## Клундук С.С.

## СТРУКТУРНА-ФУНКЦЫЯНАЛЬНЫЯ АСПЕКТЫ ЧАСОПІСНАЙ ПЕРЫЁДЫКІ БЕЛАРУСІ

Паводле звестак Міністэрства інфармацыі Беларусі, на 1 ліпеня 2012 года ў нашай краіне зарэгістравана 1435 друкаваных сродкаў масавай інфармацыі, сярод якіх істотнае месца займае часопісная перыёдыка (700 адзінак) (гл. табл. 1). Гэта складае каля 47 % ад усёй колькасці друкаваных СМІ. Зразумела, што газета ў любой краіне, у тым ліку і ў Беларусі, – асноўная крыніца інфармацыі (амаль 50 % ад усёй колькасці дзеючых друкаваных СМІ), аднак на 2012 год колькасць часопіснай прадукцыі перавышае колькасць газетнай.

Табл. 1. **Друкаваныя СМІ Беларусі** (на 1 ліпеня 2012 г.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Від** | **Усяго** | **Дзяржаўныя** | **Недзяржаўныя** |
| **Газеты** | 685 | 207 | 478 |
| **Часопісы** | **700** | **187** | **513** |
| **Бюлетэні** | 40 | 12 | 28 |
| **Каталогі** | 9 | 0 | 9 |
| **Альманахі** | 1 | 0 | 1 |
| **Усяго** | 1435 | 406 | 1029 |

Адзначым, што ў час рынкавых адносінаў найбольшую актыўнасць мае недзяржаўная форма друкаваных СМІ. Як відаць, у сістэме часопіснай перыёдыкі амаль у тры разы больш дзейнічае недзяржаўных выданняў (513 недзяржаўных і 187 дзяржаўныя).

Статыстычныя дадзеныя за розныя гады паказваюць, што колькасць часопіснай прэсы не памяншаецца, а наадварот, з кожным годам павялічваецца, прычым пераважна за кошт недзяржаўнай формы існавання выдання (гл. табл. 2). Так, за дзесяць гадоў доля часопісаў у сістэме друкаваных СМІ Беларусі ўзрасла амаль у два разы (у 2002 годзе – 400 адзінак, а ў 2012 – 700).

Табл. 2. **Колькасць часопісных выданняў** (1990 – 2012 гады)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **1990-2000** | **2002** | **2004** | **2006** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** |
| **Усяго** | каля 300 | 400 | 520 | 430 | 522 | 594 | 605 | 665 | 700 |
| **Дзяржаўныя** |  |  |  | 147 |  | 179 | 174 | 181 | 187 |
| **Недзяр-жаўныя** |  |  |  | 283 |  | 415 | 431 | 484 | 513 |

Наогул, у параўнанні з папярэднімі 2009, 2010 і 2011 гадамі сегмент друкаваных сродкаў масавай інфармацыі істотна павялічыўся менавіта ў 2012 годзе (адпаведна было 1209 – 1308 – 1382, стала 1435 адзінак), і ў гэтым сегменце актыўна з’яўляюцца новыя выданні часопіснай перыёдыкі. З 1 студзеня 2010 года ў Дзяржаўным рэестры СМІ зарэгістраваны новыя друкаваныя сродкі масавай інфармацыі (усяго 107 назваў), сярод якіх 58 часопісных выданняў (41 недзяржаўнае), а за перыяд 2011 г. (студзень – чэрвень) зарэгістравана яшчэ 27 часопісаў, з якіх 23 адзінкі недзяржаўныя. У 2012 годзе (студзень – чэрвень) рэгістрацыю атрымала яшчэ 28 часопісных выданняў, з іх 25 недзяржаўныя (гл. табл. 3).

Табл. 3. **Новыя часопісныя выданні**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **Усяго** | **Дзяржаўныя** | **Недзяржаўныя** |
| **2010** | 58 | 17 | 41 |
| **2011** | 27 | 4 | 23 |
| **2012** | 28 | 3 | 25 |

Між тым, з 1-га студзеня 2010 года пасведчанні аб дзяржаўнай рэгістрацыі некаторых друкаваных сродкаў масавай інфармацыі, унесеных у Дзяржаўны рэестр, былі ануляваны дзевяці недзяржаўным часопісным выданням. Наогул, у 2010 годзе не прайшлі перарэгістрацыю 120 часопісаў (85 недзяржаўных). За перыяд са студзеня 2011 года па чэрвень 2011 года ануляваны пасведчанні яшчэ пяці выданням недзяржаўнага тыпу, а за 2012 год – дванаццаці з іх і аднаму дзяржаўнаму выданню (гл. табл. 4).

