенствованию работы редакциям региональных СМИ, а также адаптировать накопленный в российской науке о журналистике теоретический и практический опыт для успешного функционирования белорусских региональных медиасистем и системы СМИ Белоруссии в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Медиасистема России: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Варгановой. — Москва: Аспект Пресс, 2015.
2. Воробьев В. П. Воспитательный потенциал региональной периодики / В. П. Воробьев // Идеология белорусского государства в процессе формирования личности журналиста: сб. статей. — Минск: БГУ, 2012. — С. 14—23
3. Антонова В. Радиус действия — регион / В. Антонова // Журналістыка-2004. Матэрылы 6-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: В. П. Вараб'ёў (адк. рэд.) і інш. — Мінск: БДУ, 2004. — Вып. 6. — С. 29—31
4. Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2016 году / Министерство информации Республики Беларусь. — Минск, 2017.
5. Данильченко А. В. Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт / А. В. Данильченко, К. В. Якушенко, А. В. Потребин. — Минск: БГУ, 2015.
6. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие / Е. Варганова. — М.: Аспект Пресс, 2003.
7. Василёвкіна Т. Работа на созидание / Т. Василёвкіна // Гродзенская праўда. — 2016. — 3 жніўня. — С. 1, 4
8. Мінская праўда / О газете. — Режим доступа: http://mpravda.by/o_gazete.html (дата обращения: 30.06.2017).

Институт журналистики Белорусского государственного университета, г. Минск

Е. В. Красовская, старший преподаватель кафедры теории и методологии журналистики

E-mail: el.krasovskaya@yandex.ru

Institute of Journalism of the Belarusian State University, Minsk

E. V. Krasovskaya, Senior Lecturer at the Department of Theory and Methodology of Journalism

E-mail: el.krasovskaya@yandex.ru