

**Районная газета глазами читателей: анализ информационных предпочтений аудитории (на примере СМИ Брестской области)**

**Научный руководитель – Свороб Александр Константинович**

***Кунаховец-Плевако Елена Ивановна***

*Аспирант*

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

*E-mail: elena\_kunahovec@mail.ru*

Падение тиражей газет и журналов, переход традиционных СМИ в интернет-пространство, «старение» аудитории печатных изданий - эти глобальные тенденции оказывают влияние и на функционирование районных газет Беларуси. Местная пресса вынуждена адаптироваться к рыночным условиям, заново завоевывать читателя в условиях конкуренции не только со стороны печатных изданий, но и интернета.

Насколько же современная «районка» отвечает требованиям времени и запросам своей аудитории? Для ответа на этот вопрос целесообразно обратиться к результатам анкетирования читателей Брестчины. Более 70% опрошенного населения (в анкетировании приняли участие 399 респондентов) регулярно читают местные газеты. Показательно, что почти все они являются постоянными подписчиками районных изданий. Кроме того, 14,29% опрошенных время от времени просматривают «районку» на работе, 10,7% покупают в киосках «Белсоюзпечати», 7 % посещают интернет-ресурс издания и пользуются довольно новой, но весьма удобной услугой - электронной подпиской на pdf-версию. При этом респонденты отметили, что для них районная газета - в первую очередь единственный источник уникальной местной информации, «общественная приемная», а также площадка для диалога местных властей с населением региона.

По мнению читателей, на страницах газет не хватает проблемных и аналитических материалов, 37,5% респондентов акцентировали внимание на том, что местное издание не всегда полно и объективно отражает события региона. К сожалению, центральной темой этих газет по-прежнему остается освещение работы местных органов власти. Такое положение объясняется экономической зависимостью редакций от учредителей, в роли которых традиционно выступают районные исполнительные комитеты и районные Советы депутатов. Получается, что финансовые проблемы редакции частично решаются, однако вместе с ними возникают другие, связанные с административным канторолем. Люди недовольны и тем, что значительную площадь «районки» занимает реклама, причем не текстовая: есть номера, где объем рекламных модулей и частных объявлений составляет 30-40% от общей площади издания. Во-первых, это противоречит нормам Закона РБ «О рекламе», согласно которым «реклама в средствах массовой информации, не зарегистрированных в качестве специализированных для размещения (распространения) рекламы, не должна превышать 25% объема одного номера государственных периодических печатных изданий» [1]. Во-вторых, отсутствие проблемных материалов, затрагивающих судьбы людей, негативным образом сказывается на авторитете газеты.

Конечно, для появления такого объема рекламных материалов существуют и объективные причины, главная из которых - укрепление финансового положения редакций и повышение рентабельности издания. Однако в борьбе за коммерческую выгоду, пренебрегая запросами читателя, можно потерять нечто более важное и жизненно необходимое для любого СМИ - его аудиторию. К слову, общий разовый тираж государственных печатных изданий Брестчины на 1 января 2017 года составил 133 785 экз. (для сравнения: в прошлом году он достиг 139 688 экз.). Удержать подписной тираж смогли лишь 5 из 20 газет

области, причем четыре из них имеют районный масштаб - «Лунінецкія навіны» (107,2%), «Савецкае Палессе» (102,9%), «Сельская праўда» (100,4%), «Чырвоная звязда» (100%). Стремительное развитие информационных технологий, конкуренция со стороны других СМИ, функционирующих на территории региона, конечно, оказывают влияние на размер читательской аудитории местной газеты. Например, только в Пинском районе кроме общественно-политического издания «Полесская правда» информационные потребности населения удовлетворяют региональные СМИ частного медиахолдинга «Варяг» (телеканал, радио, печатный еженедельник, рекламное агентство), городская газета «Пинский вестник» и ТРК «Пинск». Безусловно, если у человека есть выбор, он отдаст предпочтение тому источнику информации, который в большей степени удовлетворяет его потребности. И, как показывает практика, не все пинчане выбирают печатную «раёнку»...

Особенно актуальной для региональных СМИ нашей республики видится проблема сокращения молодежной аудитории. Лишь 10,6% респондентов в возрасте от 14 лет до 31 года необходимую информацию получают из газет и журналов, при этом половина из них отдает предпочтение местным изданиям. Среди своих тематических приоритетов молодежь выделяет социальные вопросы (17,8%), проблемы экономического развития и финансов (13,3%), материалы на темы отдыха, досуга, развлечений (8,9%), культуры (8,9%), науки и образования (8,9%). На страницах местной печати интерес у молодежной аудитории прежде всего вызывают зарисовки о людях (35,5%), криминальные сводки региона (23,5%), поздравления и объявления (17,65%), информация о деятельности районной власти (17,65%).

Регулярно читают региональную прессу и, что немаловажно, являются постоянными подписчиками районных газет лишь 9% опрошенных; такое же количество молодых людей совсем не читает «раёнку». Остальные - 82% юношей и девушек - время от времени просматривают местные издания в библиотеке, на работе или когда приходят в гости к родителям. К сожалению, молодое поколение белорусов не находит на страницах местных газет ни своих тем, ни визуальных образов, которые могли бы привлечь внимание. Все это успешно компенсируется по средствам интернета - «площадки, открытой для общения, обмена опытом и информацией». К слову, респонденты отметили, что подписчиками районной газеты они стали бы при условии публикации большего количества проблемных и развлекательных материалов, познавательной информации, проведении со стороны редакции специальных акций и конкурсов, а также при реализации бонусной системы скидок для постоянных читателей. Качественный и интересный контент, современный и динамичный дизайн, доступный и легкий стиль изложения - вот что, по мнению молодежи, сможет выделить успешную районную газету из ряда однотипных изданий.

Оценивая работу web-ресурсов «районки» молодые пользователи отметили, что почти все они требуют доработки в плане удобства интерфейса и качества контента. Участников опроса также не устраивает дублирование информации печатного издания и обновление ленты новостей только в день выхода свежего номера газеты. К сожалению, большинство редакций местных изданий по-прежнему недооценивает значимость своего представительства в интернете, а это как раз очень важно для молодого поколения читателей.

## Источники и литература

- 1) Министерство информации Республики Беларусь: <http://mininform.gov.by/ru/zakony-ru/>.