Табл. 4. **Ануляваныя часопісныя СМІ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Год** | **Усяго** | **Дзяржаўныя** | **Недзяржаўныя** |
| **2010** | 9 | 0 | 9 |
| **2011** | 5 | 0 | 5 |
| **2012** | 13 | 1 | 12 |
| **Усяго** | 27 | 1 | 26 |

Не менш важнымі ў сістэме сродкаў масавай інфармацыі Беларусі з’яўляюцца замежныя друкаваныя СМІ, якія атрымліваюць дазвол на распаўсюджванне на тэрыторыі нашай краіны. Так, на 1-га ліпеня 2012 года, паводле звестак сайта Мінінфармацыі Беларусі, дазвол на распаўсюджванне атрымалі 674 друкаваныя сродкі (газеты, часопісы, альманахі, каталогі, бюлетэні) (у 2011 годзе – каля 500 адзінак). Па нашых падліках, у названым Міністэрствам інфармацыі спісе прадстаўлены 571часопіс (у 2011 годзе – каля 400) і толькі 103 адзінкі іншых друкаваных сродкаў масавай інфармацыі, у асноўным гэта газеты. Як правіла, яны выходзяць у краінах блізкага замежжа, г.зн. у краінах СНД. Дамінуюць тут расійскія, украінскія і казахстанскія СМІ. Адзінкавымі выданнямі прадстаўлены краіны далёкага замежжа: ЗША, Велікабрытанія, Германія, Францыя, Нідэрланды, Італія і інш. Грамадска-палітычных выданняў сярод дазволенай замежнай прадукцыі вельмі мала, як і мала часопісаў, адаптаваных да беларускай аўдыторыі. Прычым у шырокім доступе выданняў краін-суседак практычна няма. Нягледзячы на гэта, часопісная перыёдыка замежжа займае істотнае месца ў структуры СМІ, дазволеных на тэрыторыі Беларусі, і, безумоўна, выконвае важныя функцыі ў жыцці беларускага народа.

Такім чынам, у час інфармацыйнага буму часопіс на Беларусі працягвае заставацца актыўным сродкам масавай інфармацыі. Аналіз тэндэнцый развіцця сучаснага часопіснага рынку Беларусі сведчыць пра тое, што гэты сегмент СМІ мае пэўныя асаблівасці:

1. У даследаваннях па праблемах тыпалогіі друкаваных СМІ прапануюцца розныя падыходы да класіфікацыі часопісаў. Большасць з іх пабудавана на прынцыпах галіновай і функцыянальнай дыферэнцыяцыях. Сама ж часопісная тыпалогія знаходзіцца пакуль што ў стадыі распрацоўкі і таму не мае дакладнай трактоўкі. Сучасная ж тыпалагічная структура часопіснай перыёдыкі Беларусі даволі-такі разнастайная, зведвае значныя змяненні і пакуль што не запоўніла многія тэматычныя нішы, таму фарміраванне тыпалагічнай сістэмы часопіснай прэсы нашай краіны працягваецца.
2. Папулярнасць маюць часопісы ўніверсальнага характару, разлічаныя на масавага чытача розных прафесійных схільнасцяў, узроставых паказчыкаў. Адпаведна пашыраецца і рынак універсальных выданняў.
3. На беларускім медыярынку з’явіліся часопісы “гібрыднага” характару (змешаныя), у якіх друкуецца разнастайная інфармацыя і якія могуць адносіцца да розных тыпалагічных груп, паколькі ўтрымліваюць матэрыялы на юрыдычную, псіхалагічную, гістарычную, кулінарную, камерцыйную, прафарыентацыйную, забаўляльна-пазнавальную, сельскагаспадарчую, рэкламную тэматыку, нават друкуюцца літаратурна-мастацкія творы чытачоў і многае іншае (напрыклад, часопіс “Любимая. Для всей семьи” (каля 80 старонак) або “Кудесница” (100 старонак!) Такая прадукцыя разлічана на масавага чытача, таму і тыраж іх даволі высокі (ад 20 да 150 тысячаў экзэмпляраў). Наогул жанрава-тэматычнае поле беларускай часопіснай прадукцыі актыўна пашыраецца.
4. У беларускім грамадстве сфарміраваліся новыя сацыяльныя групы, у выніку чаго з’явіліся дзелавыя выданні, камерцыйныя, рэкламныя, рэлігійныя, новыя масавыя бульварныя і іншыя, якія абслугоўваюць мэтавую аўдыторыю і выдаўцамі якіх выступаюць грамадскія, культурныя, творчыя, прафесійныя саюзы, арганізацыі, прадпрымальнікі. У той жа час амаль знік партыйны сегмент часопісаў, які быў распаўсюджаны ў савецкі час.
5. У апошняе дзесяцігоддзе медыйнае поле Беларусі актыўна папаўняецца спецыялізаванымі часопіснымі выданнямі, што звязана найперш з эканамічна-тэхнічным развіццём грамадства, ростам патрэб інтэлектуальнага характару, са зваротам да культурных каштоўнасцяў і інш. Больш за 60 % (дзве трэція часткі) ад усёй колькасці часопіснай прадукцыі займаюць прафесійныя, сярод якіх каля паловы – навуковага плана. Значную колькасць складаюць эканамічныя і медыцынскія выданні. Можна сказаць, у Беларусі склалася сетка медыцынскіх часопісаў: калі ў 1993 годзе выходзіў толькі адзін часопіс, то ў 2012 – каля 35. Толькі ў 2010 годзе з’явіліся чатыры новыя медыцынскія выданні.
6. Даволі распаўсюджаны займальна-забаўляльныя часопісы. Назіраецца рост практычных часопісаў для сям’і, спецыяльных выданняў, а таксама спецвыпускаў да асноўных выданняў. Праўда, дасягнутая колькасць не заўсёды адпавядае высокай якасці ні саміх часопісаў (маецца на ўвазе тыраж, паліграфічнае выкананне, якаснае рэцэнзаванне і інш.), ні змешчаным там публікацыям.
7. Станоўчым ў функцыянаванні часопіснай перыёдыкі Беларусі бачыцца актыўнае развіццё сеткі дзіцячых выданняў. Расце колькасць і павышаецца якасць вытворча-тэхнічнай часопіснай прэсы Беларусі. Можна сказаць, рынак выданняў прыкладнога характару ўжо сфарміраваўся.
8. Важным сегментам СМІ і адметнай галіной сучаснай журналістыкі з’яўляецца маладзёжная часопісная прэса. На жаль, прадстаўлена яна невялікай колькасцю спецыяльных выданняў. Па нашых падліках, на маладзёжнай ніве якасна працуе ўсяго з дзесятак часопісных медыя. Аднак маладзёжную праблематыку ўздымаюць многія і неспецыяльныя выданні, напрыклад, часопісы сямейнага тыпу.
9. У крызісным становішчы апынуліся літаратурна-мастацкія выданні. Не хапае часопісаў спартыўнага і музычнага плана. На беларускім медыярынку амаль не прадстаўлены часопісы для мужчын, а таксама спецыяльныя выданні для пажылых людзей.
10. На Беларусі больш за 80 % часопісных медыя выпускаецца на рускай мове. На мове тытульнай нацыі выходзіць нязначная колькасць выданняў (каля 17 %), у асноўным спецыялізаванага характару, у прыватнасці моўныя, гістарычныя, літаратурна-мастацкія накшталт “Роднага слова”, “Беларускай мовы і літаратуры”, “Адукацыі і выхавання”, “Беларускага гістарычнага часопіса”,“Дзеяслова”,  “Пачатковай школы”. Можна назваць яшчэ некаторыя рэлігійныя выданні: “Крыніца жыцця”, “Наша Вера” і інш. Толькі адзін дзіцячы часопіс выходзіць на беларускай мове – гэта “Вясёлка”. Сатырычна-гумарыстычны ілюстраваны часопіс “Вожык” таксама выходзіў на беларускай мове, але з 2009 года выдаецца як альманах. Дзіцячы часопіс “Бярозка” з 2012 года не выдаецца.
11. Па сваіх аб’ёмах беларускія часопісныя выданні пераважна малатыражныя. Рэальны наклад большасці з іх складае 3 – 5 тысяч экзэмпляраў. Лідарамі ж па тыражах з’яўляюцца выданні практычнага характару, у прыватнасці, медыцынскія, сямейныя, а таксама займальныя і так званыя “глянцавыя” (масавыя бульварныя) выданні (“Народны доктор” – 220 тысяч, “Кудесница” – больш за 140 тысяч, “Золотые рецепты наших читателей” – 125 тысяч, “Гаспадыня – сямейны часопіс” – 80 тысяч, “Счастливая и красивая” – 65 тысяч, “Домашний журнал” – 60 тысяч, “Секреты исцеления” – 50 тысяч, “Домашняя энциклопедия здоровья” – 50 тысяч і інш.). Маладзёжныя і дзіцячыя часопісы таксама маюць нядрэнны тыраж (напрыклад, “Апельсин” – каля 10 тысяч, “Волшебный” – больш за 16 тысяч, “Стрекоза” – больш за 17 тысяч, “Курносики” – 12 тысяч, “Мишутка” – 38 тысяч, “Вясёлка” – каля 15 тысяч, “Рюкзачок” – 10 тысяч).
12. На медыйным полі рэспублікі суседнічаюць як традыцыйныя выданні, якія маюць шматгадовую гісторыю распаўсюджвання, так і выданні-аналагі, якія прадстаўляць сабой кальку замежных выданняў, адаптаваных да нашых умоў.
13. У сувязі з актыўным развіццём медыятэхналогій у апошнія гады адзначаецца рост інтэрнэт-часопісаў. Многія часопісы маюць анлайн-аналагі, што прыводзіць да страты падпісчыкаў і зніжэння тыражу друкаванага сродку. Большасць часопісаў прадстаўлена ўласнымі сайтамі ці сайтамі, аб’яднанымі па прафесійных накірунках. Цяпер некаторыя анлайн-часопісы маюць аўдыторыю на некалькі разоў большую, чым аналагічныя друкаваныя.
14. На Беларусі не развіта сетка рэгіянальнай часопіснай прадукцыі, якая знаёміла б жыхароў краіны з асаблівасцямі развіцця пэўнага рэгіёну, яго культурай, літаратурай, мастацтвам. Так, у Брэсце і Брэсцкай вобласці выдаецца невялікая колькасць часопісаў, напрыклад:“Інфабаза **–** Брестская область” (“Инфобаза”), “Веснік Брэсцкага ўніверсітэта” “Крынiца жыцця” – часопіс саюза евангельскіх хрысціян-баптыстаў Беларусі (г. Кобрын) і дзіцячы гэтага ж саюза – “Крынічка” і інш. У Гомелі і Гомельскай вобласці выходзіць каля паўтара дзесятка часопісаў, палова з іх практычнага плану, многія – навуковага: **“Квадратный метр**”, **“Нефтяник Полесья”, “Деловой Гомель”, “Виконт”,** “**Чрезвычайные ситуации: образование и наука” і інш.** УГродзенскай, Віцебскай, Магілёўскай абласцях намі зафіксаваны лічаныя часопісныя выданні (напрыклад, “Polis” – Гродна, “Снабженец” – Магілёў, “Вестник Витебского государственного технологического университета” – Віцебск).

І тым не менш, нягледзячы на крызіс чытання і многія іншыя негатыўныя моманты, часопісная перыёдыка ў бліжэйшыя гады не згубіць сваёй актуальнасці. Гэтаму садзейнічае шэраг асноўных фактараў:

* + попыт на рэкламу ў СМІ, уключаючы і часопісную перыёдыку;
  + заняцце новых тэматычных нішаў і фарміраванне мэтавай аўдыторыі часопісаў;
  + павышэнне якасці часопіснай прадукцыі;
  + развіццё сегмента карпаратыўных, галіновых і прафесійных часопісаў, што звязана з ростам бізнес-актыўнасці.

Вывучэнне ж тэндэнцый, асаблівасцяў развіцця часопіснага рынку Беларусі, аналіз функцый, тыпалогіі выданняў спрыяе выяўленню інтарэсаў і культурнага ўзроўню беларускага грамадства, а размеркаванне часопісаў па канкрэтных тыпах станоўча ўплывае на развіццё рынку прэсы. Зразумела, што ўсё гэта патрабуе больш глыбокага і дэталёвага даследавання.